

Ciutat d'emprenedors

City of entrepreneurs

Ciudad de emprendedores

**Sota la lupa de
'The New Yorker'**

Under 'The New Yorker' magnifying glass

Bajo la lupa de 'The New Yorker'

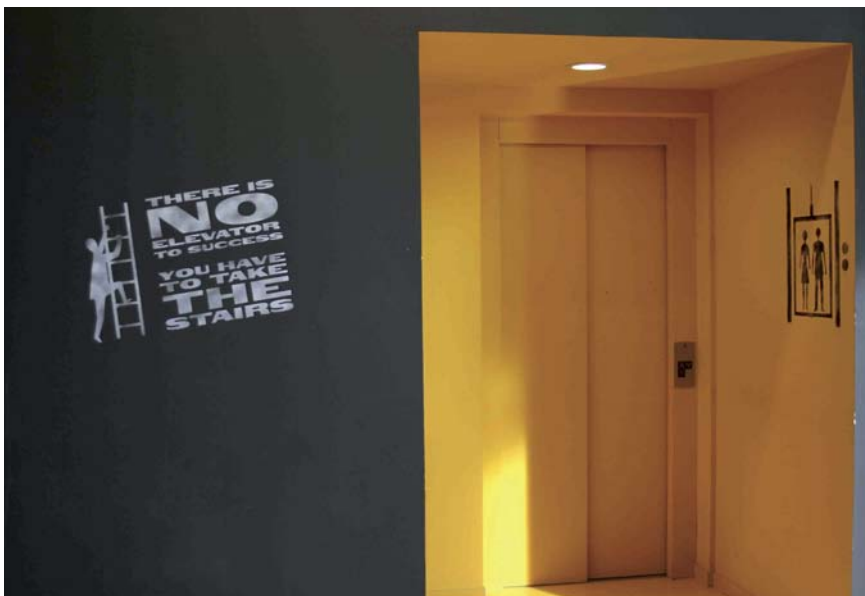
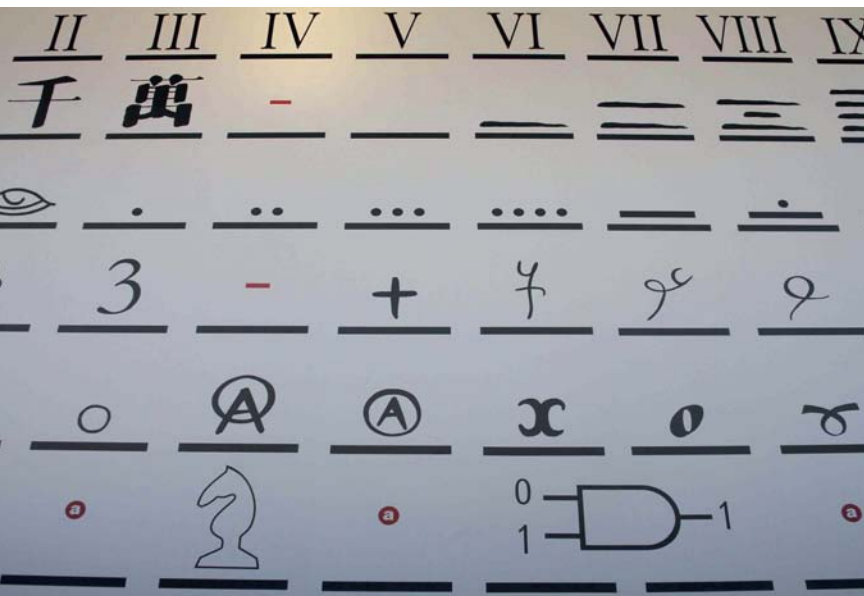
Entrevista a / Interview to:

Xavier Verdaguer

Barcelona
Metròpolis

Capital en transformació

www.barcelonametropolis.cat
Número 87 - Hivern 2013 - 6€





Vestíbul de Barcelona Activa a les Glòries i l'Almogàvers Business Factory. A l'interior de la coberta, decoració mural al Cibernàrium del Parc Tecnològic Barcelona Nord i accés als ascensors de la Business Factory. A les pàgines següents, d'esquerra a dreta: una aula de la Business Factory, classe a l'edifici MediaTIC del Cibernàrium, al 22@, equipament de la Business Factory i la Incubadora d'empreses Glòries.

© Christian Maury

Un valor mil·lenari amb esperit de 'start-up'

Hem entrat al 2013 amb peus de plom, sense gaires alegries, amb la prudència que exigeix la crisi, però ja som a les portes d'una nova edició del Mobile World Congress, cita mundial de la telefonia que un any més situa Barcelona en l'epicentre de la innovació tecnològica. La ciutat bull gràcies a la creativitat de joves emprenedors, d'empreses que renoven idees i de persones que treballen en les TIC i en noves apps, impulsades per l'esperança d'obrir una nova finestreta als dispositius mòbils d'arreu del món. Barcelona recupera aquell esperit d'empenta, fortlesa i creativitat que, durant la Renaixença del segle XIX, la va fer passar de ser una ciutat castigada políticament i militarment a esdevenir un pol de cultura, art i progrés mundial en un cicle que només la guerra i la llarga dictadura van decapitar. Barcelona torna a bullir. Torna a inspirar el món. A vint anys dels Jocs Olímpics, segueix creixent en lideratge. Barcelona inspira.

Som al llindar d'una nova economia articulada al voltant de la capacitat de connectar persones i construir comunitats, i Barcelona excel·leix en aquest terreny. Avui s'imposa de manera irrevocable un paradigma de productivitat que consisteix a fer aflorar noves complicitats en un món en què la informació i totes les seves mercaderies agregades circulen a una velocitat vertiginosa. Aquest nou model de connectivitat s'estén també a les relacions que van teixint les ciutats. El camp de qualsevol transacció, sigui econòmica o cultural, és més obert que mai. Les possibilitats d'internacionalització de la creativitat són també més reals. Vivim en un planeta de ciutats que dibuixen sobiranament un nou mapamundi de grans urbs, cada dia més emancipades de les fronteres dels estats respectius.

En aquest mapa emergent Barcelona s'hi ha guanyat un lloc singular. Una singularitat obtinguda per mèrits propis, sense jugar en contra de la marca Espanya, però també sense cap mena de submissió a aquesta; una marca, d'altra banda, coneguda arreu i farcida d'atributs que ara no cal detallar. La creació d'empreses capaces d'instaurar noves realitats i de fer un paper decisiu en el camp de l'emprene-

doria i la innovació és una característica del prolífic viver empresarial de Barcelona Activa, com s'apunta al dossier central de la revista.

Destí turístic de primer ordre, és també un punt d'irradiació cultural i tecnològica, que la converteix en una denominació reconegible arreu del món. I aquesta percepció internacional no és atribuïble només a Gaudí o als èxits recents del Barça, sinó a una forta personalitat que ve de lluny, com demostra Jordi Graupera en aquest número, resseguint les referències a la ciutat aparegudes des dels anys vint a la revista nord-americana *The New Yorker*.

Amb cada embat, amb cada onada de la història, Barcelona s'ha reconstruït i ha redefinit la seva identitat. És per això que té moltes capes, com podem comprovar ara amb la magnífica Carta Arqueològica de Barcelona (<http://cartaarqueologica.bcn.cat>), un mapa virtual impressionant que l'Ajuntament posa a l'abast de tothom que vulgui resseguir els estrats de la nostra història.

La ciutat d'avui també té moltes capes. Convivint amb les elits emprenedores que assisteixen al Mobile World Congress, hi ha persones que la crisi ha deixat enrere i que corren risc d'exclusió social. Barcelona ha d'estar connectada al món, sí, però també ha d'estar lligada a les seves pròpies bases, sobretot ara que hi ha col·lectius i barris que necessiten l'auxili del proïsme per aixecar-se. És per això que l'emprenedoria social es converteix en un imperatiu, però també en una oportunitat de crear negocis encaminats a lluitar contra la crisi i les xacres socials. Lluny del model de beneficència, l'emprenedor social es proposa crear negocis perfectament sostenibles i fins i tot rendibles que contribueixin a l'emancipació dels més desvalguts. I també en aquest terreny Barcelona està donant un exemple de lideratge.

És una capital en transformació, vibrant i inspiradora. I la revista *Barcelona Metròpolis* torna a fer l'esforç de documentar la seva energia en català, castellà i anglès, perquè voldria relligar la ciutat amb el fil de l'esperança i ser-ne difusora a casa i arreu on pugui fer falta. ■

Marc Puig i Guàrdia
 Director de
 Comunicació i
 Atenció Ciutadana

Left to right: a classroom at the Almogàvers Business Factory, a class in the Cibernàrium MediaTIC building, in the 22@ district, facilities at the Business Factory and the Glòries Business Incubator. On the preceding page, the lobby of Barcelona Activa at Les Glòries and the Business Factory. On the rear cover, the Barcelona Nord Technology Park Cibernàrium and the access to the Business Factory lifts.

© Christian Maury



A thousand-year history and a spirit of innovation

Marc Puig i Guàrdia
 Director of
 Communications and
 Citizen Service

We entered 2013 with leaden feet, little joy, and a sense of caution imposed by the crisis. But this year's Mobile World Congress is once more about to turn Barcelona into the epicentre of technological innovation. The city is teeming with creative young entrepreneurs, companies with new ideas and people working in ICT and new apps, driven by the hope of opening a new window in mobile devices worldwide. Barcelona has recovered the spirit of drive, strength and creativity that started with the 19th-century *Renaixença* (renaissance), when it left behind political and military strife to become an international centre of culture, art and progress, opening a period that was only curtailed by the Spanish Civil War and the long dictatorship. Barcelona is now teeming with energy again. It is inspiring the world again. Twenty years after the Olympic Games, its leadership is still growing. Barcelona is a source of inspiration.

We are on the threshold of a new economy based on the ability to connect people and build communities, an area in which Barcelona excels. A new paradigm of productivity is now ineluctably bringing out new collaborations in a world in which information and all the goods that go with it are circulating at breakneck speed. This new model of connectivity also extends to the relationships that are forged by cities. All transactions, whether economic or cultural, are more open than they have ever been. The possibilities arising from the internationalization of creativity are also more real. We live in a world of sovereign cities that draw a new world map of large metropolises that are increasingly emancipated from the boundaries of their respective states.

On this emerging map, Barcelona has earned a unique place through its own merits, accepting the Spain brand with neither antagonism nor submission as one that is widely known and full of obvious attributes. As is stated in the magazine's central dossier, the prolific business incubator Barcelona Activa helps to set up companies that are able

to introduce new realities and play a decisive role in entrepreneurship and innovation.

Barcelona's status as a first-class tourist destination and a cultural and technological hub make it a recognizable name worldwide. And this international fame cannot only be attributed to Gaudí or to the recent achievements of the Barcelona Football Club. Rather, it reflects a strong and deep-rooted personality, as Jordi Graupera shows by tracing the references to the city that have appeared in *The New Yorker* since the 1920s.

In response to the trials of history Barcelona has rebuilt itself and redefined its identity. That is why it has many layers, as we can see now in the magnificent Archaeological Map of Barcelona (<http://cartaarqueologica.bcn.cat>), an amazing virtual map that the City Council offers to anyone who wants to trace the layers of history. The present-day city also has many layers. Alongside the elite entrepreneurs attending the Mobile World Congress, there are people who have been left behind by the crisis and are threatened with social exclusion. Barcelona must indeed be connected to the world, but it must not lose touch with its own community, especially now that there are groups and neighbourhoods that need help to get off the ground. Social entrepreneurship is therefore an essential need, but it also offers the opportunity to create businesses aimed at combating the crisis and social ills. Social entrepreneurs aim to create fully sustainable and even profitable businesses that help the most vulnerable members of society. In this area, too, Barcelona is setting an example of leadership.

It is a vibrant and inspiring capital that is in the process of transformation. And the magazine *Barcelona Metròpolis* is again making an effort to document its energy in Catalan, Spanish and English, because it wishes to reconnect the city with the thread of hope and to spread the news at home and wherever it may be required. ■



De izquierda a derecha: un aula de la Almgövers Business Factory, clase en el edificio MediaTIC del Cibernàrium, equipamiento de la Business Factory y la Incubadora de empresas Glòries. En la primera página, vestíbulo de Barcelona Activa en las Glòries y la Business Factory. En el interior de la cubierta, decoración mural en el Cibernàrium del Parc Tecnològic Barcelona Nord y ascensores de la Business Factory.

© Christian Maury

Un valor milenario con espíritu de 'start-up'

Hemos entrado en el año 2013 con pies de plomo, con la prudencia de la crisis, pero ya estamos a las puertas de una nueva edición del Mobile World Congress, cita mundial de la telefonía que un año más sitúa a Barcelona en el epicentro de la innovación tecnológica. La ciudad hierve gracias a la creatividad de jóvenes emprendedores, de empresas que renuevan ideas y de personas que trabajan en las TIC y en nuevas aplicaciones móviles. Barcelona recupera aquel espíritu de empuje, fortaleza y creatividad que, durante la Renaixença del siglo XIX, hizo que pasara de ser una ciudad castigada política y militarmente a ser un polo de cultura, arte y progreso mundial en un ciclo que solo la guerra y la larga dictadura decapitaron. Barcelona vuelve a bullir. Vuelve a inspirar al mundo. A veinte años de los Juegos Olímpicos, sigue creciendo en liderazgo. Barcelona inspira.

Nos encontramos en el umbral de una nueva economía articulada en torno a la capacidad de conectar personas y construir comunidades, y Barcelona sobresale en este terreno. Hoy se impone de manera irrevocable un paradigma de productividad que consiste en hacer aflorar nuevas complicidades en un mundo en el que la información y todas sus mercancías agregadas circulan a una velocidad de vértigo. El campo de cualquier transacción es más abierto que nunca. Las posibilidades de internacionalización de la creatividad son también más reales. Vivimos en un planeta de ciudades que dibujan soberanamente un nuevo mapamundi de grandes urbes, cada día más emancipadas de las fronteras de sus respectivos estados.

En este mapa emergente, Barcelona se ha ganado un puesto singular. Una singularidad obtenida por méritos propios, sin jugar en contra de la marca España pero también sin ningún tipo de sumisión a ella; una marca, por otro lado, conocida en todas partes y llena de atributos que ahora no es necesario detallar. La creación de empresas capaces de instaurar nuevas realidades y desempeñar un papel decisivo en el campo del emprendimiento y la innovación es una característica del prolífico vivero empresarial

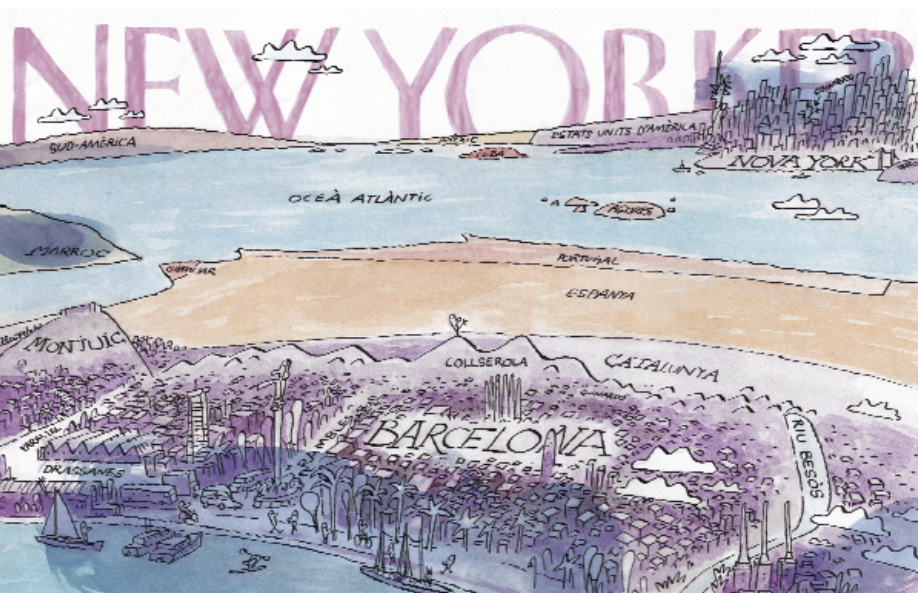
de Barcelona Activa, como se apunta en el dossier central de la revista.

Destino turístico de primer orden, es también un punto de irradiación cultural y tecnológica que la convierte en una denominación reconocible en todo el mundo. Y esta percepción internacional no es atribuible solo a Gaudí o a los recientes éxitos del Barça, sino a una fuerte personalidad que viene de lejos, como demuestra Jordi Graupera en este número, repasando las referencias a la ciudad aparecidas desde los años veinte en la revista norteamericana *The New Yorker*.

A cada oleada de la historia Barcelona se ha reconstruido y ha redefinido su identidad. Por ello tiene muchas capas, que podemos descubrir con la magnífica Carta Arqueológica de Barcelona (<http://cartaarqueologica.bcn.cat>), un mapa virtual impresionante que el Ayuntamiento pone al alcance de quien quiera hacer un repaso de los estratos de nuestra historia. La ciudad de hoy también tiene muchas capas. Conviviendo con las elites emprendedoras que asisten al Mobile World Congress, hay personas que la crisis ha dejado atrás y que corren riesgo de exclusión social. Barcelona tiene que estar conectada al mundo pero también debe estar vinculada a sus propias bases, sobre todo cuando hay colectivos y barrios que necesitan el auxilio de los demás para salir adelante. Por ello el emprendimiento social se convierte en un imperativo, pero también en una oportunidad de crear negocios encaminados a luchar contra la crisis y las lacras sociales. Lejos del modelo de beneficencia, el emprendedor social se propone crear negocios sostenibles e incluso rentables que contribuyan a la emancipación de los más desvalidos. Y también en este terreno Barcelona está dando un ejemplo de liderazgo.

Es una capital en transformación, vibrante e inspiradora. Y la revista *Barcelona Metròpolis* vuelve a hacer el esfuerzo de documentar su energía en catalán, castellano e inglés, porque quisiera religar la ciudad con el hilo de la esperanza y ser su difusora en casa y donde pudiera ser necesario. ■

Marc Puig i Guàrdia
Director de
Comunicación y
Atención Ciudadana



Barcelona Metròpolis Número 87, hivern de 2013

Editor Ajuntament de Barcelona

Consell d'edicions i publicacions Jaume Ciurana, Jordi Martí i Galbis, Marc Puig, Miquel Guiot, Jordi Joly, Vicent Guallart, Àngel Míret, Marta Clari, Josep Lluís Alay, José Pérez Freijo, Pilar Roca

Edició i producció

Direcció de Comunicació i Atenció al Ciutadà

Director: Marc Puig

Direcció d'Imatge i Serveis Editorials

Director: José Pérez Freijo

Passeig de la Zona Franca, 66. 08038 Barcelona

Tel. 93 402 30 99

Direcció Bernat Puigtobella

Coordinació editorial Marga Pont

Edició de textos Jordi Casanovas

Col·laboradors Francesc Cabana, Àlex Font Manté, Catalina Gayà, Seth Godin, Jordi Graupera, Jordi Llavina, Esteve Plantada, Dani C. Sánchez, Àngels Solà Parera, Ko Tazawa

Maquetació Daniel Muñoz

Fotografia Fabiola Llanos, Christian Maury, Italo Rondinella, Ko Tazawa. Arxius i agències: Arxiu Fotogràfic de Barcelona, Getty Images, Prisma

Il·lustracions Òscar Julve, Juliet Pomés, Ana Yael Zareceansky, Swasky

Portada i contraportada Juliet Pomés

Correcció i traducció L'Apòstrof SCCL, Nova Language Services, Tau Traductors

Producció Maribel Baños

Administració general Ascensión García

Distribució M. Àngels Alonso

Dipòsit legal B. 37.375/85 ISSN: 0214-6223

Adreces electròniques

www.bcn.cat/bcnmetropolis – <http://twitter.com/bcnmetropolis>
bcnmetropolis@bcn.cat

Els articles de col·laboració que publica *Barcelona Metròpolis* expressen l'opinió dels seus autors, la qual no ha de ser necessàriament compartida pels responsables de la revista.

Els continguts de *Barcelona Metròpolis* es troben disponibles al lloc web de la revista sota una llicència Creative Commons de Reconeixement-No Comercial-Compartir Igual 2.5 Espanya. Més informació a <http://www.bcn.cat/bcnmetropolis>.

ÍNDEX

6 Entrevista

Xavier Verdager: "Barcelona és com una 'start-up'"
Bernat Puigtobella

10 Dossier Ciutat d'emprenedors

Terra d'oportunitats Francesc Cabana
Emprendre per tirar endavant Catalina Gayà
Incubant els dissenys empresarials Dani C. Sánchez
Sis reflexions sobre la crisi i el futur de l'emprenedor Seth Godin

28 Biografia

Ignàsia Robira, empresària puntaire al tombant del segle XVIII Àngels Solà Parera

30 Generació etcètera

Les persones que ens trauran de la crisi
Àlex Font Manté

32 Barcelona vista des del Japó

Tres trobades, i esperant la quarta
Ko Tazawa

34 Dossier Sota la lupa de 'The New Yorker'

La capital del reporterisme literari
Lluny, molt lluny de Madrid
Caos, desfeta i humiliació
1992 i el fangar postmodern
Jordi Graupera

43 Llibres

Les raons de 'Victus' Esteve Plantada

44 El conte

El viatge en autobús Jordi Llavina

Fe d'errates

A la pàgina 35 del número 86, al reportage "Dues ciutats a l'avantguarda d'Europa", hi ha dues incorreccions a la descripció de les imatges. El primer correfoc que es va fer a Berlín no va tenir lloc en el marc del Karneval der Kulturen, sinó en el de la Llarga Nit dels Museus de 2010. El grup folklòric fotografiat són els Bastoners de Llorenç del Penedès, no de Corbera de Llobregat.



SUMMARY

46 Interview

Xavier Verdaguer: “Barcelona is like a start-up”
Bernat Puigtobella

50 Dossier

City of entrepreneurs

A land of opportunities Francesc Cabana
Entrepreneur to succeed Catalina Gayà
Incubating business plans Dani C. Sánchez
Six reflections on the crisis and the future of entrepreneurs Seth Godin

64 Biography

Ignàsia Robira, a lace-making businesswoman from the turn of the 19th century Àngels Solà Parera

66 Generation etcetera

The people to get us out of the recession
Àlex Font Manté

68 Barcelona as seen from Japan

Three encounters, awaiting the fourth
Ko Tazawa

70 Dossier

Under ‘The New Yorker’ magnifying glass

The capital of literary reporting
Far away, very far away from Madrid
Chaos, defeat and humiliation
1992 and the postmodern quagmire
Jordi Graupera

77 Books

The reasons of ‘Victus’ Esteve Plantada

78 The story

The bus trip Jordi Llavina

List of errors

On page 71 of issue 86, in the article “Two cities at the forefront of Europe”, there are two mistakes in the picture description. The first correfoc took place in Berlin, but not within the framework of Karneval der Kulturen, but rather for The Long-night of Museums in 2010. The folk group in the second picture is Bastoners from Llorenç del Penedès, and not from Corbera de Llobregat.

ÍNDICE

80 Entrevista

Xavier Verdaguer: “Barcelona es como una ‘start-up’” Bernat Puigtobella

84 Dossier

Ciudad de emprendedores

Tierra de oportuidades Francesc Cabana
Emprender para seguir adelante Catalina Gayà
Incubando los designios empresariales Dani C. Sánchez
Seis reflexiones sobre la crisis y el futuro del emprendedor Seth Godin

98 Biografía

Ignàsia Robira, empresaria encajera a finales del siglo XVIII Àngels Solà Parera

100 Generación etcétera

Las personas que nos sacarán de la crisis
Àlex Font Manté

102 Barcelona vista desde Japón

Tres encuentros, y en espera del cuarto
Ko Tazawa

104 Dossier

Bajo la lupa de ‘The New Yorker’

La capital del reportero literario
Lejos, muy lejos de Madrid
Caos, derrota y humillación
1992 y el cenagal posmoderno
Jordi Graupera

111 Libros

Las razones de ‘Victus’ Esteve Plantada

112 El cuento

El viaje en autobús Jordi Llavina

Fe de erratas

El autor de las fotografías de la página 3 –editorial– del número 86 aparecía incorrectamente identificado. En realidad se trata de Vicente Zambrano.

El grupo folclórico fotografiado en la página 103 del mismo número, en el reportaje titulado “Dos ciudades a la vanguardia de Europa”, son los Bastoners de Llorenç del Penedès, no de Corbera de Llobregat.

Bernat Puigtobella

Xavier Verdaguer

“Barcelona és com una ‘start-up’”

És un dels emprenedors més creatius i internacionals sorgits de Barcelona. Enginyer informàtic i arquitecte tècnic per la UPF i amb estudis d’alta direcció a la Stanford University, Verdaguer s’autodefineix com un emprenedor en sèrie. Ha creat diverses empreses al llarg de la seva carrera i ara impulsa des de Silicon Valley tres projectes: Innovalley, dedicada al disseny de peces de vestir intel·ligents; Seven4Seven, d’aplicacions mòbils, i Imagine, un programa de creativitat per a joves emprenedors. Verdaguer insta les universitats i les escoles de negocis a formar els seus alumnes en habilitats emprenedores per pal·liar els dèficits del país en aquest terreny.

De ben jovenet vostè ja era inventor. Hi ha enregistrat un capítol del programa *Joc de ciència* en què, als dotze anys, ja recollia un premi per la creació d’una màquina...

Sí, un pluviògraf, un aparell per mesurar la intensitat de la pluja. Encara deu ser al col·legi de Sant Miquel dels Sants, on aleshores jo feia sisè o setè de bàsica. Es va convocar un concurs d’invents a TV3 destinat, teòricament, a nens més grans. Un company i jo hi vam participar –mentint sobre la nostra edat– amb un artefacte construït amb elements que havia robat a la meva àvia, com ara un despertador o un pot de neules. L’aparell, però, desplegava una gràfica de la intensitat de la pluja i funcionava. El premi era un Commodore 64: va ser el meu primer ordinador, que em va decantar cap a la informàtica. Ser emprenedor és això, tenir un somni i lluitar per fer-lo realitat, no anar al notari i firmar les escriptures d’una societat...

Déu n’hi do les empreses que ha muntat al llarg de la seva vida! Va començar amb TMTFactory.

Sí, és la que ha fet tot el recorregut des que vaig començar sol fins ara, passant per moments durs, com quan em vaig arruï-



Fotos: Italo Rondinella

“ **Lluitar per un somni és una actitud emprenedora, tant en els àmbits empresarial i personal com per construir el futur d'un poble.** ”

nar l'any 2001 amb la bombolla de les empreses puntcom. El primer encàrrec va ser un projecte per al Museu Marítim de Barcelona. Aleshores era informàtic en una consultoria d'enginyeria civil i començava a fer coses pel meu compte en 3D i producció multimèdia. L'any 1997 em vaig presentar a un concurs del museu amb un projecte per explicar la història del port de manera interactiva, fent una mica de trampa perquè no tenia cap empresa constituïda. La proposta consistia a explicar amb pantalles tàctils com havia evolucionat el port en diferents èpoques. Em van donar tres mesos per fer una exposició. Vaig haver de crear un equip i em vaig tancar al meu pis de Gràcia fins que ho vam tenir enllestit. L'exposició va rebre el premi a la millor producció multimèdia d'Espanya i Portugal. Després d'això vam continuar treballant en projectes multimèdia fins que internet va anar arraconant els CD i ens vam posar a fer webs. Fins que l'any 2001...

Ha dit que es va arruïnar...

Treballava per a un únic client, i quan va esclatar la bombolla el client va desaparèixer de la nit al dia i ens va deixar a deure molts diners. Vinc d'una família molt humil i no he tingut mai un coixí financer, de manera que la crisi ens va arrossegar a tots. Vaig haver d'acomiadar la vintena de treballadors que tenia i recomençar des de zero. El fracàs va ser molt dur, perquè la gent et posa a la llista negra.

Aquí el fracàs està mal vist i tenim un dèficit emprenedor. Quines qualitats ens fan falta per ser realment emprenedors? Quines aptituds caldria treballar a les escoles?

S'ha de treballar la capacitat de comunicació dels alumnes, perquè, si no, després no sabran explicar o vendre els projectes, i per descomptat s'ha d'ensenyar millor l'anglès. En segon lloc s'ha de fomentar el lideratge; l'èxit també està mal vist, i als emprenedors els manca ambició i ganes de canviar el món. Falta gent que empenyi i això s'ha d'inculcar als nens des de petits. Aquí un emprenedor amb una mica d'èxit de seguida passa a ser percebut com a emprenedor, terme amb connotacions negatives.

I en etapes més avançades?

A la universitat s'ha de fomentar l'esperit emprenedor. Als Estats Units els professors estimulen els alumnes a crear empreses. Tenir una experiència emprenedora és tota una escola, perquè has de saber una mica de tot: comptabilitat, relacions públiques, planificació... No es tracta tant de formar directius com emprenedors, en totes les facultats, des de magisteri fins a farmàcia. A Barcelona hi ha escoles de negoci molt bones que haurien de desviar la formació de

directius cap a habilitats emprenedores; si no, faran tard. Els nostres investigadors universitaris treballen per obtenir prestigi científic; als Estats Units sempre tenen l'horitzó d'emprenre. La recerca universitària que es fa a Catalunya s'hauria de fer en clau de mercat, per atreure inversions, amb objectius més pragmàtics. Als Estats Units les universitats tenen menys traves administratives si volen, per exemple, muntar una *spin off* per crear una empresa. El rector de Stanford, sense anar gaire lluny, forma part del consell d'administració de Google. Aquí seria impensable que el rector d'una universitat fos membre del consell d'administració d'una gran empresa. Hi ha una barrera molt gran entre la universitat i l'empresa, i això dificulta la transferència de coneixement i tecnologia.

Nicholas Taleb, autor del llibre *The Black Swan*, diu que el segle XX ha estat el segle del fracàs de la utopia social i que aquest serà el del fracàs de la utopia tecnològica...

El meu discurs sobre la tecnologia és més optimista. La tecnologia és imparabile. Internet es propaga a gran velocitat i farà que tot arribi més ràpid a tothom. Un massai amb un mòbil connectat a internet té ara mateix més informació que no pas Ronald Reagan fa vint anys quan era president dels Estats Units. Actualment a penes una quarta part de la humanitat està connectada a internet, però l'any 2020 ja en seran tres quartes parts. Aquesta penetració d'internet a baix cost democratitzarà molts actius del primer món, com ara l'accés a l'educació i a la informació.

Fa uns anys va engegar el projecte Imagine, que pretén motivar joves emprenedors d'aquí en projectes i portar-los a passar un temps a Silicon Valley. En què consisteixen aquests projectes?

Ara mateix treballem en tecnologia per potabilitzar aigua, un encàrrec d'Unilever, una multinacional que té una fundació molt potent al darrere. Ells veuen que d'aquí a uns anys no hi haurà prou aigua per a tothom i ens demanen que fem una proposta d'estalvi. Hem creat un equip de tres joves amb perfils molt diferents: una matemàtica, un publicista i un creatiu. Cap d'ells no tenia coneixements en gestió mediambiental. La matemàtica va desenvolupar un índex per mesurar el consum responsable d'aigua, que té en compte la massa demogràfica, la indústria i les necessitats de l'entorn. Per la seva banda, el publicista va proposar organitzar un concurs mundial de ciutats –180, entre elles Viladecans, on hi ha una seu de l'empresa–, que competiran per millorar el seu índex de consum. Perquè hi hagi una motivació col·lectiva, s'instal·la un element urbà a la plaça major de cada ciutat, de manera que els seus habitants puguin seguir l'evolució de l'índex. A partir d'aquí es demana que la gent proposi mesures concretes d'estalvi. La idea del nostre creatiu, per exemple, consisteix a dutxar-se amb una cançó de cinc minuts de durada com a màxim. Està comprovat que si limites la dutxa a la durada d'una cançó pots reduir el consum habitual d'aigua de 160 litres a 80. Es tracta, doncs, d'estendre mesures que motivin col·lectivament la gent.

Aquesta motivació col·lectiva és indispensable si volem fer el pas cap a les *smart cities*, un nou paradigma d'interacció amb l'entorn que només serà possible si hi ha



una hiperconnectivitat entre la gent. Connectivitat no vol dir cohesió social. Potser amb la tecnologia no n'hi ha prou...

És clar, la tecnologia no pot ser mai un fi en si mateix, sinó que és un mitjà. Ens ofereix una sèrie de noves possibilitats, que es concretaran en el que ara anomenem la internet de les coses, però seran elements més decisius l'ús que la gent en faci i com aprofitem les oportunitats que s'obren per cooperar i sumar informació. Una persona té mitja idea i una altra en pot tenir l'altra meitat. Les xarxes socials propicien la connectivitat i, per tant, la creativitat, però la tecnologia per si sola no serveix per a res.

I Imagine, com a empresa, és solvent?

No és un negoci, més aviat és un projecte obert. Fins ara ha estat el de més èxit, en el sentit que la transformació de les

persones que han participat en les tres edicions ha tingut un retorn emocional. Imagine ha estat un punt d'inflexió en la seva vida; han viscut una experiència molt intensa que després els ha ajudat a transformar l'entorn.

També ha creat una comunitat força internacional amb el projecte Supertramps. Com va començar aquesta aventura?

Fa uns anys vaig tenir un ensurt de salut però me'n vaig sortir. Aleshores, mentre em refeia, vaig optar per agafar un any semisabàtic i treballar més pausadament. Em vaig proposar de voltar pel món durant sis mesos, carregant-me de visats i vacunes, però sense pagar ni una nit d'hotel. Feia *couchsurfing*. Anant d'un sofà a l'altre, vaig arribar a l'Índia i al Nepal. Tots aquells mesos vaig compartir amb la gent amb qui em trobava fotos de persones amb els braços oberts. D'aquestes fotos, que penjava al Facebook, en deïem

supertramp. S'han anat propagant arreu i ara cada dia rebo una dotzena de fotos de *supertramps* de desconeguts a la pàgina de Facebook *supertrampspage*, amb 3.500 amics. Per a mi la felicitat no és real fins que no es comparteix.

El seu viatge s'acaba quan s'instal·la a Califòrnia per estudiar a Stanford, on fa un màster. Tot seguit, el 2010, funda Innovalley, una empresa dedicada al desenvolupament de roba intel·ligent.

Sí. Innovalley fusiona creativitat i moda catalana amb tecnologia americana. Per exemple, fem roba per a motoristes amb GPS incorporats que, a través d'uns sensors, t'informen de si has de girar a la dreta o a l'esquerra. Vam començar fabricant accessoris amb una marca pròpia, però d'un temps ençà hem decidit treballar per a grans marques de moda i d'accessoris. Treballem en projectes de recerca de llarg recorregut i per tant trigarem a veure alguns productes en el mercat, però ens ho passem molt bé provant els prototips que anem produint.

Alguna vegada s'ha definit com a "serial entrepreneur". Té més perfil d'emprenedor que d'empresari?

Sí, a mi m'atreu més generar idees noves de negoci, dissenyar-lo, muntar un equip que funcioni i fer-lo arrencar, i en acabat passar-lo a un equip de gestió.

És molt americana aquesta distinció entre emprenedor i directiu, oi?

Sí. Hi hauria dos models: el que emprèn i dirigeix per sempre aquell projecte, més propi d'aquí, i el model del fundador, que és creatiu però després es desentén de la gestió.

Què ens falta a Barcelona per adquirir o encomanar-nos d'aquest esperit emprenedor?

En primer lloc, un vol directe a San Francisco. Ara mateix el Mobile World Congress ens converteix en la capital mundial de la telefonia mòbil. Barcelona està molt ben posicionada en aquest sector, on preval el talent, i en tenim molt. Hem de crear a Barcelona un clúster d'emprenedors.

Al capdavant, ens trobem en plena globalització. Què pot fer a Califòrnia que no pugui fer aquí?

Miri, és cert, el lloc no ho és tot. Per començar, ens hauríem de preguntar per què Israel és el segon país del món amb més empreses cotitzant al Nasdaq. Ens falta cultura emprenedora. Catalunya és la tercera potència investigadora europea en l'àmbit científic. Tenim talent i gent amb diners que no inverteixen prou en talents d'aquí. Barcelona és com una *start-up*. Hem tingut onades interessants, però ara tenim oportunitats. Barcelona és avui una marca de creativitat associada a moltes coses: el futbol, la cuina, l'arquitectura, el disseny..., i sembla que no ens n'adonem. Els sectors s'han de reinventar. Nosaltres podem decidir cap a on volem anar.

És reproduïble a Barcelona l'ecosistema de Silicon Valley?

Qualsevol lloc del món és bo per emprendre, però hi ha determinats ecosistemes que són millors que d'altres. És més difícil emprendre a Barcelona que a San Francisco, on hi ha inversors, oportunitats i maquinària a punt perquè les idees amb equips es converteixin en negoci... A San Fran-

cisco hi ha un entorn molt positiu i s'hi aprèn molt més. Hi ha gent molt capacitada, que alhora és molt més accessible. Aquí, en canvi, per arribar a parlar amb segons qui has de passar molts filtres...

Què ens falta, doncs?

Cultura del fracàs. I cultura de l'èxit... Si aquí algú té èxit, de seguida passa a estar sota sospita. I cultura del risc: ens hem d'apassionar amb el que fem, hem de treballar amb una actitud mental més positiva. Si als Estats Units et quedes sense feina, no tens cap subsidi d'atur, però la gent s'espavila. Ens falta també la cultura del *mentoring*. Ens falta sumar esforços i cooperar molt més. Mirem massa cap a Espanya; Catalunya ha de mirar al món, i aportar. El nostre món és el món. A vegades penso que tant de bo que Espanya fes boicot als nostres productes perquè això ens obligaria a vendre a fora, i ens espavilaríem.

Vostè, que és emprenedor, creu que una Catalunya independent se'n sortiria tota sola?

No ho sé, però m'agrada compartir aquest somni col·lectiu. Somiar i lluitar per un somni és una actitud emprenedora. Amb una actitud així podem aconseguir grans coses i ser més feliços, tant en l'àmbit empresarial com en el personal, i també si es tracta de construir el futur d'un poble. L'emprenedoria és un bon camí cap a la felicitat.

Si hi tornés, en quin negoci es posaria?

Segurament em dedicaria a la telefonia o a temes socials, o potser a totes dues coses lligades. Hi ha una emprenedoria emergent, la social, que no ha de ser *nonprofit* per definició. A Barcelona hi ha un gran potencial d'innovació social que cal descobrir i impulsar. S'hi ha creat el Hub Candidate Barcelona, una plataforma per connectar, promoure i potenciar les grans idees dels emprenedors socials. La Iniciativa Hub Barcelona pertany a una xarxa global de 31 *hubs* estesa pels cinc continents que té com a missió canviar el món aplicant models de negoci sostenibles, extensibles i reproduïbles. Tot un ecosistema d'innovació social. ■

Tecnologia i felicitat

A més dels projectes que té ara mateix en curs, Xavier Verdaguer ha fundat al llarg de la seva carrera altres empreses com ara TMTFactory (contingut multimèdia i assessoria per a projectes digitals), BCNMedia (producció multimèdia), IntegraTV (televisió interactiva), Smart Point (sistemes de punts d'informació) i Bconsulting (desenvolupament de programari). El creatiu és *international partner* de Barcelona Global i impulsor de la iniciativa San Francisco – Barcelona Sisterhood. Ha estat guardonat amb el premi de l'Emprenedor de Barcelona Activa i amb el premi al millor jove emprenedor creatiu del 2010, atorgat per la Jove Cambra Internacional (JCI). També és l'impulsor del projecte Supertramps (www.supertramps.ws), per compartir a la xarxa moments de felicitat.



© Juliet Pomés

Ciutat d'emprenedors

Barcelona ha estat un dels motors de la revolució industrial a Espanya des dels seus inicis, un lloc on l'emprenedor ha pogut prosperar i on l'esforç ha estat remunerat amb l'ascensió social. Avui vivim immersos en una crisi sense precedents, que comporta una transformació radical del model productiu i una nova economia basada en la connexió i la virtualitat global. Entre les eines de què disposa l'Ajuntament de Barcelona per



respondre als reptes de la crisi destaca el viver d'empreses de Barcelona Activa, un model admirat arreu. La recessió ha fet aparèixer també noves formes d'emprenedoria social, que tenen cada dia més possibilitats d'obrir-se camí i pal·liar les carències que la pobresa ha deixat al descobert. El dossier us presenta també el perfil i els rostres d'alguns dels emprenedors que planten cara a la crisi.



© Juliet Pomés

Francesc Cabana

Advocat i historiador en economia. President de l'Ateneu Barcelonès

Terra d'oportunitats

A Barcelona i a tot Catalunya ha funcionat històricament l'anomenat ascensor social gràcies a l'absència de grans terratinents i a l'aparició progressiva de classes mitjanes. Els nouvinguts tenien tantes possibilitats de fer fortuna com les famílies burgeses tradicionals. També en aquest sentit s'aprecia una forta diferència respecte a d'altres ciutats de l'estat espanyol.

Es diu que el rei Carles V (1500-1558), abans de morir, donà un consell al seu hereu, el futur Felip II: "Si vols mantenir el teu imperi, posa la capital a Barcelona; si el vols engrandir, posa-la a Lisboa; si el vols perdre, posa-la a Madrid". No era

cap ximpleria. L'imperi espanyol –europeu i americà– no tenia aleshores una capital fixa. Barcelona representava el mar Mediterrani i el món antic; Lisboa, el continent americà, el Nou Món al qual el txec Dvořák dedicaria uns segles més

tard la seva novena simfonia; Madrid era una ciutat aïllada al mig de la península. Felip II no va fer cas del pare i el 1561 hi va fixà la capital amb caràcter permanent. Les difícils comunicacions terrestres en van fer una capital que va viure al marge del comerç fins que l'aviació, les autopistes i els trens de gran velocitat no van solucionar el seu aïllament a la segona meitat del segle XX.

Barcelona, ciutat mediterrània, té una tradició comercial mil·lenària. El comerç significa intercanvi de mercaderies, però també de persones i de coneixements, de manera que és una activitat indispensable per al desenvolupament econòmic. Els camins naturals del comerç han estat històricament el mar i els rius navegables. A més, Barcelona era la capital d'un territori –Catalunya– estretament vinculat a França i a Europa. Els Pirineus no representen per als catalans una barrera infranquejable, com es dona en la part central de la serralada, de forma que el comerç marítim natural, per a un país que té uns centenars de quilòmetres de costa, es va incrementar amb el comerç per terra. Els barcelonins, i els catalans en general, viatjaven i coneixien Europa tan bé o millor que les colònies americanes de l'imperi espanyol.

Sense aquesta introducció geogràfica prèvia, és difícil explicar el fenomen de la industrialització, que s'inicia en el primer terç del segle XIX. Barcelona serà la capital de l'únic país del sud d'Europa –Catalunya– que crearà un teixit industrial, amb un retard de només uns pocs anys en relació amb la Gran Bretanya i els països pioners europeus. Comerç i indústria aniran estretament units a un caràcter

emprenedor, propi de Catalunya, que es posarà en evidència a Barcelona, on es concentraran la majoria de projectes.

El segle XIX és el segle dels avenços de la tecnologia, units i paral·lels a la industrialització. Tots els avenços tecnològics van arribar a l'estat espanyol a través de Barcelona –la màquina de vapor, el ferrocarril, el telègraf i el telèfon, l'electricitat–, així com les transformacions en el sector financer: el Banc de Barcelona (1844) va ser el primer banc modern de l'estat, i la Borsa de Barcelona, la primera a crear un mercat de valors on cotitzaven títols de societats mercantils, mentre que Madrid organitzava la seva al voltant del deute públic. La iniciativa barcelonina i catalana correspon al sector privat, ja que el sector públic hi té poca importància. Les inversions estrangeres es van abocar a l'explotació dels importants recursos miners espanyols i a la construcció de ferrocarrils a la península, mentre que Catalunya –sense recursos naturals d'importància– va finançar la seva xarxa ferroviària i les seves fàbriques amb recursos propis.

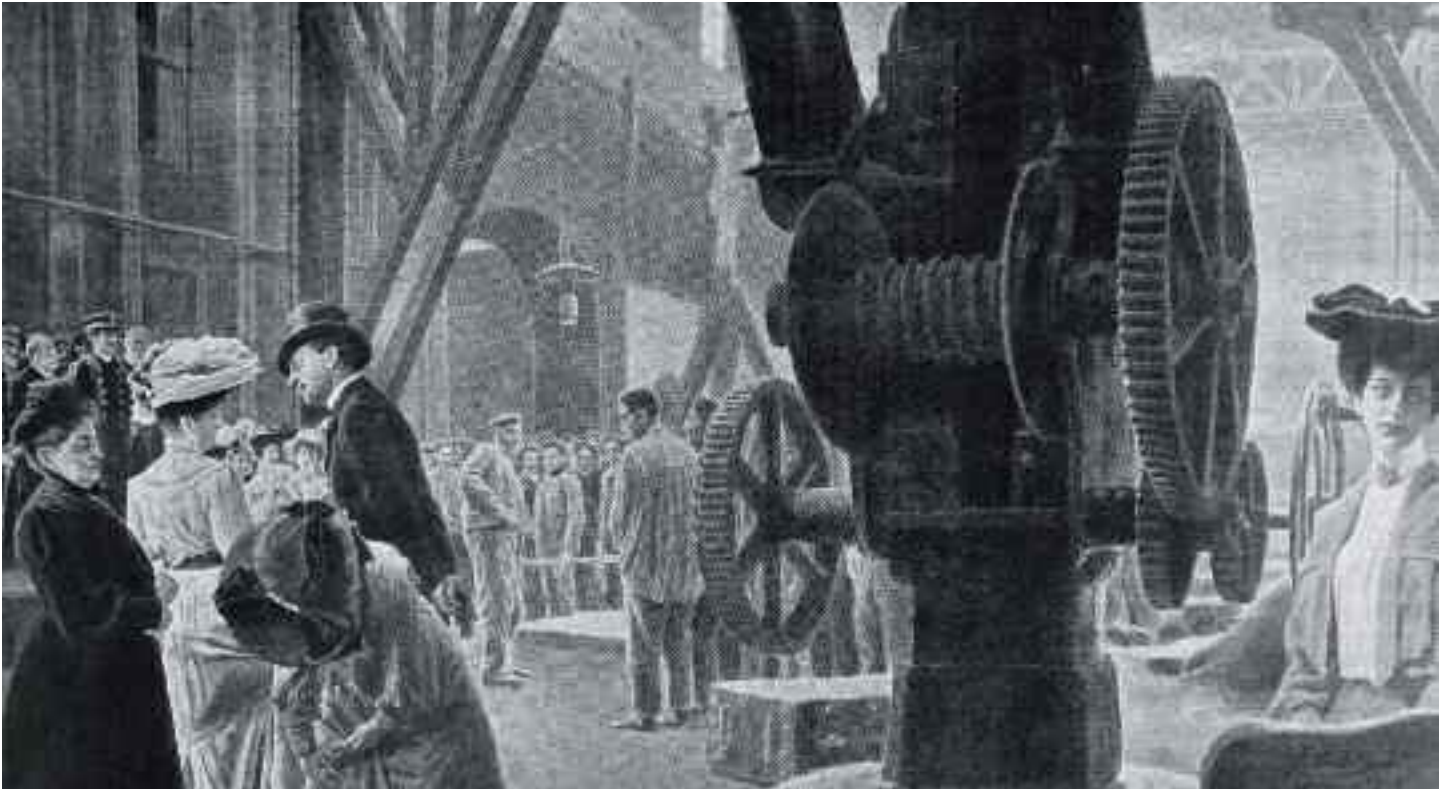
Espionatge industrial

A començaments del segle XIX, la Junta de Comerç de Barcelona, que integrava els empresaris del moment, va enviar un espia –amb despeses pagades– a la zona integrada per les ciutats de Mülhausen i Basilea i el sud d'Alemanya. Treballava com a obrer a les fàbriques de la zona, copiava les màquines i aprenia els processos industrials. Al final, la policia francesa el va empaitar i tornà apressadament a Barcelona, on va publicar dos llibres gruixuts, plens de plànols i



La construcció del port de Barcelona durant el segle XVI, en una làmina del *Libro de armas y blasones de diversos linajes*, que es conserva a la Biblioteca Nacional espanyola, a Madrid.

El rei Alfons XIII durant la visita que va fer l'any 1904 als tallers de La Maquinista Terrestre y Marítima, entre Sant Andreu i el Bon Pastor, empresa que va rebre importants encàrrecs del Govern espanyol. Il·lustració d'una revista de l'època.



© Prisma

dibuixos. Va ser un procediment ben poc recomanable, però gràcies al qual va aconseguir a poc preu els avenços de francesos, suïssos i alemanys en el sector tèxtil i químic. Fa pensar en el sistema que utilitzarien alguns industrials japonesos després de la Segona Guerra Mundial. En tot cas, a dos-cents anys vista, és una prova de l'esperit dels empresaris barcelonins, atents al que passava a Europa i disposats a seguir –i a copiar– el seu camí de desenvolupament econòmic.

Els emprenedors barcelonins del segle XIX tenien molt clar que els canvis venien de fora i que eren revolucionaris, en el sentit econòmic de la paraula, o sigui, de transformació social. Als diaris i a les revistes barcelonins de l'època la paraula “progrés” és una de les més repetides en els articles d'opinió. I aquell progrés era a l'estranger: a París, Londres, Frankfurt, Milà, Chicago o Filadèlfia, que és on van anar. Però el 1888 ja es van veure amb cor de celebrar una Exposició Universal en la qual anunciaven als forasters que havien après la lliçó de les noves tecnologies i que ells també podien ensenyar al món que tenien capacitat per fer les coses ben fetes. El 1929 es va repetir l'experiència amb l'Exposició Internacional. Barcelona se situava així al costat de les grans ciutats emprenedores europees i americanes.

La situació geogràfica va jugar novament a favor de la ciutat quan el 1869 es va obrir el canal de Suez, obra de Ferdinand de Lesseps, que havia estat una pila d'anys cònsol de França a Barcelona. El Mediterrani ja no és un cul-de-sac, sinó una entrada per als vaixells procedents de l'Àsia i una sortida per als europeus.

La ciutat de Barcelona no es pot explicar sense el rerepaís català i les successives onades immigratòries que ha rebut, totes vinculades a l'oferta de treball, conseqüència de la industrialització i de l'aparició d'empreses de serveis. Durant el segle XIX va ser una immigració procedent sobre-

tot de la resta de Catalunya, que continuaria durant els primers anys del XX, atreta per les obres del certamen internacional. Més tard, entre el 1940 i el 1970, seria una immigració de la resta de l'estat, que abandonava les grans zones rurals espanyoles empobrides per buscar feina a Barcelona i la seva àrea d'influència. Finalment, a finals del segle XX, va arribar una immigració del Tercer Món, força diversificada. Una població nova, però que aviat integrarà el sentit emprenedor que troba a la ciutat i al seu entorn.

Una mobilitat social molt elevada

Sortosament, a Barcelona i al conjunt de Catalunya ha funcionat l'anomenat ascensor social, resultat de la inexistència de grans terratinents i de l'aparició progressiva de classes mitjanes, que aviat serien majoritàries. Els novinguts tenien tanta possibilitat de fer fortuna com les famílies que constituïen la burgesia tradicional. La mobilitat social ha estat històricament molt elevada. També en aquest sentit s'aprecia una forta diferència respecte d'altres ciutats de l'estat espanyol on la burgesia està més consolidada. A Barcelona hi ha una burgesia econòmica que canvia força amb el pas dels anys. L'ascensor fa pujar uns i baixar els altres.

Desgraciadament, els règims dictatorials van omplir gairebé la meitat del segle XX: la dictadura de Primo de Rivera, primer (1923-1930), i la dictadura franquista, després (1939-1975). Al mig, una guerra civil de tres anys (1936-1939); és clar que Espanya va quedar al marge de les dues grans guerres mundials. Però els règims dictatorials no tan sols van atemptar contra els drets fonamentals de les persones, sinó que també van incidir negativament en el desenvolupament econòmic de la ciutat i dels seus empresaris. Així doncs, d'una banda, el règim de Primo de Rivera, amb un intervencionisme extrem per part del sector públic,



© Prisma



© AFB

va reduir les iniciatives privades. D'altra banda, la llarga dictadura franquista s'ha de contemplar, des d'aquest punt de vista, en dos períodes clarament diferenciats. Del 1939 al 1959 l'economia del Govern espanyol es va caracteritzar per la seva irracionalitat econòmica –l'autarquia– i per la incompetència dels responsables dels ministeris econòmics. Des del 1959 fins a la mort de Franco, el 1975, els ministres anomenats tecnòcrates van introduir una mica de racionalitat en la política econòmica i afavoriren un procés de liberalització, tot i que molt lent, que va permetre un desenvolupament relatiu.

Després de dos anys i mig de transició, i amb l'arribada d'un règim democràtic, el 1978, a Barcelona i a Catalunya es va donar un fenomen que aquells que el vam viure no hauríem gosat endevinar. L'economia va passar d'un sistema protegit i restrictiu a una economia oberta i en competència amb tot el món, especialment a partir del 1986, amb l'entrada d'Espanya a la Unió Europea. La indústria tèxtil tradicional catalana, que havia estat la capdavantera durant més de cent anys, s'ensorrà quasi en la seva totalitat, igual que la indústria d'altres sectors, ja que no estava preparada per fer front a un mercat obert. Tot i això, en pocs anys es va comprovar com el caràcter emprenedor dels barcelonins s'adaptava a les noves condicions. La indústria, que feia anys que havia iniciat un procés de diversificació, va accentuar aquest procés i al mateix temps va incorporar les empreses de serveis nous i tecnològicament avançats. El teixit industrial va crear el que s'anomenarien "multinacionals de butxaca": petites i mitjanes empreses que treballen per a un mercat mundial al qual ofereixen un producte divers i competitiu, tant per qualitat com per preu. Hi ha centenars d'aquestes petites multinacionals que tenen planta de producció fora de Barcelona i d'Espanya. L'exportació de productes catalans, amb empreses majoritària-

ment domiciliades a Barcelona, suposa prop del 28% de l'exportació de tot l'estat.

No va ser fàcil aconseguir els Jocs Olímpics de 1992, entre altres raons perquè la ciutat no semblava la més adequada per acollir-los d'acord amb el seu volum poblacional estricte. El comitè que en defensava la candidatura es va veure obligat a explicar la realitat històrica de la ciutat i la seva àrea metropolitana als representants del Comitè Olímpic que ens visitaven. La xifra d'1,7 milions d'habitants quedava per sota de la que es demanava a les candidates a hostatjar uns jocs. I és que Barcelona, a diferència de Madrid, o d'altres grans ciutats, ha respectat l'autonomia de les poblacions veïnes. Al Pla de Barcelona viuen més de tres milions de persones, sense que hi hagi senyals visibles de la pertinença a un municipi o altre, i amb una continuïtat d'edificacions i carrers. En tot cas, els Jocs Olímpics van donar un fort impuls a la marca de Barcelona, com a ciutat comercial, industrial, turística i de serveis.

El caràcter emprenedor de la ciutat s'ha fet palès amb la presència de les primeres i més importants escoles de negoci de l'estat. LIESE i ESADE, creades el 1958, són reconegudes entre les primeres del món per la qualitat del seu ensenyament.

Els catalans no barcelonins asseguraven: "Barcelona és bona si la bossa sona", amb la qual cosa es volia significar que la ciutat oferia molt als qui tenien diners. Però els barcelonins hi van afegir: "Però tant si sona com si no sona, Barcelona sempre és bona". Tenien raó, ja que és terra d'oportunitats. ■

A dalt, a l'esquerra, reproducció d'un cartell promoció de l'Exposició Internacional de 1929, obra de Francesc d'Assís Galí. A la dreta, afiliats del Centre Autonomista de Dependents del Comerç i de la Indústria (CADCI) en una imatge presa entre 1903 i 1910 al cafè de la seu sindical, a la Rambla de Santa Mònica.



© Juliet Pomés

Catalina Gayà
Periodista

Emprendre per tirar endavant

La paraula *emprenedor* ja ha colonitzat el discurs polític i mediàtic a escala global. Els emprenedors triomfen als Estats Units. A Catalunya, ni la crisi ni l'ecosistema laboral no els són favorables, però miren de fer-se un lloc en el mercat.

En una pissarra de la Universitat de Brighton, a la Facultat de Medicina, es llegeix: “Què és un emprenedor?”. És Nadal del 2010. A la pissarra d'un despatx d'un *college* d'Oxford que atresora vuit segles d'història, la mateixa paraula al costat de “valor social i econòmic” i “cultura digital”. És juny del 2012. A la Facultat de Comunicació de la UAB, a Bellaterra, un professor ha deixat empremta en una classe. “Emprenedor”, es llegeix en un full. És novembre del 2012. Per què hi ha una *boom* global d'emprenedors? “Per necessitat”, explica Alfred Vernis, professor titular del Departament de Direcció General i Estratègia d'ESADE. Vernis deixa clar que els emprenedors sempre han existit, però ara en el discurs polític, tant local com europeu, es repeteix que “es necessiten emprenedors” per sortir de la crisi econòmica.

El novembre passat, fins i tot la Corona incorporava l'argument en el seu discurs públic. El príncep Felip va assegurar davant d'un grup d'empresaris a Navarra que el futur “d'Espanya” requereix emprenedors i “una societat més àgil i més connectada amb les tendències mundials”.

Qui són els emprenedors? “Persones que, a partir d'una idea de negoci o d'una necessitat social, decideixen muntar la seva pròpia empresa i ho fan amb passió i amb esperit de descobriment –explica Vernis–. Amb la crisi econòmica, molta gent amb una carrera laboral decideix crear la seva pròpia empresa. Els projectes han de néixer com a globals o han d'omplir un buit molt concret. És un suïcidi ser emprenedor al nostre país si solament penses en el país.”

Encara no hi ha dades sobre el nombre d'emprenedors que hi ha a Barcelona. Tampoc no hi ha estudis sobre quantes empreses que neixen en aquesta segona dècada del segle XXI tindran resultats econòmics que garanteixin la seva continuïtat. Molts emprenedors encara es consideren en els marges de l'economia: aposten per un projecte recolzats per les seves carreres laborals anteriors, que en molts casos van ser reeixides i que els van permetre de conèixer el mercat; treballar en altres ecosistemes laborals; tenir contactes internacionals, i disposar d'un matalàs econòmic que els dóna temps per reflexionar i engegar iniciatives pròpies.

No ho tenen pas fàcil ni a Catalunya ni a Espanya. Vernis explica que en aquest país “l'ecosistema entorn de l'emprenedoria” no és favorable, mentre que sí que ho és en altres llocs. “No tenim suficients inversors disposats a gastar diners en idees que comencen”, reflexiona.

Als Estats Units, les empreses emprenedores s'estan convertint en nous models de negoci d'èxit i els anomenats *business angels* donen suport a joves acabats de sortir de la universitat que aporten noves idees al mercat i que també canvien certes lògiques de funcionament.

Un dels exemples més reeixits és Airbnb, el negoci de lloguer de cases entre viatgers. L'empresa té quatre anys i va néixer a Silicon Valley quan els seus creadors, llavors uns estudiants, van decidir llogar casa seva per guanyar uns diners extres. Avui dia disposa d'una xarxa d'habitatges que es lloguen a 126.000 ciutats de 192 països i cotitza en borsa des de l'any passat. A Espanya, Airbnb ja té cinc oficines i l'últim any ha crescut un 700%.

Airbnb és un resum de les característiques que ha de tenir un negoci d'emprenedoria perquè el mercat global l'aculli: supleix un nínxol existent al mercat del qual l'Ad-

ministració no s'ocupa o que no reconeix; els seus creadors el van impulsar amb un esperit de conquesta (ells ho qualifiquen com a economia d'intercanvi); va néixer com una iniciativa global, és a dir, va dirigit a la *world class* (als ciutadans del món formats i que parlen anglès), i viu de la cultura digital: internet és la seva base d'operació i de promoció i permet consultar a través de Twitter, Facebook i LinkedIn els perfils dels usuaris i augmentar així els nivells de confiança entre usuaris.

Empreses com Airbnb o Couchsurfing, que aquest any ha rebut una injecció de quinze milions de dòlars, han obert un debat sobre la funció que ha de tenir l'Estat davant aquestes iniciatives i fins a quin punt aquestes representen una amenaça per a *lobbies* de poder. Alfred Vernis argumenta que el paper de l'Estat “ha de ser el mínim per crear empreses i el màxim per assegurar una regulació impositiva; és a dir, l'Estat ha de poder crear impostos per poder redistribuir-los. Si no és així, podem caure en l'altre extrem. Ja estan sortint altres monopolis com Google, per exemple”.

MOB, un espai interdisciplinari i col·laboratiu

Zero barreres arquitectòniques. L'entrada és a peu de carrer i al davant hi ha un pàrquing de bicis propi. Des de la porta, unes grans vidrieres, es veuen taules de treball i persones davant dels seus portàtils. Es marca el codi i s'entra a MOB, les sigles de Makers of Barcelona, un espai de *co-working* en ple Eixample. L'espai va obrir fa menys d'un any i ja té una comunitat de vuitanta emprenedors que hi van per treballar en els seus propis projectes i per col·laborar en d'altres que s'hi gesten o s'hi desenvolupen.

Qui va obrir l'espai és una arquitecta xinesa-nord-americana, Cecilia Tham, que es va formar a la Universitat de Harvard, va arribar a Barcelona el 2001 i durant deu anys va intentar crear comunitat a través de les plataformes digitals. El seu objectiu era continuar “experimentant el sentit de comunitat” que havia viscut a Harvard. Va ser impossible: hi havia d'haver un espai físic perquè existís una comunitat. Per això va obrir MOB: un lloc interdisciplinari, transgeneracional, internacional i obert a la reflexió i al debat comunitari. Tham té clar que aquesta forma de treball –més horitzontal i que implica xarxes de confiança– encara és molt nova a Catalunya. “Aquí hi ha un sentit de protecció que fa que fins que no coneixes molt bé l'altra persona, no hi confiiis. A més, no és ni fàcil ni barat ser autònoma a Catalunya”, diu.

Les grans entitats bancàries, les escoles de negoci més elitistes o l'Administració mateixa s'han fixat en els emprenedors i ja han creat programes d'ajuda o finançament per als seus projectes. Falten encara inversors que creguin en aquestes noves empreses i són molts els emprenedors que acudeixen al mercat internacional a la recerca de suports. ■

Totes les preguntes que neixen en les adopcions

L'Institut Família i Adopció (IFA), creat i dirigit per Eva Gispert, disposa de dotze professionals a Barcelona, Girona i Sevilla

Eva Gispert és un torrent de paraules, però quan li preguntem si es defineix com una emprenedora social, calla. “Començo a creure-m'ho.” Llicenciada en dret, havia treballat per a ESADE, havia estat la directora executiva d'un projecte de gènere per a la Comissió Europea i es podia dir que la seva vida era plena d'èxits. Fa tres anys es va acabar una feina en la qual no s'havia sentit implicada mai i es va dir a si mateixa que era el moment d'“accele- rar” el seu propi projecte: un centre d'acompanyament i creixement per a famílies adoptives i per a adoptats que respongués a totes aquestes preguntes que neixen en les adopcions. Sabia del

que parlava i, sobretot, era conscient que trobar les respostes era un camí llarg i tediós, i no sempre segur. Gispert és filla adoptada i mare adoptiva. Dos anys després el projecte es diu Institut Família i Adopció (IFA); té una oficina i dotze professionals implicats, i està present a Barcelona, Girona i Sevilla.

Gispert diu que l'IFA va sorgir per una preocupació i una cerca personal. Durant molts anys va intentar entendre el que ella anomena les dues eves. L'una era l'Eva amb èxit, l'adolescent hiperactiva i brillant, l'adulta executiva que aconseguia totes les fites que es proposava i que, fins i tot, havia donat el seu testimoni com a filla adoptada en un

llibre. L'altra era l'Eva que, des dels quinze anys, de vegades se sentia aclaparada per una tristesa molt profunda sense que hi hagués cap raó: “Tenia una bona feina, un marit que m'estimava i tres fills; el petit, adoptat”.

La recerca de respostes per a aquesta tristesa va ser llarga. Als trenta-dos anys va anar a una teràpia psicològica que no li va donar resultat. Li van recomanar un psiquiatre, però intuïa que no era el camí. Més tard, per fi, va trobar una psicòloga “especialitzada en vincles i abandonament” que la va ajudar a entendre d'on venia aquesta pena. Al mateix temps va fer un màster en mediació familiar en què va començar a entendre com es forma un subjecte i en va cursar un altre en teatre terapèutic, que la va connectar amb ella mateixa i amb altres tècniques que fins aleshores li eren desconegudes.

En aquesta cerca també va saber que als Estats Units o a Suècia l'adopció es tractava d'una altra manera: “Estan molt més avançats”, assegura. Eva Gispert es va adonar que en trenta anys havia hagut de trucar a moltes portes per obtenir unes respostes, les quals estaven descoordinades, i que, a més, aquest era el mateix camí feixuc que recorrien moltes famílies adoptives o molts adoptats. “Quan va sortir el meu testimoni al llibre, se m'apropaven moltes persones que em deien que vivien i sentien el mateix.” Per això va decidir crear l'IFA.

Primer va estructurar les seves idees. Donar coherència a un projecte era una cosa que havia fet moltes vegades per a d'altres, a ESADE o des de la Comissió Europea, però era un repte aplicar-ho a ella mateixa. Va presentar el seu projecte a la Generalitat i la resposta va ser: “és molt bo”, i tot seguit: “hi ha retallades.” No es va aturar. Es va presentar a una beca que la mateixa Generalitat convocava per a emprenedors socials. Van seleccionar quinze dels dos-cents projectes que s'hi havien presentat. L'IFA començava a esdevenir una realitat. Gràcies a la beca, Barcelona Activa li va donar assessorament i, després de dos anys, assegura que el resultat és “molt positiu”. ■

Eva Gispert, creadora de l'Institut Família i Adopció, va poder engegar el seu projecte gràcies a la col·laboració de la Generalitat i de l'agència municipal Barcelona Activa.



Per una economia més democràtica i horitzontal

Albert Cañigueral es creador del bloc Consum Col·laboratiu i dinamitzador a Barcelona d'OuiShare, un moviment europeu que vincula emprenedors de l'economia de la col·laboració

Apareix amb una motxilla penjada a l'espatlla que pesa el mateix que un portàtil. És al bar del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) perquè forma part d'una trentena de persones, d'entre vint-i-cinc i quaranta-cinc anys, que han estat convocades per una consultora nord-americana, amb seu a Barcelona, que organitza vetllades interdisciplinàries per vincular emprenedors amb idees innovadores o negocis emergents. Hi ha holandesos, turcs, nord-americans, catalans.

Albert Cañigueral va estar treballant durant dos anys en una multinacional de Taiwan. Fa menys d'un any va tornar i va decidir que deixava una carrera prometedora com a enginyer multimèdia per convertir-se en emprenedor.

Què va passar perquè deixés enrere la corbata, una feina respectable i l'oficina? En realitat, ni tan sols va ser un fet remarcable; un dia es va permetre aturar-se i mirar al voltant: "Vaig veure que érem com hámsters. La gent treballava molt per gastar-se els diners en centres comercials. Suposo que ser en un altre país em va donar l'oportunitat de parar i reflexionar. El món digital ens ha demostrat que l'escassetat és falsa."

Una lectura l'acompanyava, *What's Mine Is Yours* (El que és meu és teu), de Rachel Botsman, i també el malestar que alguna cosa no anava bé en aquesta societat amb un model socioeconòmic que a ell no li semblava que fes a les persones més creatives –com diria Adam Smith–, ni més sàvies, ni de cap manera més felices.

La revista *Time* considera que "compartir i col·laborar", l'argument principal de Botsman, serà una de les deu idees que canviaran el món. Ara com ara, Botsman ha marcat una generació de joves que, després de cursar carreres de ciències econòmiques o enginyeries, d'haver passat per escoles de negocis i d'haver treballat a multinacionals als seus països i a l'estranger, ara busquen uns altres models de negoci i, sobretot, unes altres maneres de viure. Ho resumeixen amb un concepte: economia col·laborativa; és

a dir, una economia més democràtica i horitzontal, que optimitzi el consum i que utilitzi les TIC per crear connexions i accions globals.

Cañigueral explica que ell entén per consum col·laboratiu un sistema basat en la redistribució (eBay o Nolo-tiro); l'accés i no la propietat (Bicing n'és un exemple) i una vida cooperativa, com poden ser els bancs de temps, el *couchsurfing* (obrir la casa als viatgers que busquen allotjament) o Airbnb, el lloguer de cases també entre viatgers.

Cañigueral té clar que el nou sistema suposa una innovació social en tots els camps, des de l'educació i

l'economia fins a la forma de relacionar-se. Tot i així, assegura que no sap com gestionar l'etiqueta d'emprenedor social: "Potser prefereixo la d'emprenedor radical perquè el que pretenem és canviar aquest sistema."

De moment, a més de mantenir el bloc Consum Col·laboratiu, es corresponal i dinamitzador a Barcelona del moviment europeu –nascut a França– OuiShare, que aplega emprenedors i persones d'àmbits molt diversos en reunions interdisciplinàries que se celebren a Barcelona, Roma, Berlín o París, en les quals comparteixen experiències i engeguen projectes transnacionals gràcies a la cultura digital. ■

Albert Cañigueral defensa el sistema d'economia col·laborativa inspirat en les tesis de Bostman, i qualifica els professionals que s'hi ajusten d'"emprenedors radicals".



© Italo Rondinella

“Avui t’ajudo jo i demà algú m’ajudarà a mi”

Cristóbal Gracia és un dels creadors de Favorece, una *start-up* que es proposa com a espai virtual per oferir i demanar favors

Al seu lloc web hi ha dues categories: els que demanen i els que ofereixen. De vegades qui demana també ofereix i viceversa. Els favors són molt diversos: s’ofereix fruita per fer compota, es demana un moble o algú que sàpiga tallar les ungles a un gos. No hi ha diners pel mig ni tampoc intercanvi. La lògica és la reciprocitat indirecta, allò que Cristóbal Gracia, un dels seus creadors, defineix amb aquesta frase: “Avui t’ajudo jo i demà algú m’ajudarà a mi.”

Favorece (www.favorece.net) és un dels primers llocs web de favors que hi ha a Espanya. Fa uns mesos que col·laboren amb uns programadors de

la Universitat de Yale perquè els en desenvolupin el programari mentre, des de Barcelona, els tres creadors –Cristóbal Gracia, Albert Martínez i Rafa Andrade– fan la feina de difusió.

L’entrevista amb Cristóbal Gracia té lloc a l’espai públic, en un banc situat davant per davant de la platja de Sant Sebastià. Fa anys que un entrevistat no reivindicava el mobiliari urbà com a lloc de trobada, però aquest emprenedor ho ha fet sense ni tan sols donar-hi importància.

Gracia té clar que forma part d’una generació que no ha *comprat* un model basat “en la competició i en la lluita” i

afirma que “competir no és la millor opció per a l’ésser humà, no ens dona els majors beneficis.” L’origen de Favorece és el resultat d’una cerca personal i la manifestació del xoc entre dos models socioeconòmics que conviuen i en els quals Gracia ha participat. Defineix el projecte com una *start-up* perquè, segons que explica, “crea un servei en unes condicions d’incertesa extrema”.

Al seu currículum hi ha una carrera d’Econòmiques, feina en una empresa espanyola, viatges, anglès gairebé natiu, un lloc de treball en una multinacional i, després, la necessitat d’alguna cosa més. “Sempre vaig saber que no encaixava en la multinacional, de manera que vaig estalviar i, quan es va acabar el contracte, em vaig dedicar a viatjar. Hi va haver un moment en què ja no sabia què volia.”

Un màster en creixement personal de la UB li va donar algunes de les claus del que seria aquesta altra etapa de la seva vida: fer alguna cosa per canviar la societat i engegar un projecte que, en certa manera, el connectava amb uns valors que havia après a casa seva i que no trobava en el món de l’empresa, però que sí que compartia amb uns altres emprenedors amb els quals s’havia vinculat gràcies a OuiShare.

“S’estan redescobrint els models de negoci gràcies a la col·laboració. És a dir, cada vegada es fan les coses de manera més sostenible, eficient i col·laborativa.” De moment, com la majoria de les *start-ups* que sorgeixen a Barcelona, Gracia encara no pot pagar el lloguer, però té clar que crear un negoci social no és incompatible amb el fet de voler monetitzar-lo. “Tot és molt recent encara”, assegura. Gairebé sense buscar-ho, li han ofert impartir xerrades sobre aquest nou paradigma social a centres cívics, escoles i altres organitzacions. ■

Cristóbal Gracia, un dels tres creadors de Favorece, té clar que forma part d’una generació que no ha *comprat* un model basat en la competició i en la lluita.





David Bori, a la dreta, conrea l'hort de Sant Esteve Sesrovires juntament amb el seu propietari, Yamandú Sabini, al fons.

© Italo Rondinella

Un punt de trobada damunt del tros

Fa poc més d'un any Santiago Cuerda va crear Huertos Compartidos. Un dels horts ja funciona a Sant Esteve Sesrovires. L'hortolà és David Bori, i el propietari de la terra i també hortolà és Yamandú Sabini

Huertos Compartidos va néixer el dia en què Santiago Cuerda va llegir en un blog que al Regne Unit l'organització Landshare posava en contacte propietaris de terra i persones que volien conrear però que no tenien terreny. Amb aquesta iniciativa s'havien recuperat 1.200 hectàrees de terra erma i més de 70.000 persones participaven en el projecte. Santiago Cuerda va llançar un projecte similar des de l'ONG Reforesta –de la qual és soci fundador i secretari– i només en els onze primers mesos va aconseguir que 60.000 internautes visitessin el lloc web (www.huertoscompartidos.es) i que s'hi registressin cinc-cents persones. A més, gairebé sense proposar-s'ho, s'ha convertit en un emprenedor social. Al juny l'associació Cibervoluntari@s li va atorgar el Premi Empodera 2012 a la iniciativa més innovadora i ara participa en el projecte Socialnest 2012.

Santiago Cuerda, que viu a Conca, explica per telèfon que està “aprenent a donar un enfocament de negoci social” al que, al principi, era una acció que duia a terme per “coherència personal”. És sincer. Estava a l'atur i va enge-

gar un projecte que, en realitat, era fruit de la seva trajectòria com a activista preocupat pel medi ambient, però no s'esperava tant de ressò ni creu que el projecte estigui tancat: “És un *work in progress*”, afirma rient. És a dir, ha anat adaptant el lloc web “a mesura que han sorgit dubtes i problemes tècnics que han plantejat els usuaris”.

La mecànica per compartir un hort “és senzilla”: propietaris de terra i conreadors es registren al lloc web, hi deixen el telèfon i fan una descripció del terreny o de les necessitats que tenen. Si un hortolà i un propietari coincideixen en la zona i es posen d'acord, se signa un contracte segons el qual “la producció ha de ser ecològica, la cessió del terreny és gratuïta i s'ha de compartir la collita; és a dir, ha de ser per a autoconsum”.

Ara com ara, Cuerda explica que hi ha més gent amb ganes de conrear (384 hortolans registrats) que propietaris de terra (132) que ofereixin els seus terrenys. A més, assegura que la majoria de la terra es troba en zones rurals aïllades i les demandes dels futurs hortolans provenen de les grans ciutats. “Encara

hi ha pocs horts que funcionin”, es lamenta.

A Barcelona hi ha uns seixanta futurs hortolans apuntats i deu propietaris de terra. Un dels horts compartits que ja estan en marxa es troba a Sant Esteve Sesrovires. Yamandú Sabini va buscar a internet si algú volia conrear part del seu terreny simplement perquè ell no tenia la força ni el temps per fer-ho i va trobar la web de Huertos Compartidos; a les seves mateixes pàgines, David Bori va trobar la descripció de l'hort de Yamandú: vuit-cents metres de terreny, arbres fruiters, ametllers i fins i tots oliveres. Ara preparen la terra plegats per sembrar, alhora que es van coneixent. ■



© Juliet Pomés

Dani C. Sánchez
Periodista

Incubant els designis empresarials

Amb 26 anys d'existència, Barcelona Activa s'ha convertit en un referent internacional en el camp de la promoció pública de l'emprenedoria. Actualment és una font d'oportunitats per a molta gent que ha perdut la feina o la veu perillar i que es planteja l'autoocupació com a alternativa.

És probable que Warren Buffett no tingui la més remota idea del que és Barcelona Activa, però tampoc no és descartat pensar que en aquest cas també es compleix la teoria dels sis graus: una cadena de sis persones que relacionin el magnat nord-americà amb algun dels responsables que gestionen l'agència de desenvolupament econòmic de l'Ajuntament de Barcelona. No en va un dels grups participats pel multimilionari, Lubrizol Corporation, va comprar l'estiu passat Lipotec, una empresa catalana que té un lloc destacat en la història de la societat municipal que s'encarrega d'acompanyar els emprenedors novells en el seu intent de crear noves empreses.

Dins la Incubadora d'empreses Glòries, el primer dels tres vivers empresarials que Barcelona Activa ha desplegat a la capital catalana, pengen del sostre ordenades per anys uns centenars de plaques amb els noms de les companyies que s'han incubat en aquestes instal·lacions al llarg de més de 25 anys. El nom de Lipotec apareix a la primera.

Antoni Parente, un dels pares d'aquesta empresa biotecnològica, no ha oblidat pas aquells temps. Entre el 1988 i el 1992 ell i els seus socis van ocupar un dels mòduls d'aquelles instal·lacions i, més enllà del que va suposar "trobar un cau amb cara i ulls on presentar el projecte a les administracions i empreses estrangeres que s'hi interessaven",

Parente recorda que Barcelona Activa va ser útil en el desenvolupament de la seva exempresa: “L'experiència va ser positiva, perquè ens van ajudar a reflexionar sobre el que volíem fer quan ens vam posar a elaborar el pla de negoci, tot i que llavors nosaltres ja teníem 38 anys i les coses més o menys clares.”

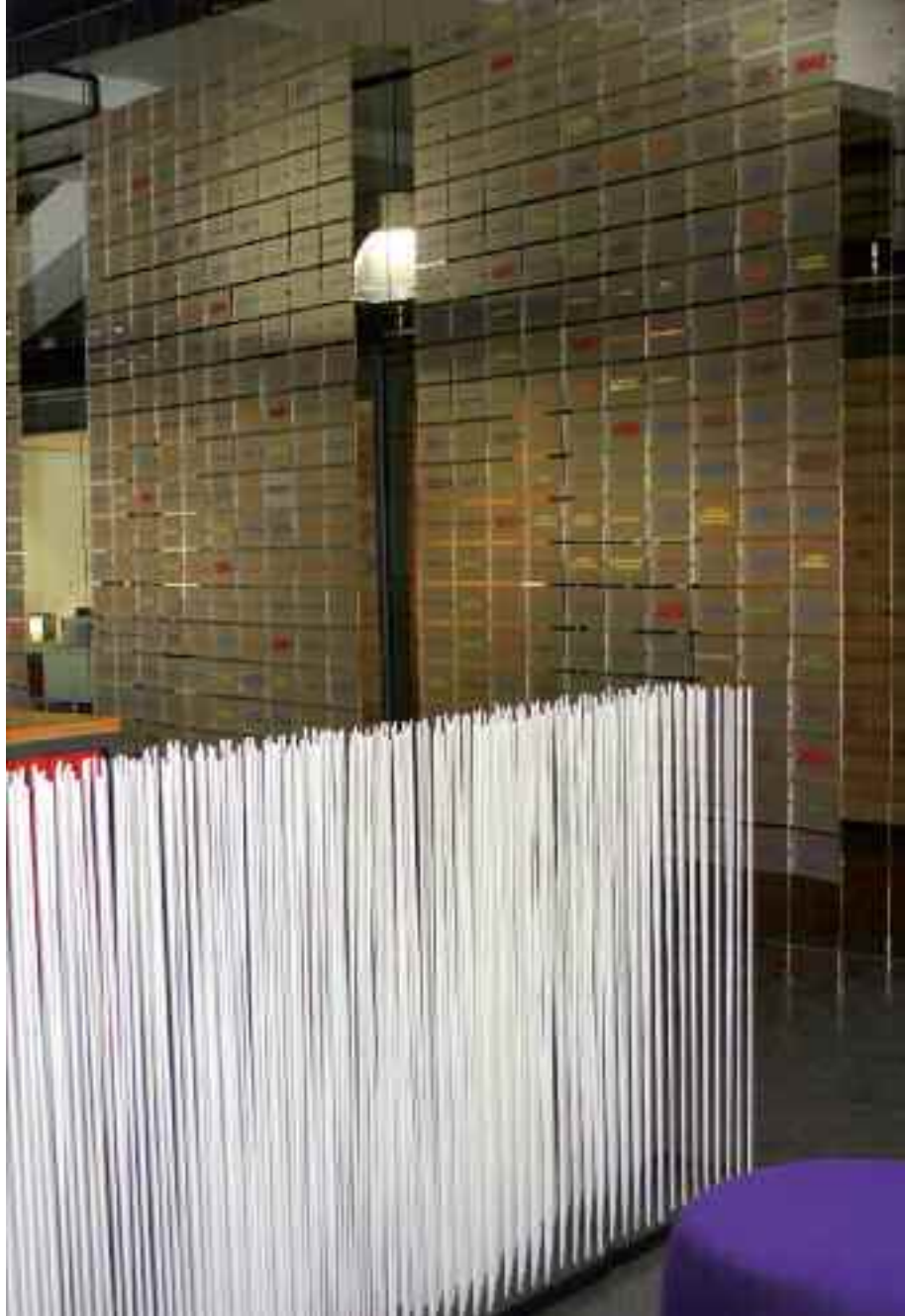
Lipotec i Barcelona Activa van créixer en paral·lel i Parente continua vinculat a l'agència, ara com a ponent en algunes sessions de *coaching* amb grups de joves que volen seguir el camí de l'emprenedoria. “Amb el temps tot ha esdevingut molt més professional”, assenyala, subratllant l'oferta de cursos que s'han anat posant en marxa amb el pas dels anys. Avui la gamma és completa: des de tramitació i gestió de societats fins a sessions de cooperació empresarial, finançament, màrqueting o internacionalització. A aquestes càpsules formatives més genèriques s'hi afegeixen altres de més específiques per a determinats sectors, com són les noves tecnologies, les indústries creatives o el sector bio.

“Barcelona Activa vol donar una oferta de serveis als àmbits de l'empresa i l'ocupació per aconseguir més riquesa i ocupació per a la ciutat”, assenyala la directora executiva de Serveis a l'Empresa i l'Ocupació de Barcelona Activa, Susana Tintoré. Segons ella, l'organisme públic és molt més que un viver d'empreses. Amb el temps ha anat desenvolupant les seves activitats i ara també s'encarrega de ser un dels grans agents comercials de l'Ajuntament i vendre Barcelona com a marca de negocis en tot el món, per aconseguir captar talent i inversions internacionals. Fins i tot aprofita el filó de la Mobile World Capital de Barcelona per “crear una zona franca d'emprenedors al sector del mòbil”, com explica la directora executiva de l'entitat.

Amb 26 anys d'existència, l'organització s'ha convertit en un referent. Va ser el primer ens del seu tipus a Espanya i va esdevenir un model per a d'altres, com Madrid Emprande, creada ara fa set anys, i per a organitzacions d'altres comunitats autònomes que ara intenten posar-ne en marxa. Ha creuat fronteres per servir d'exemple a Monterrey (Mèxic) o Ciutat del Cap (Sud-àfrica) i cada any hi arriben 200 delegacions interessades a conèixer la seva manera de funcionar.

Trampolí d'emprenedoria

Però, sobretot, Barcelona Activa és un trampolí d'emprenedoria que s'ha hagut d'anar adaptant als temps i als cicles econòmics. L'organització va néixer en un moment d'estretors econòmics, ha viscut el més llarg període de creixement de la història de Catalunya i ara intenta ajudar en la crisi més profunda que les societats occidentals han viscut des de fa gairebé un segle. Tots aquests components es noten, com es nota també la retallada dels recursos públics que la fan rutllar. Actualment s'ha convertit en una font d'oportunitats per a molta gent que ha perdut el lloc de treball o el veu perillar i pensa en l'autoocupació per tirar endavant: l'emprenedoria forçada per la gran recessió. La meitat de les persones que hi arriben actualment perquè volen engegar la seva pròpia empresa estan a l'atur. Però aquesta no és una excepció, almenys a Catalunya. L'emprenedoria, abans lligada a la creació d'un segment de negoci destacadament nou, torna a créixer al Principat des del 2011 a causa de l'aparició dels aturats com a catalitzadors.



Christian Maury

En el cas de Barcelona Activa, també explicaria el fet que, des de l'inici de la crisi, el 2007, el nombre d'usuaris s'hagi duplicat i el de noves empreses creades gairebé s'hagi triplacat (de 713 a 1.700).

Cada mes passen per les seves sessions informatives més d'un miler de persones, de les quals a la fi de l'any unes 2.500 acaben el seu pla d'empresa. Pel camí, la purga de projectes és important. “Hi ha enginyers que vénen amb una idea, que pot ser bona, però que potser no s'han plantejat des del punt de vista del mercat”, explica Tintoré. L'any passat Barcelona Activa va ajudar a crear 1.700 noves societats, una xifra destacable si es té en compte que les dades de l'Institut Nacional de Estadística parlen de 6.416 societats creades a Barcelona en tot l'any, que haurien generat uns 3.200 llocs de treball nous.

L'assessorament inicial que ofereix, la formació dels futurs empresaris i l'acompanyament en la recerca de finançament i constitució de l'empresa contribueixen a fer que el percentatge d'èxit de les empreses que surten de les seves instal·lacions sigui més alt que la mitjana. Segons les dades de la institució, el 84% de les empreses que han comptat amb la seva col·laboració han superat

La seu de la Incubadora d'empreses Glòries, amb les plaques de les empreses que han passat pel viver.



© Christian Maury

Pati del viver d'empreses del Parc Tecnològic Barcelona Nord. El mig centenar de firmes tecnològiques que s'hi acullen suposa la concentració empresarial més gran al nord de la ciutat.

els tres anys de vida, cosa que els dona molta força per sobreviure.

La causa d'aquesta ràtio d'èxit és la retroalimentació. L'experiència acumulada durant anys ha fet que sigui una entitat reconeguda per les institucions, però també pels mateixos usuaris. I la forta demanda de serveis fa que l'estructura es vagi greixant de forma contínua per posar-se al dia. "Tot això ens dona molt coneixement, però en el nostre cas el servei és per a tothom", afirma Tintoré, evidenciant les diferències entre organismes públics i la iniciativa privada.

Actualment Barcelona Activa té tres instal·lacions anomenades incubadores: uns mòduls amb uns serveis comuns que les empreses poden llogar durant un màxim de tres anys a un preu més baix que el de mercat si es té en compte la superfície neta compartida. Aquest model de lloc de treball compartit s'ha estès en els últims anys i ha atret l'interès de la iniciativa privada, que ha vist que la possibilitat de compartimentar espais i oferir-los a un cost assequible és preuada per una nova fornada de professionals que han sortit al mercat en plena crisi econòmica. Hi veuen una possibilitat d'engegar un negoci amb costos continguts i compartir experiències amb altres empresaris del mateix sector o d'altres.

En el cas de Barcelona Activa, el fet de llogar un espai es complementa amb una oferta diversa de cursos formatius i d'assessors disposats a respondre dubtes, que només són a unes passes de la seua social de l'empresa. Ara mateix hi ha unes 140 empreses que ocupen aquests metres quadrats, però podrien ser més si la superfície habilitada fos més gran. Hi ha llista d'espera i des de l'organisme asseguren que fan el possible per limitar-hi l'entrada, per no jugar amb les expectatives dels futurs empresaris.

En els últims anys l'organització ha posat en marxa una estructura que permet crear societats limitades a baix cost, fet que li ha permès convertir-se en el punt d'Espanya on es creen més societats limitades.

Programa de reciclatge d'empreses

L'última pensada ha estat la de donar força a un mercat de compra i venda de microempreses. Bancs d'inversions i companyies especialitzades s'han dedicat durant anys a trobar compradors de mitjanes i grans empreses que en algun moment es posaven a la venda, però aquest tipus d'intermediaris s'ha trobat a faltar en el cas de negocis més petits, cosa que ha provocat que no hi hagués ni mercat. Amb l'objectiu de remeiar aquesta manca, Barcelona Activa intenta assumir com a propi el programa Reempresa, iniciat per la patronal Cecot, i que no és més que una borsa de petites empreses que estan en venda o en el procés previ al tancament tot i ser negocis rendibles. En molts casos es tracta de persones a punt de jubilar-se que no han trobat ningú que vulgui continuar la seua carrera i en d'altres casos es tracta simplement de gent que vol donar un tomb a la seua vida. Fins ara el problema era que ningú no s'havia plantejat la possibilitat de trobar nous empresaris.

"Proposem crear un sistema nou: reciclar empreses que funcionen mitjançant la trobada d'un reemprenedor", assenyala Albert Colomer, director del programa, que assegura que aquest tipus d'iniciatives funciona en altres països europeus i, en canvi, no s'havia intentat mai posar en marxa a Espanya. Colomer remarca que està previst que en la pròxima dècada uns 120.000 empresaris es jubilin i que darrere d'aquesta estadística hi ha centenars d'oportunitats. Després de trobar 650 empresaris disposats a cedir la seua companyia i uns 600 a emprendre el seu propi negoci durant els últims tres anys, Reempresa ha aconseguit tancar seixanta acords. El preu mitjà de cada operació, uns 25.000 euros, dona una idea del tipus d'empresa que s'està oferint. I Colomer està segur que la incorporació de Barcelona Activa en el projecte, que obrirà punts d'informació a les seves instal·lacions, donarà més corda a Reempresa: "Ara entrem en el rovell de l'ou."

La qüestió és saber quins dels deu mil potencials emprenedors que passen cada any pels centres de l'agència municipal han de començar de zero o poden gestionar una companyia que ja està funcionant. Segons les dades que té Colomer, extretes de casos similars en altres països europeus, un de cada cinc usuaris de Barcelona Activa podria servir per a Reempresa. "Els hem de localitzar i veure si els pot anar bé donar continuïtat a la feina que uns altres van començar uns anys abans", afirma el responsable de Reempresa. ■

Seth Godin

Teòric del màrqueting

Sis reflexions sobre la crisi i el futur de l'emprenedor

Seth Godin ha inspirat amb els seus llibres i des del seu bloc milers d'emprenedors d'arreu del món. És el fundador de Squidoo.com, un dels cent llocs web més visitats dels Estats Units. Godin ha sabut definir com ningú els nous models de negoci i de socialització que s'estableixen en la nova "economia de la connexió" arran de l'emergència de les xarxes socials i les tecnologies de la informació, i ho ha sabut comunicar en llibres i conferències, en tallers i en blocs que han tingut una influència global. Agraïm a Seth Godin que ens hagi permès reproduir aquí sis reflexions sobre el futur de l'emprenedor.

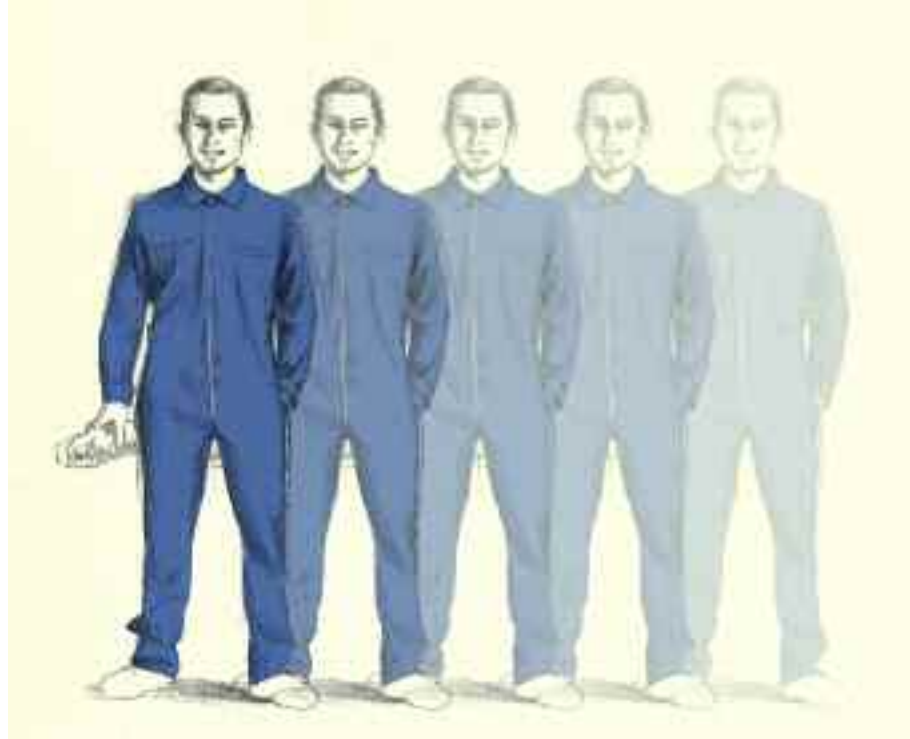
La crisi perpètua (i la revolució que s'està gestant)

De fet, hi ha dues crisis. La primera és una crisi cíclica, la que inevitablement arriba i, després, inevitablement s'acaba. Hi ha molts elements que demostren que si es prenen mesures se'n pot escurçar la durada, però també n'hi ha que indiquen que una intervenció exagerada no val la pena o, fins i tot, és perjudicial. L'altra crisi, en canvi, la de la pèrdua de "bons llocs de treball en el sector industrial" i l'atur sistemàtic, aquesta crisi em sembla que és per sempre.

Què ens fa pensar que en algun moment tornaran els llocs de treball amb un bon sou per fer tasques que es poden sistematitzar, que es poden detallar en un manual i/o que es poden exportar? Internet ha eradicat les ineficiències de molts sistemes; a més, la capacitat de traslladar les feines d'un lloc a l'altre, de coordinar les activitats i de digitalitzar la informació, en conjunt, suposa que s'elimini un gran ventall dels llocs de treball que va crear l'era industrial.

S'està disputant una carrera a la baixa, una carrera en què les comunitats lluiten per eliminar les regles laborals i mediambientals per tal de convertir-se en el proveïdor més barat del món. El problema que suposa una carrera d'aquest tipus és que qui la disputa la pot arribar a guanyar...

Les fàbriques eren el centre de l'era industrial. Edificis on els obrers s'aplegaven per produir de manera eficient cotxes, ceràmica, pòlisses d'assegurances i trasplantaments d'òrgans –activitats basades en la centralització del treball–, llocs on les ineficiències locals es compensaven amb els beneficis que suposaven la producció en massa i les peces intercanviables. Si l'obra de mà local resultava més cara a l'industrial, l'havia de pagar, perquè, quina alternativa li quedava?



© Juliet Pomés

Ara ja no. Si un procés es pot sistematitzar, se sistematitzarà. Si l'intermediari aclaparat pot trobar un proveïdor més barat, l'utilitzarà. Si el consumidor independent es pot estalviar un cèntim clicant aquí o allà, això és el que farà.

Era la ineficiència que generava la geografia el que permetia que els treballadors locals guanyessin més bons sous, i també era la ineficiència de la comunicació imperfecta el que permetia que les companyies cobressin preus més elevats.

L'era industrial, la que va començar amb la revolució industrial, s'està esvaint. Ja no és el motor de creixement de l'economia i sembla absurd imaginar-se que en el futur sigui possible rebre un bon sou per un treball substituïble.

Aquest fet suposa una discontinuïtat important, una decepció que canvia la vida de les persones treballadores que esperen una estabilitat que probablement no aconseguiran. És una crisi, una crisi de cent anys de creixement del sistema industrial.

No sóc pessimista, però, perquè la nova revolució, la revolució de la connexió, crea tot un seguit de nous sistemes de producció i noves oportunitats. Però no per al treball repetitiu en una fàbrica, ni tampoc per a la mena d'àmbit que avalua la consultora nord-americana ADP. Gran part de la riquesa generada per aquesta revolució no es veu com una feina, almenys no com una feina a temps complet.

Tothom és l'amo d'una fàbrica

Des del moment en què tothom té un ordinador i una connexió amb el món, tothom és l'amo d'una fàbrica. En comptes d'aplegar-nos físicament en un mateix lloc, tenim la capacitat d'aplegar-nos virtualment, per cridar l'atenció, per connectar mà d'obra i recursos, per oferir valor.

Estressant? I tant. Ningú no s'ha format per fer això, per saber com s'inicien, com es visualitzen, com es resolen problemes interessants i com després s'aplica la solució. Hi ha gent que veu el nou treball com una amalgama de petits projectes, com una mala imitació d'una feina de veritat. D'altres s'adonen que es tracta d'una plataforma per a certes habilitats, un escenari amb més igualtat de condicions en què posseir una fàbrica no és un dret de naixement per a

una petita minoria sinó una cosa que centenars de milions de persones tenen l'oportunitat d'aconseguir.

Així mateix, els engranatges es desplacen. En una banda se situen les expectatives rebaixades i molta gent treballant en llocs de poca volada. A l'altra s'enceta una carrera cap al cim en què les persones que esperen que els donin ordres comencen a donar-les.

El futur s'assembla bastant més al màrqueting –és improvisat, es basa en la innovació i la inspiració, i implica connexions entre les persones– i bastant menys a la feina en una fàbrica, en què tothom fa el mateix que va fer ahir, però més de pressa i per menys diners. Això significa que potser caldrà que canviem les expectatives que tenim, que canviem la nostra formació i que canviem la manera com ens relacionem amb el futur. Sigui com sigui, això és millor que no pas lluitar per un *statu quo* que ja no existeix. La bona notí-

cia és evident: després de qualsevol crisi perpètua ve un llarg període de creixement a partir del proper canvi...

La creació de llocs de treball és un fals ídol. El futur es basa en oportunitats i recursos i habilitats i tot un seguit de col·laboracions i projectes sempre canviant. I, de passada, canviarà l'estructura de la societat. Ningú no diu que el canvi ens hagi d'agradar, però com abans ens n'adonem i treballem per convertir-nos en una peça clau insubstituïble, abans s'esvairà el dolor, mentre comencem a treballar en allò que s'ha de fer (i que ara es pot fer).

Aquesta revolució és, com a mínim, tan important com la darrera, i la darrera ho va canviar tot. ■



© Juliet Pomés

Primer, connectar-se

En l'economia de la connexió, hi ha una línia que separa dues classes de projectes: els que tenen com a objectiu crear connexions i els que no.

Internet és una màquina de connexions. Pràcticament tots els projectes web que han tingut èxit (eBay, Facebook, els xats, el correu electrònic, els fòrums, etc.) tenen com a objectiu crear connexions entre els éssers humans que eren difícils o impossibles d'establir abans de la xarxa.

Quan algú vulgui explicar el seu negoci o el seu projecte sense ànim de lucre o el seu projecte d'obres públiques, primer haurà d'explicar com ens ajudarà a connectar-nos. La resta vindrà sola. ■

Confiança sense coratge

Mssa persones amb un màster en direcció d'empreses arriben al mercat laboral amb molta seguretat, entusiasme i confiança. El problema és que els falta coratge.

Tenir coratge significa tenir predisposició a perdre. Predisposició que demostrï que ens hem equivocat o predisposició a fracassar.

A la universitat ningú no els ha ensenyat què és el coratge. Tants diners en joc, tant centrar-se en els números i a escalar posicions, i a ningú no se li acut mai de parlar sobre el valor del fracàs, sobre el risc intel·ligent, sobre fer un salt quan no hi ha garanties que sortirà bé.

És fàcil tenir confiança en un mateix quan tot està alineat, quan el moment és perfecte. Però no és gaire útil. ■

Por, escassetat i valor

Allò que ens fa por probablement també fa por als altres, i quan ho eludim, estem fent el mateix que també estan fent els altres.

I és per això que hi ha una escassetat de la feina que estem eludint, sigui quina sigui.

I, és clar, l'escassetat sovint crea valor.

La dreuera és simple: si us fa por alguna cosa, si us fa por arriscar-vos, si us fa por crear una connexió o assumir una promesa, aquesta és la pista que indica que esteu en el camí correcte. Endavant, feu-ho. ■



© Juliet Pomés

Abans de recaptar diners (actius i despeses)

Avui en dia hi ha més maneres que mai de recaptar diners per al vostre negoci, el vostre projecte o la vostra organització. Hi ha més àngels inversors, més llocs web, més inversors de capital de risc... És cert que, en gran mesura, la banca local ha renunciat a aquesta responsabilitat, però la xarxa continua recordant-nos les alternatives de què disposem.

Aquest és l'element clau que heu d'entendre abans de demanar diners als pares, als amics o als inversors de capital de risc locals:

Hi ha una gran diferència entre gastar diners en despeses i gastar diners per aconseguir un actiu.

En un pícnic, el gel és una despesa. Quan es desfà, desapareix. La factura de la llum o la del lloguer són despeses associades a un negoci i gairebé mai, o mai, no hauríeu de demanar diners per pagar-les.

Els actius, en canvi, són elements que mantenen el valor o el fan créixer, que es poden fer servir una vegada rere l'altra i que, en darrer terme, valen més que el que costen.

Un títol universitari d'una bona institució és un actiu. També ho és una llista de deu mil persones que, un cop a la setmana, volen saber per correu electrònic què teniu per explicar. També ho és la reputació (que algunes persones anomenen marca).

Per als emprenedors, doncs, la lògica és clara: val la pena tenir en compte qualsevol oportunitat d'aconseguir un

actiu que generi beneficis a llarg termini i fins i tot val pena demanar diners per obtenir-lo.

Però si el vostre negoci requereix que demaneu diners només per pagar les despeses, per mantenir-vos en una situació d'equilibri, aleshores esteu condemnats al fracàs. Tret que aquestes despeses permetin, d'una manera evident, obtenir un actiu més important en el futur, us penedireu d'haver fet la inversió, perquè no és una inversió, és un malbaratament de diners.

La segona cosa que cal tenir en compte és aquesta: probablement cal que torneu els diners. No demaneu diners per pagar un actiu tret que veieu clara la manera de tornar-los. Això potser implica vendre l'actiu més endavant (que és el que els inversors de capital de risc fan gairebé sempre) o potser implica posar en marxa un projecte en què l'actiu és tan rendible que podeu tornar els diners directament (i per això val la pena demanar diners per anar a la facultat de Medicina de la Universitat de Harvard).

El fet de vendre un percentatge de la vostra companyia (que és el que solen demanar la majoria d'inversors) implica, bàsicament, encetar el camí de vendre-la tota per tal de pagar els inversors. No dic que sigui una mala decisió, només assegureu-vos que inicieu aquesta via amb els cinc sentits.

Quan tingueu dubtes, recapteu diners dels clients venent-los allò que realment necessiten: el vostre producte. ■

Les entitats sense ànim de lucre han d'innovar per força

Les entitats sense ànim de lucre més importants i més ben finançades tenen l'obligació de ser líders en innovació, però de vegades dubten a l'hora de fer-ho.

Una raó: "Estem fent una feina important. Els nostres finançadors esperen que actuem de manera raonable, prudent i eficaç, perquè la feina que fem és massa important per arriscar-nos a fracassar."

Una alternativa: "Estem fent una feina important. Els nostres finançadors esperen que actuem de manera audaç, atrevida i valenta, perquè la feina que fem és massa important per actuar sense arriscar-nos."

El problema de la majoria d'entitats sense ànim de lucre que es dediquen a una causa o a l'assistència social és que no han esbrinat com resoldre la qüestió en què treballen (encara). Sí, sovint ofereixen ajuda eficaç, o un pal-liatiu.

Però no, la majoria no tenen un mètode per arribar a l'arrel del problema i crear un canvi permanent. Això és així perquè és difícil (molt difícil) resoldre aquests problemes.

El que caracteritza aquestes entitats és que ningú no n'espera un xec a canvi, o un dividend trimestral. Esperen un mètode nou i perspicaç que permeti resoldre el problema una vegada per totes.

Endavant, fracasseu. I després torneu a fracassar. El fracàs entre les entitats sense ànim de lucre és massa poc habitual, cosa que significa que la innovació de les entitats sense ànim de lucre també és massa poc habitual. Els innovadors saben que la seva feina és fracassar, una vegada rere l'altra, fins al dia que no fracassen. ■



© Christian Maury

Àngels Solà Parera
Universitat de Barcelona

Ignàsia Robira, empresària puntaire al tombant del segle XVIII

Ignàsia, filla del menestral Pere Claver i dona del sabater Gaspar Robira, dominava l'art de fer puntes i es va dedicar a l'elaboració d'aquest teixit, activitat que va completar amb el negoci de roba i confecció i el préstec de diners. L'empresària coordinava la producció de dones que treballaven en tretze pobles diferents de l'entorn barceloní, des del Maresme fins al Baix Llobregat.

És un fet comprovat que, almenys des de l'edat mitjana, a Barcelona hi ha hagut dones –solteres, casades i vídues– que han obert un negoci propi i l'han tirat endavant, i que han contribuït, així, al benestar de les seves famílies i al propi. Es tracta d'una llarga tradició de barcelonines empresàries molt mal coneguda, però això no vol dir que no existeixi.

Aquesta continuada presència femenina en el món dels negocis presenta unes característiques que cal destacar. Des del segle XIV fins al XIX, els negocis que eren propietat de dones es van concentrar –possiblement com ara– en dos sectors específics. D'una banda, en la venda de queviures, i també de teles, roba confeccionada i complements de vestir. De l'altra, en l'elaboració de peces de roba i complements (guants, barrets, cotilles...), així com de certs teixits. Aquesta concentració de l'activitat econòmica femenina autònoma es devia a raons tant ideològiques com econòmiques, sobretot a partir de l'aparició i la difusió dels gremis –a Barcelona, des del segle XIV–, que reservaven la majoria dels oficis, els millors, als homes. Tot i així, van quedar unes quantes activitats productives que no van arribar a ser regulades pels gremis i això va permetre que hi hagués dones amb negocis propis.

Una d'aquestes activitats productives va ser l'elaboració de puntes de coixí –que, quan es feien amb fil de seda, es

deien blondes–, un producte de luxe que permetia obtenir uns beneficis elevats. Tothom sap que la mà d'obra del sector era sempre femenina, amb una retribució de misèria, però en canvi es desconeix que també hi va haver



empresàries ben decidides. Una d'aquestes va ser la barcelonina Ignàsia Claver i Castells (Barcelona, 1760 aprox. - Reus, 1811).

Aquesta filla del menestral Pere Claver, “porgador e garbellador” de Barcelona, i d'Eulàlia Castells, es va casar al principi del decenni de 1780 amb el sabater Gaspar Robira, també barceloní. Llavors va prendre com a primer cognom el del marit, tal com era costum, per passar a anomenar-se Ignàsia Robira i Claver. Així signava els documents. El fet que conegués els secrets del complex art de fer puntes –ignoro com els va adquirir– la va empènyer a dedicar-se a la producció d'aquesta mena de teixit. Cal destacar que sabia escriure, la qual cosa li facilitava portar els comptes i, sobretot, la correspondència del negoci.

Les coses entre la parella no van anar gens bé, de manera que Ignàsia va presentar una demanda de separació davant les autoritats eclesiàstiques. Sembla que el problema principal radicava en el fet que l'activitat econòmica que sostenia la família era la de la muller, i no la del marit com a sabater. Tanmateix, el 1799 la parella va reconsiderar aquesta decisió i va firmar un conveni davant notari per reconduir la seva relació i deixar ben clares les bases de l'activitat econòmica que sustentaria la parella i els seus quatre fills.

Al document el marit admetia que el comerç de blondes i el capital d'aquest pertanyien a la dona “per haberlos adquirirt ab molt treball e industria, sens perjudici de la economica administració de sa casa y familia”. Per tant, el marit reconeixia la perícia manufacturera i mercantil d'Ignàsia, la seva autonomia econòmica, que havia creat un capital i que, a més a més, no havia desatès les obligacions domèstiques. En el mateix document s'establí que a partir d'aquell moment ell posaria capital en el negoci de la dona, amb la qual cosa n'esdevindria soci. Per això ell cobraria la part dels beneficis que li corresponguessin i, a més, als rebuts, cartes i altres papers s'hauria d'afegir “y Compañía” al nom de la firma d'Ignàsia. En un altre article del conveni s'establí que, “per un efecte de generositat”, ella donaria la meitat dels seus beneficis al marit perquè aquest pogués atendre “la obligació de alimentar y vestir a

ella y a sos fills que com a marit y pare deu desempeñar”. Això seria així sempre que ell complís amb aquesta responsabilitat, i en cas contrari, “quedarà abdicat de la percepció de la dita mitat de beneficis”. D'altra banda, Ignàsia va conferir al marit la funció de cobrador de les vendes del negoci de blondes, sense renunciar a intervenir-hi quan li semblés bé.

El negoci que havia aixecat Ignàsia sumava un capital d'unes 7.500 lliures –a part de més de 2.500 lliures de deutes que es consideraven incobrables–, quantitat que indica que es tractava d'una família artesana i no de la classe mercantil alta i rica.

Comprava a crèdit i se sap que almenys va arribar a deure més de 3.500 lliures, una quantitat considerable, atès el capital en què es valorava el negoci. Això demostra que gaudia de consideració i de crèdit entre els seus proveïdors.

Per tal de compensar la pèrdua de competències en el negoci de puntes, Ignàsia va decidir obrir-ne un altre en paral·lel, que va orientar vers la venda de teixits i de roba confeccionada. Alguns dels vestits portaven luxosos brodats. La seva clientela no era només la que anava a comprar a les seves botigues, sinó que també en tenia a València, Madrid i “Amèrica”.

Sabem que el 1803 tenia 107 mantellines de blonda en venda i diferents peces de puntes de seda negres i blanques. El negoci puntaire no era simple, car es sustentava en l'existència d'una xarxa de puntaires en diferents localitats sota el control d'una intermediària. La complexitat del seu negoci era notable, ja que articulava la producció de dones que treballaven en tretze pobles diferents de l'entorn barceloní, des del Maresme fins al Baix Llobregat.

Els beneficis que obtenia del negoci puntaire li van permetre acumular cert capital, que va orientar cap al préstec. En un cas va deixar més de 500 lliures a una mateixa persona.

La posició econòmica d'Ignàsia arribà a ser prou sòlida, com demostra el fet que, quan es va casar la seva filla Francesca amb el sastre Josep Gustà, el 1803, li va donar en dot 500 lliures en metàl·lic més dues calaixeres amb l'aixovar, valorades en unes altres 1.000 lliures. Tot plegat sumava una quantitat força superior a la que els artesans barcelonins invertien en el casament de les filles. La noia va haver de demanar l'autorització paterna per casar-se, perquè era menor d'edat, però qui la va dotar va ser la mare.

Iniciada la Guerra del Francès, Ignàsia va decidir refugiar-se a Reus, on va morir l'abril de 1811. El testament deia que vivia en aquesta població des d'uns mesos abans. Si no hi va arribar malalta devia emmalaltir allà, ja que no va tenir esma per signar el testament.

El seu fill Josep Robira i Claver va heretar el negoci matern de puntes de coixí, però mai no va esdevenir un empresari important del sector. Va preferir dedicar-se a engrandir el patrimoni adquirint algunes cases a Barcelona. Aquesta doble ocupació li va garantir una posició econòmica prou bona, de manera que el seu fill Joaquim Robira i Torradella va poder estudiar medicina i es va fer metge i cirurgià el 1847. No hi ha dubte, doncs, que l'ascens social de la família es va basar en la triple activitat econòmica de l'àvia Ignàsia: la producció de puntes de coixí, els préstecs de diner i el negoci de robes i confecció. ■



© Luisa Ricciarini / Prisma

Obrint l'article, activitat a l'Escola de Puntaires de Barcelona. A sota, a la pàgina anterior, signatures d'Ignàsia i del seu marit en un document notarial d'Antoni Comellas, que es conserva a l'Arxiu de Protocols. A la dreta, puntaires alemanyes en una pintura de l'artista barroc Giacomo Francesco Cipper (Todeschini).

Àlex Font Manté

Periodista. Cap de la secció d'Economia del diari *Ara*

Les persones que ens trauran de la crisi

El nom de Jacob Suñol no suggerirà res a la majoria de persones que llegeixin aquestes línies. Ni tampoc el de Pere Vallès o el d'Ana Izquierdo. Però són persones importants. Sovint sentim a dir que el guanyador d'unes eleccions serà l'encarregat de treure'ns de la crisi. Però aquesta crisi és tan profunda que els grans lideratges s'estan revelant insuficients. Cal refer-nos de baix a dalt.

La recuperació econòmica té milers d'herois desconeguts. Persones que es juguen el patrimoni per tirar endavant el seu projecte, generar creixement i llocs de treball. Són els emprenedors, un grup creixent de persones amb ganes d'avançar i contribuir a la recuperació econòmica des de la seva petita (o mitjana, o gran) empresa. Jacob Suñol, Pere Vallès i Ana Izquierdo són, per diferents motius que explicarem més endavant, representants d'aquesta generació que ens haurà de treure de la crisi.

Catalunya és un país on cada vegada s'ofereixen menys feines, cosa que dificulta la recol·locació del creixent nombre de persones que queden a l'atur (prop de 650.000 a l'hora d'escriure aquestes ratlles). Per això, cada cop més persones es llancen a crear la seva pròpia empresa: si ningú no els dóna feina, se'n donen a si mateixes. El 2011 gairebé set de cada cent adults catalans (6,8%) estaven involucrats en la creació d'empreses –la xifra suposa un 35% més que l'any anterior, i es preveu que torni a augmentar quan es coneguin les dades del 2012. Per tant, a Catalunya hi ha proporcionalment més emprenedors que al conjunt de l'estat (5,8% de mitjana) i que en alguns països considerats de referència, com Suècia (5,8%), Finlàndia (6,3%) o Dinamarca (4,6%), segons el *Global Entrepreneurship Monitor*.

Però queda molt camí per córrer. Encara som lluny de la taxa d'emprenedoria que es registra a països com Holanda (8,2%), el Regne Unit (7,3%) o els Estats Units (12,3%). A més, segons l'últim informe *Doing Business* del Banc Mundial, Espanya és el 136è país del món segons la facilitat de crear una empresa, per darrere de països com l'Afganistan, Kosovo, el Marroc o Zàmbia. "Espanya no és Uganda", va dir Mariano Rajoy al ministre Luis de Guindos en un famós missatge mentre es negociava el rescat a la banca espanyola. Faríem bé de mirar-nos aquestes estadístiques.

És evident que una legislació més favorable seria de gran ajuda per a les persones que desitgen impulsar una empresa. De fet, Rajoy va prometre en campanya electoral que "una de les primeres coses que faria" seria aprovar una llei d'emprenedors, cosa que no ha fet en el seu primer any de mandat.

Però també és cert que l'emprenedoria implica una certa falta de por d'arriscar (en diferent grau en funció de la dimensió del projecte i de la situació personal de cadascú) i



que aquest canvi de mentalitat no es pot modificar de la nit al dia, sinó que només pot ser producte d'un canvi cultural.

"D'aquí a un any potser ja no existirem", afirma amb fredor el jove Jacob Suñol, un dels emprenedors que esmentàvem al principi de l'article. Suñol és un dels exponents d'aquesta cultura emprenedora que té poca por del fracàs. Ell és un dels creadors de Medtep, una plataforma tecnològica on els doctors i els pacients poden emmagatzemar l'història mèdica i la informació de tipus sanitari. Fa un any i mig que Suñol treballa sense cobrar ni un euro per desenvolupar Medtep, però no expressa temor davant d'un possible fracàs del seu primer projecte emprenedor. Nascut el 1985, encara té una edat en què pot viure a casa dels pares, cosa que li permet tenir poques despeses. Evidentment, la seva intenció és que el projecte triomfi i que acabi donant-li beneficis, però, si no és així, considera que no serà dramàtic.

Aquesta mentalitat, molt pròpia de Silicon Valley –la Meca de l'emprenedoria–, contrasta amb la manera de ser tradicional de l'empresariat català, sovint poruga. L'empresa catalana de tota la vida prefereix ser més conservadora: no li agrada *arriscar-se* a sortir a borsa per no perdre el control de la companyia o *exposar-se* als mitjans de comunicació. Catalunya té desenes de grans empreses desconegudes per a la majoria dels ciutadans. Sabeu que aquí tenim una de les líders mundials en producció d'acer? L'empresa es diu Celsa, però és molt possible que no n'hagueu sentit mai a parlar. I com aquesta, moltes més. Són els anomenats *campions ocults*. És possible que l'escassa reputació que té a Cata-



Fotos: Fabiola Llanos

lunya la figura de l'empresari estigui relacionada amb aquesta tendència al camuflatge, com si tinguessin alguna cosa per amagar.

Tot i que és cert que l'emprenedoria està vivint un petit *boom* a Catalunya a causa de la crisi, no es pot dir que sigui un fenomen estrictament nou. De fet, els *campions ocults* que esmentàvem van ser impulsats per emprenedors ja fa dècades. Ara, simplement, està rebrotant una cosa que ja havia existit. Però fins i tot en els anys de *boom* econòmic, quan manava el diner fàcil i les ganes d'emprendre es van apaivagar, hi va haver catalans que van crear empreses innovadores que avui dia, quan a tothom li van malament les coses, donen el seu fruit. És el cas de Scytl, una empresa que dona suport tecnològic perquè els ciutadans puguin votar electrònicament.

Scytl va néixer el 2001 i el darrer novembre ha protagonitzat el seu projecte més ambiciós: gestionar el vot electrònic als Estats Units, la primera potència mundial. L'empresa va ser creada per l'enginyer informàtic Andreu Riera, ja desaparegut, i ara l'encarregat de dirigir la companyia és Pere Vallès, que ja va agafar les regnes de la companyia quan Riera encara era viu. Scytl, que va facturar 14,5 milions d'euros el 2011, té una quota de mercat mundial del 80% al sector. Hi ha molts països que no permeten el vot electrònic (Espanya, sense anar gaire lluny) i, per tant, és un sector que encara està verd. Però Scytl, que s'encarrega d'encryptar els vots per assegurar que són secrets i que es comptabilitzen correctament, està millor preparada que

ningú al món per liderar una nova manera de votar que impedeixi, per exemple, que un català que resideix a Nova York es quedi sense poder participar a les eleccions del seu país, com va passar als comicis catalans del 25 de novembre.

A part dels lògics obstacles que la crisi planteja a les empreses, el món emprenedor català ha de solucionar un altre problema específic: la falta de dones. Les empreses han estat tradicionalment un àmbit molt masculí, especialment entre les seves cúpules dirigents. I això s'accentua a les *start-ups*, és a dir, les noves empreses tecnològiques. Part d'això s'explica per la poca atracció que senten les dones pels estudis tecnològics: només un 3% de les que cursen estudis universitaris opten per carreres tecnològiques, enfront del 13% dels homes. A la incubadora de La Salle Technova, per exemple, només un de cada cinc emprenedors és dona.

Ana Izquierdo, creadora de dues *start-ups* i del fons d'inversió Inveready, és una de les persones que a Barcelona estan intentant incrementar la participació femenina en la creació de noves empreses tecnològiques. És per això que ha creat el fòrum *Ellas 2.0*, una plataforma que intenta impulsar aquest objectiu promocionant empreses liderades per dones i creant sessions mensuals de *networking* al bar Velódromo. Les trobades que organitza serveixen perquè les emprenedores facin xarxa i "vegin que no estan soles", cosa que els genera confiança en si mateixes. Izquierdo està convençuda que "cal donar visibilitat a les emprenedores d'èxit" perquè altres dones s'hi inspirin i vulguin seguir els seus passos. ■

El primer per l'esquerra és Jacob Suñol, un dels creadors de Medtep, plataforma tecnològica per emmagatzemar les dades sanitàries dels pacients. Al mig, Ana Izquierdo, creadora de dues *start-ups* i del fons d'inversió Inveready, promou la participació femenina en la creació de noves empreses tecnològiques. A la dreta, Pere Vallès, responsable de Scytl, que va gestionar el vot electrònic a les darreres eleccions dels EUA.



© Ana Yael Zareceansky

Ko Tazawa

Catalanòfil, professor universitari i traductor

Tres trobades, i esperant la quarta

Ko Tazawa va venir per primera vegada a Barcelona l'any 1978, enviat pel seu banc perquè hi aprengué castellà. El seu contacte amb la societat catalana el duria a convertir-se en un enamorat del país, de la seva cultura i de la seva llengua. I encara hi tornaria dues vegades més, la darrera l'any 1993, amb la seva dona i els dos fills, per doctorar-se en filologia catalana.

Sóc japonès. Tinc 59 anys. Visc a Kobe, Japó. Sóc professor universitari i catalanòfil. Em dedico principalment a traduir obres catalanes al japonès i viceversa, i a escriure llibres per presentar la cultura catalana al poble japonès i viceversa. Ja fa més de trenta anys que em relaciono amb Barcelona. Tot i aquestes condicions, potser no sóc la persona més indicada per escriure un article sobre com es veu Barcelona des del Japó. M'explicaré. Per fer-ho caldria que hi hagués certa distància entre aquesta ciutat i jo. És cert que visc al Japó físicament, però emocionalment hi ha menys distància entre Barcelona i jo que no pas entre Tòquio (que és a uns 600 km de Kobe) i jo. El que exposaré a continuació serà, per tant, una visió molt personal de la ciutat...

M'he trobat amb tres Barcelones diferents en tres moments crucials de la meua vida.

La primera trobada es va produir cap al 1978. Aleshores jo treballava en un banc japonès. Em van enviar a Barcelona perquè hi aprengué el castellà (!). La Barcelona d'abans dels Jocs Olímpics era una ciutat, en una paraula, fosca. Potser aquesta impressió la va causar el meu estat d'ànim, la meua angoixa, perquè havia d'aprendre el castellà, que no havia estudiat mai, i començar a treballar al cap de mig any a l'oficina de Madrid.

Era l'època del referèndum de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya. Als carrers es veia i se sentia molt el català. No només això. Els noms dels carrers es canviaven del castellà al català d'un dia per l'altre. A vegades s'enganxava el paper amb el nom català del carrer a sobre del marbre amb el nom antic. Les escenes em van fascinar. "Aquí es poden observar de prop les relacions tan estretes entre la llengua i la socie-

tat!", vaig pensar. Aquella experiència em va canviar el rumb de la vida, perquè em va fer adonar que el que realment m'interessava no era la feina del banc, sinó les llengües.

La intenció del banc de tenir un empleat més amb coneixement del castellà va fracassar perquè al cap d'un any de tornar al Japó vaig deixar de treballar-hi. Vaig entrar al curs de postgraduat d'una universitat. El tema dels estudis ja el tenia ben clar: sociolingüística catalana.

El segon contacte amb Barcelona es va produir quan ja tenia un cert coneixement del català. L'havia estudiat amb llibres i cassetts, però no havia estat mai a Catalunya parlant-lo. Estava subscript al diari *Avui* i llegia amb molt d'interès "A la vora de...", d'en Josep Maria Espinàs. Un dia se'm va acudir escriure-li i demanar la seva col·laboració per tenir l'oportunitat de viure amb una família barcelonina, i així entrar en contacte directe amb el català. La veritat és que no esperava que em contestés, un escriptor tan important. Efectivament, van passar una setmana, dues setmanes... res. Quan vaig obrir, però, el diari del dia 13 de març del 1990, vaig veure el meu nom al seu article. No només el meu nom, sinó que també hi estava reproduïda la meua carta sencera. El senyor Espinàs demanava als lectors que em deixessin estar-me a casa seva. Després d'uns dies em van arribar una vintena de cartes oferint-me casa. Fins i tot n'hi havia una del propietari d'un restaurant que em convidava a dinar al seu establiment cada dia!

Em va costar moltíssim triar-ne una. Finalment em vaig decidir per la casa més cèntrica del carrer de Pau Claris. La família que em va allotjar era una família molt catalana de classe mitjana. La senyora de la casa cuinava superbé. S'es-



© Ko Tazawa

forçava molt per oferir-me la varietat més àmplia de la cuina casolana catalana: mandonguilles, macarrons, canalons, arròs, crema catalana... El senyor era un empresari amb un criteri moral típic de la burgesia catalana, en el millor sentit de la paraula: amor al treball ben fet, amor a la família i amor a Déu. La meva estada va durar uns quinze dies. Va ser molt curta però molt fructífera. Vaig poder conèixer millor la llengua, la cultura i la gent de Catalunya. Barcelona ja no em semblava tan fosca com abans.

Hi va haver un *subproducte* d'aquesta trobada: Josep Maria Espinàs em va proposar escriure un llibre sobre la meva trajectòria relacionada amb Catalunya. El resultat és



Catalunya i un japonès (La Campana), que es va convertir, per a sorpresa meua, en un petit *best-seller*.

La tercera trobada va tenir lloc cap al 1993. Havia començat a ensenyar el castellà en una universitat d'Osaka. Ja estava casat i teníem dos fills. La vida ens anava prou bé, però sentia la necessitat de conèixer Catalunya encara millor. Caldria anar a fer el doctorat a Barcelona, així ho creia, i això em suposava haver de renunciar a la meua feina a la universitat. No havia estat gens fàcil obtenir-la, i si la deixava no tenia cap garantia de poder tornar-hi.

Ja havia arriscat l'estabilitat de la meua vida quan vaig deixar de treballar al banc. Aleshores la meua dona havia estat molt comprensiva. Però aquesta vegada la situació era ben diferent, amb dos fills de sis i tres anys. Sabia, però, que els meus estudis catalanístics no tindrien futur sense moure'm d'on era. Finalment vaig parlar-ne amb la meua dona i va dir que sí. La decisió no li devia ser gens fàcil. Li ho agraeixo encara ara.

La destinació, Barcelona! Tots quatre vam llançar-nos a la nova aventura. Era un repte per a mi, és clar. Però també ho era per als fills, en Yu i en Kei. Cap dels dos no sabia res de català ni de castellà. Portar-los amb nosaltres significava separar-los d'un ambient totalment japonès per ficar-los en un altre de nou, el català. En Yu, al principi, a l'escola, no sabia ni demanar on era el lavabo, i quan en tenia necessitat havia de seguir algun company que fes pinta d'anar-hi. En Kei plorava molt cada matí quan es quedava en mans de la senyoreta del parvulari. El pobret no devia entendre per què la gent del voltant no tenien uns ulls oblics com els seus ni parlaven una llengua comprensible. Però al cap de mig any els dos ja sabien defensar-se en català a la seva manera. La meua dona, que ja sabia castellà, també va fer molts esforços per aprendre el català.

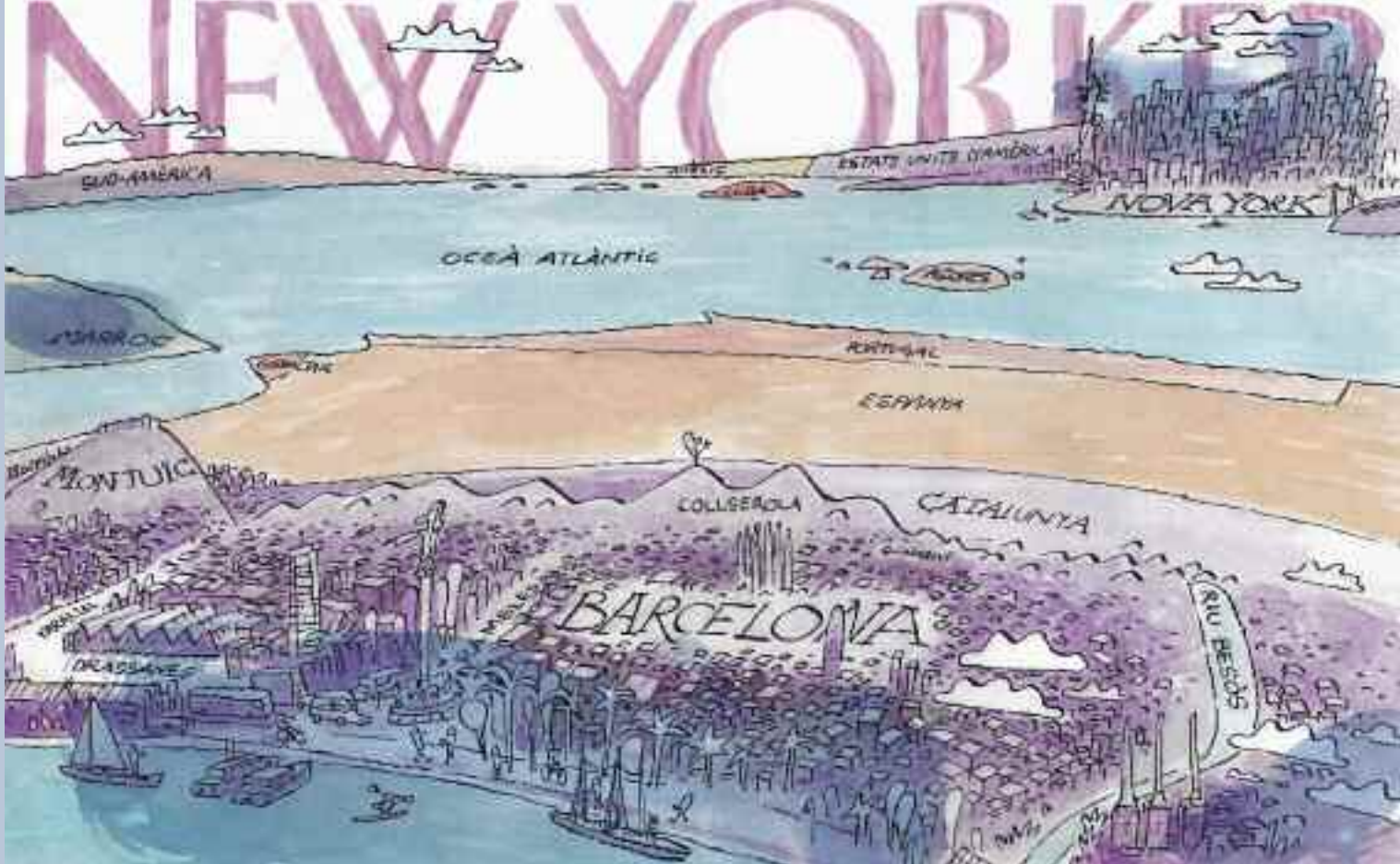
L'existència dels fills ens va proporcionar oportunitats extremes per eixamplar el nostre radi d'activitats. Vam establir amistat amb els pares de bastants dels seus col·legues. A Barcelona, a diferència del que passa al Japó, és habitual que la gent et convidi a casa seva perquè hi juguin els fills. Això ajuda molt a trencar el gel. Si el teu fill et diu que vol anar a jugar amb un amic, has de relacionar-te amb els seus pares forçosament, encara que no els coneguis bé.

Gràcies a la col·laboració de la meua dona i dels fills, l'estada de tres anys a Barcelona va resultar tot un èxit. Vaig poder obtenir el títol de doctor en filologia catalana a la Universitat de Barcelona. Però, sobretot, tots nosaltres hi vam tenir unes experiències precioses. Si Barcelona em semblava més lluminosa que abans, no devia ser només per la campanya de "Barcelona, posa't guapa".

Els nostres fills encara mantenen l'amistat d'aleshores. I nosaltres mateixos tenim més amics a Catalunya que al Japó. La meua dona diu que es troba més a gust a Catalunya perquè la gent diu el que realment pensa i sent. Al Japó, moltes vegades, has d'endevinar què s'amaga darrere de les paraules dels altres. Per a la meua dona, que és una persona molt senzilla, aquest costum és difícil d'assumir.

Quan serà la nostra quarta trobada amb Barcelona? Els fills ja són independents. Se'ns apropa la jubilació. Per a nosaltres seria ideal poder fer la vida entre Barcelona i Kobe, publicant jo traduccions i escrits. ■

En aquesta pàgina, a l'esquerra, l'autor de l'article per l'època de la seva segona estada a Barcelona, l'any 1990. A sota, el llibre que va publicar el 1993 com a fruit d'aquella estada i de la seva amistat amb en Josep Maria Espinàs.



© Oscar Julve

Jordi Graupera
Periodista

Sota la lupa de 'The New Yorker'

El setmanari *The New Yorker* s'associa a un periodisme antic, pausat, d'articles llargs i documentats minuciosament. Barcelona apareix en un de cada vint dels 4.100 números publicats per la revista des de 1925: dos cops l'any de mitjana, tot i que durant la dictadura franquista amb prou feines s'hi esmenta deu vegades. Alguns dels textos més destacats, posats en conjunt, ofereixen una clara visió de les fases per les quals ha passat la ciutat i de la seva relació amb el país, i també dels pecats que encara no hem expiat. I en tots els articles es pot trobar nítidament un patró: quan un barceloní prova de caminar dret, els *newyorkers* se'l miren com un igual.

La capital del reporterisme literari

Les revistes fetes a Nova York són la finestra al món cosmopolita que les lleis i els costums nord-americans volen expressar. La presència de Barcelona a *The New Yorker* comença l'any 1935, amb una descripció del carnaval que prefigura ja l'ombra de la moral de postguerra, en fort contrast amb l'alegria de viure de la Segona República, encara vigent.

Fundat el 1925 amb la intenció de ser un setmanari satíric i culte, *The New Yorker* de seguida es va vendre molt bé. Representa amb total exactitud la relació de germanastres que manté la capital cultural dels Estats Units amb el seu rerepaís: s'estimen per la mitja sang que comparteixen. Sovint sembla que hagin de mantenir encontres incestuosos, però es manté una distància feta de ressentiment.

Les revistes fetes a Nova York són la finestra al món cosmopolita que les lleis i els costums nord-americans volen expressar, i funcionen com un poderós incentiu per als joves artistes que somien fer-se un lloc a l'Olimp literari de la llengua angloamericana i de l'art en general. El periodisme és un instrument de poder, explica amb total transparència els deutes que cada escriptor té amb el seu país i el preu que paga pel lloc que ocupa en el concert de les nacions. Per això les revistes americanes del segle XX són portaavions culturals. Pum-pum-pum, gran calibre.

The New Yorker s'associa a un periodisme antic, pausat, d'articles llargs. Deu o vint pàgines sense perdre les bones formes, escrites amb voluntat d'apoderar-se del llenguatge i les converses, i minuciosament documentades: sempre hi ha anècdota i categoria. És la capital del reporterisme literari, paguen bé. Tu mires una ciutat potent, que es fa càrrec d'un país dret, i de seguida veus el gruix cultural i una casta de creadors amb temps per escriure i marge per jugar-se-la.

Si escrius la paraula "Barcelona" al cercador de l'hemeroteca de *The New Yorker*, en surten 223 resultats. Des de 1925 s'han publicat 4.100 números, cosa que vol dir que Barcelona hi apareix en un de cada vint, dos cops l'any de mitjana. Però durant la dictadura franquista amb prou feines s'hi esmenta deu vegades. La primera referència és un article breu de 1935, a la secció "Talk of the Town", que és la macedònia de curiositats que se suposa que ronden per la conversa local. Es titula "*How sad*" (Que trist) i reproduïx la carta d'un barceloní que havia viscut a Nova York, en què descriu una *parade* de carrosses de carnaval pel passeig de Gràcia. I acaba:

"Al carrer, centenars de persones disfressades gairebé exclusivament de Charlot o Gandhi passen i proven de convèncer-se que s'ho passen bé [...] Patrulles de la policia muntada, fortament armades, recorden a tothom les dràstiques prohibicions vigents, com la de no dur màscara ni banderoles de colors que puguin ofendre la moral, els sentiments polítics i els religiosos." La imatge és eloqüent: barcelonins disfressats de Charlot i Gandhi, és a dir, de pallaso o de pacifista (o, per dir-ho elogiosament, d'antifeixista o inde-



© Pérez de Rozas / AFB

pendentista), rodejats de patrulles armades. Som cinc mesos després del 6 d'octubre i un any i mig abans del començament de la Guerra Civil. Quins colors ha de tenir una banderola per ofendre els sentiments polítics? La reacció del cronista també és premonitòria: l'hedonisme com a sortida a la pena, el cosmopolitisme de còctel com a ascetisme. Prefigura ja l'ombra de la moral de postguerra i contrasta amb l'alegria de viure i l'agitació mítica de la República, encara vigent legalment.

La resta d'articles centrats en Barcelona ja són de reporters a sou. Un l'any 1944, dos als anys cinquanta i dos als seixanta. A partir de la transició els articles es multipliquen i es fan més variats i concrets pel que fa als temes: sobretot pintura, dansa, arquitectura i darrerament gastronomia i Woody Allen. N'hi ha un el 1992 que, aprofitant les olimpíades, passa revista al catalanisme amb detalls de lupa i poca visió de conjunt. Posat al costat dels cinc articles que es publiquen centrats en Barcelona durant la dictadura, queden explicades les fases per les quals ha passat la ciutat i la seva relació amb el país, així com els pecats que no hem expiat. ■

Les primeres referències a Barcelona apareixen a *The New Yorker* en un article de 1935 dedicat a una desfilada de carrosses pel passeig de Gràcia, al carnaval de 1935. Les imatges d'aquesta pàgina corresponen al carnaval barceloní de l'any següent: a dalt, un "enterrament de la sardina", a Montjuïc; a sota, desfilada pel passeig de Gràcia.



© Pérez de Rozas / AFB



© Fox Photos / Getty Images

Any 1957: el carrer de Pelai, descrit per l'agència fotogràfica Fox com "un atafegat carrer de Barcelona, famosa ciutat espanyola i capital de Catalunya". Pocs anys abans, encara en plena postguerra, l'escriptora i crítica Marya Mannes destacava a *The New Yorker* "l'esperit americà" de Barcelona.

Lluny, molt lluny de Madrid

El text publicat el 1944 per Marya Mannes és un article de guerra. Els aliats ja fa sis mesos que han desembarcat a Normandia i París ha estat alliberada a l'agost. La pregunta implícita és si creuar els Pirineus amb l'exèrcit aliat és una empresa aconsellable.

El tema de l'article, publicat en forma de "Letter from Barcelona", era candent: guardo a casa una portada de la revista *Time*, també de 1944, on es veu un mapa de la península amb la cara de Franco sobreimpresa, i s'hi llegeix: "Franco d'Ibèria. Un avanç contra ell és un avanç contra Hitler." Mannes posa en relació les virtuts i els defectes dels catalans amb els interessos americans. L'article no es pot desfer d'un aire d'informe per al Departament d'Estat, fins a dur-lo a l'extrem: "Els catalans de totes les faccions serien a la primera onada en una revolta", diu al final. Però amb un però: no se sap si són prou seriosos. El paràgraf d'obertura ja deixa clar que Barcelona és Catalunya, i Madrid és Franco, i a partir d'aquí la resta del text aprofundirà en la dicotomia:

"Barcelona és molt, molt lluny de Madrid [...] Les muntanyes que separen Catalunya de França no són tan

altes com la barrera invisible entre Catalunya i Castella. Madrid és el passat i Barcelona el futur de la que va ser una gran nació. Com tots els ports, Barcelona és una ciutat natural, que ha crescut a partir de la geografia. Madrid és una ciutat artificial, una capital arbitrària." La raó per la qual Barcelona pot ser una aliada és l'existència d'una nació a sota, oprimida pels feixistes espanyols –són els anys d'or de la Falange. No podia ser un tema estrany per al lector que

“ El caràcter de la Barcelona que retrata Mannes fa contrast amb el fosc nacionalisme de l'Espanya central. ”

hagués seguit la Guerra Mundial a la premsa americana. Els catalans vistos com si fossin francesos o austríacs dibuixen un mapa d'aliances transparent, i una conclusió inevitable.

La Barcelona de Mannes sembla Manhattan: hi ha museus d'art contemporani, moltes llibreries, gent culta i liberal. El misticisme de Montserrat i la lleugeresa mediterrània "són una gran barreja creativa". El Liceu juga a la lliga de La Scala i París, el ballet rus hi té parada fixa; Pau Casals, "el millor violoncel·lista del món", és català; i fins i tot hi ha un director d'orquestra japonès que és un clàssic del bar del Ritz, on llegeix el *Daily Mail*. Els catalans, diu, llegeixen molt, i com que gairebé tot està censurat, els llibres de moda són una biografia de Churchill i un còmic de Mickey Mouse: són dels nostres! Els industrials són proamericans, i tothom treballa més i està obert al canvi i al progrés, no com a Madrid, on viuen de gorra i són tancats. Fa menció de la revista *Destino*, que "ha aconseguit mantenir-se proaliada" malgrat Franco, i de *La Codorniz* –"una revista apolítica i plena de *cartoons* humorístics"–, úniques excepcions a un periodisme pla i emocional, lliurat a la propaganda governamental. I fins i tot "les noies de Barcelona caminen segures i lliures, gairebé com les *American girls*." I conclou: "Barcelona té, en general, un esperit americà; l'energia, les ganes, la curiositat i el sentit de l'humor fan contrast amb el fosc i profund nacionalisme de l'Espanya central."

Després se centra en la injustícia que pateix la ciutat, i amb ella, el país. Dóna veu a la reivindicació catalanista per davant de la comunista o l'anarquista, i això fa pensar que vol posar el públic a favor d'una intervenció aliada, com la revista *Time*. I també planteja una qüestió més profunda: el futur de Barcelona és Catalunya, i la potència de la ciutat s'aguanta sobre la cultura en sentit ampli, sobre la història i sobre la seva ambició, més que sobre la ideologia. ■

Caos, desfeta i humiliació

Els articles dels anys cinquanta mostren un país derrotat i vulgar, que només se salva per l'exotisme mediterrani. Cristal·litza el mite de la bona vida barcelonina, sustentada en el desordre, la calor, la bohèmia, la impuntualitat, el sexe i, en general, en un *carpe diem* relaxat, brut i sense cultura. Per sota es detecten una tristesa, un silenci.

El reportatge de 1955 el signa Joseph Wechsberg, escriptor, periodista i músic txec, lluitador antinazi des dels anys trenta. Secretari parlamentari del partit jueu txec i defensor de la causa sudeta, va adoptar la ciutadania nord-americana a l'inici de la Segona Guerra Mundial, per tornar a Europa el 1943 com a corresponsal de guerra. Després del conflicte va treballar per a la Comissió de Crims de Guerra i va escriure *The Murderers Among Us* (1967), llibre on desemmascarava exoficials nazis ocults a Llatinoamèrica o desmemoriats a Berlín. Poca broma, doncs.

L'article de Wechsberg, però, no té res a veure amb el de Mannes. No és polític, ni tan sols cultural en un sentit ampli. És una caricatura molt entretinguda del viatge d'una companyia d'òpera vienesa que estrena un Mozart i un Wagner al Liceu. Val la pena consignar la diferència entre les definicions de Barcelona que feia Mannes i la de Wechsberg, que diu: "Barcelona no és només la segona ciutat més gran d'Espanya, sinó que també és la més sorollosa. La part més sorollosa és el vell Barri Gòtic, travessat per la Rambla, l'avinguda més pintoresca de la ciutat."

La resta del llarg reportatge desenvolupa aquesta idea. Si Mannes el va llegir, devia pensar que el procés "d'anivellament" orquestrat pel règim –tal com consigna a l'article de 1944– havia assolit els seus objectius amb un èxit notable. La ciutat culta i moderna, que participava del progrés espiritual i material d'Occident, s'ha transformat ara en un

cau de corrupteles i deixadesa; l'habitació de l'hotel sembla la cel·la d'un monjo, i les cotorres i les converses fins a altes hores de la matinada al bell mig de la Rambla no deixen dormir les *prime donne* i els directors que proven d'agafar el son a les habitacions nobles de l'Hotel Oriente.

Els barcelonins són fanàtics del futbol i dels toros; sembla que també són grans amants de l'òpera, i encara que no van al Liceu comenten la jugada. Els cantants, avesats a Viena, s'enyoren de casa –el baríton està fins al capdamunt de menjar peix– i es constipen de tanta vida nocturna i tan poc descans. No paren de queixar-se: quin país més incivilitzat! La ciutat és nocturna: les botigues tanquen passada la mitjanit i no obren fins al migdia de l'endemà; els espectacles comencen a les deu, sense que amb prou feines hi hagi públic a la sala, que es va omplint de mica en mica; els descansos són llargs per permetre llargues converses i que les noies ensenyin els vestits colorits; i els tècnics i els figurants, un cop acabada la funció, encara surten de copes fins a les sis. Els bombers, al seu torn, passen la funció fumant entre bastidors. "Són cooperatius i mai no s'irriten. Deu ser el peix fresc que mengen," diu el director de la companyia. Ningú no diria que han passat només onze anys des de l'article anterior.

El quadre estètic devia semblar molt exòtic al lector de *The New Yorker*, i Wechsberg segurament jugava a exagerar, però el resum moral era que ni hi havia país ni normes

© Pérez de Rozas / AFB



L'entrada al Liceu abans d'una funció de gala, el 13 de novembre de 1958. Joseph Wechsberg assegurava al seu article de 1955 que els barcelonins eren fanàtics del futbol, els toros i l'òpera, i encara que la majoria no anaven al Liceu, eren capaços de comentar-ne les novetats.

elementals. Sota la crosta del règim, això sí, emergia una força que s'escapava cap a l'hedonisme. No hi havia esperit combatiu, però sí un bon esperit, alegre i bohemí, una mica com de segle XIX, popular i llardós.

De fet, de tornada a Viena, després d'un èxit esclatant i exquisidament nòrdic, els cantants que tant s'han queixat troben a faltar l'escalfor de la gent barcelonina i la impudícia de les seves *girls*. És la Barcelona espanyola i l'Espanya africana. Sol, sexe i vi. Els Pirineus són ja frontera. El fet que a un jueu sudet, històric combatent, li passi Barcelona pel davant i no hi vegi res més indica l'estat de total descomposició de la ciutat, però també un canvi en els interessos dels lectors i dels governants nord-americans. L'article està envoltat d'anuncis de banyadors per a senyores i de whisky per a senyors. En aquesta època el preu de l'entrada més cara del Liceu val com vuit números de *The New Yorker*; el govern americà ja té quatre bases a la península; Espanya està en procés d'incorporació internacional –Unesco, ONU, pacte preferencial amb la CEE– gràcies a la guerra freda, i som a quatre anys de la intervenció de l'FMI i a punt de començar el govern dels tecnòcrates de l'Opus. El país i la ciutat han tocat fons i encara no ha arribat la remuntada.

L'article de l'any 1956 també ho ensenya. És una estranya peça de Frederick L. Keefe, guionista de Hollywood, sobre un viatge en cotxe de Madrid a Barcelona. No hi ha documentació, ni cap intenció política o ideològica. És tot descripció. Keefe va en cotxe i a l'altura de Medinaceli

Una típica escena nocturna del Barri Xino durant l'estada de la VI Flota dels Estats Units al port de Barcelona, el gener de 1952. El país i la ciutat havien tocat fons.

© Nat Farbman / Time & Life Pictures / Getty Images



recull un historiador català format a Cambridge, amb cara de passar gana. Després de criticar l'estupidesa del franquisme al llarg del trajecte, l'historiador acaba victorejant la comitiva de Franco al davant d'uns guàrdies civils en una escena que recorda *Bienvenido, Mister Marshall*. En una descripció que t'omple de pena, Keefe explica com l'historiador passa la resta del viatge amb un posat taciturn i incòmode. Finalment, quan Keefe, molt educadament, li pregunta què li passa, l'historiador es disculpa per la seva incoherència. Acomplexat davant l'americà, només

“ Alastair Reid, l'any 1963, es lamenta del fracàs de l'estat català i considera que el separatisme és un moviment mort. ”

sap justificar-se amb una frase que devia significar per al llicenciat de Cambridge una humiliació: “A Espanya sovint has de pensar d'una manera i actuar d'una altra. Saps què vull dir?” El quadre dels anys cinquanta, doncs, queda complet: caos col·lectiu, desfeta cultural i humiliació intel·lectual: provincians, covards i supervivents.

Recuperació i acomodament mental

Els dos articles dels anys 1961 i 1963, en canvi, ensenyen que el país ha reaparegut. Els firma un escriptor americà d'origen escocès, Alastair Reid. Com el de 1944, són un compendi documentadíssim de tòpics catalanistes, culturals i polítics, i mostren clarament que Barcelona depèn de la força del país, i viceversa. Com més catalana és Barcelona, com més aprofundeix en les possibilitats de la seva història, més cosmopolita és, més moderna, més europea; i més comprensible per al lector.

L'article de 1961, també titulat “Letter from Barcelona”, ocupa quaranta pàgines i és el reportatge central. Reid diu que Barcelona ha tingut dues històries diferents: una de llarga i gloriosa que comença amb la seva fundació, port marítim comercial i estratègic des dels romans, capital d'una de les grans nacions del Mediterrani, independent d'esperit, industriosa i valenta; i l'altra, una història curta i brutal que comença amb la industrialització. Sobre aquesta base històrica descriu la realitat dels seixanta, econòmicament deprimida i culturalment “castrada”. Però s'hi endevinen moviments; tot respira de nou i permet de veure-hi el país.

L'Espanya dels seixanta és fruit del creixement econòmic posat a rodar gràcies al creixement d'Europa, l'ajuda nord-americana i el Plan de Estabilización de 1959. Si l'article de l'any 1961 ensenyava un país pobre però viu, sotmès al xoc de les reformes del 1959, el de l'any 1963 mostra que les reformes han funcionat. Això desemboca en un acomodament mental que accepta la fortalesa històrica del franquisme i en una entrega absoluta al mite del *milagro español*. Fraga és el publicista de l'obertura del règim i el candidat més plausible a la successió del vell dictador. En



© Pérez de Rozas / AFB

La sala d'actes del Foment del Treball, plena a vessar de "trabajadores de Cataluña", durant una conferència que el ministre franquista de Treball hi va fer el 29 d'octubre de 1963.

A sota, Manuel Fraga, aleshores ministre d'Informació i Turisme, visita els estudis de TVE de Miramar amb motiu de la inauguració d'uns nous equips, el 14 de novembre del mateix any.

l'altre plat de la balança hi ha una acurada descripció de l'estat mental dels supervivents de la guerra, que viuen entre malsons, angoixes i silencis.

Però de totes les explicacions que Reid dóna, el catalanisme acaba sent la seva taula de salvament. Reid ens mira amb simpatia i es lamenta del fracàs de l'estat català –"una tragèdia dins d'una tragèdia"–, però alhora no s'està de fer veure que políticament és un moviment mort. Al principi del segle, diu, el separatisme ho tenia tot per ser un moviment seriós: cultura pròpia, economia i idees polítiques modernes, però ara és només un cadàver que ningú no reclama, ignorat en una nevera del dipòsit. Com que li sembla que el país té condicions per ser, intueix que l'única resposta al fet que no hagi arribat a res ha de ser antropològica.

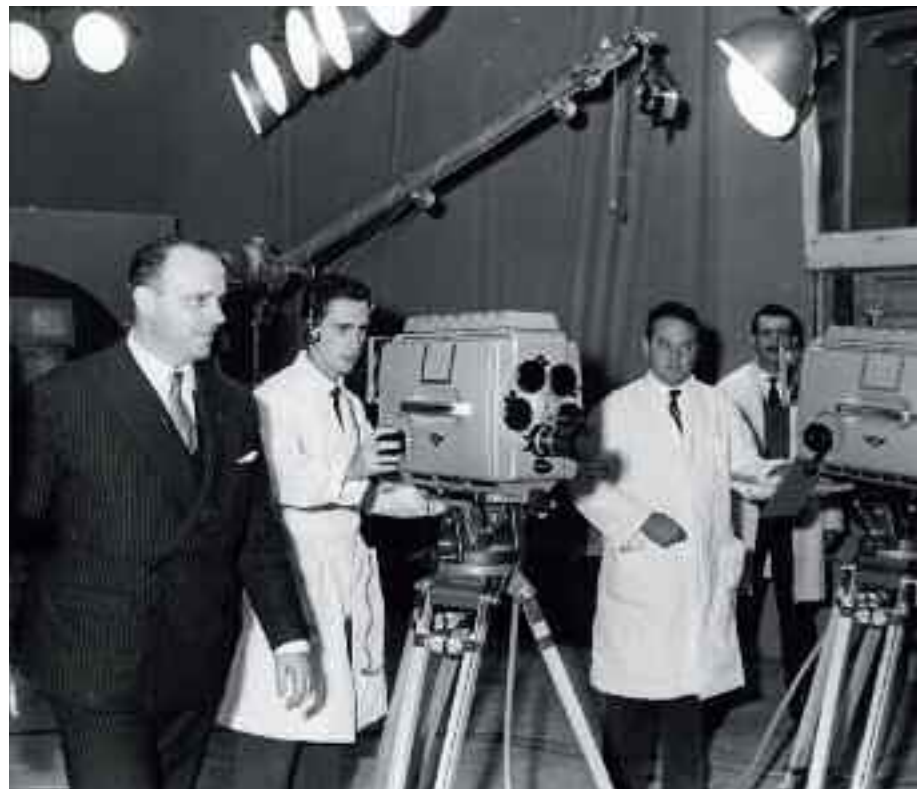
Vida sotmesa i derrota permanent

Sobre la manera de viure barcelonina hi edifica un discurs que ja serà definitiu: la bona vida del sud fa que els espanyols no sàpiguen què és la més elemental responsabilitat política. I els catalans viuen empresonats entre el règim d'un petit militar sàdic amb veu de dona repel·lent i els límits mentals de la seva sensualitat, cosa que explica la manca total de disciplina, les explosions de rauxa que mai no arriben a res, el pragmatisme econòmic i una endèmica preferència per la congelació de l'instant present, en un etern suspens de sol i joia interior, abans que la velocitat i el cost del futur. El preu de l'anarquisme moral és una vida sotmesa i una derrota permanent, que només una disposició metafísica del caràcter deu permetre aguantar.

Això no vol dir que no se li escapi un cert optimisme, com si detectés un batec. Barcelona el desconcerta perquè, tot i la veu moderna i a punt per al que sigui, culta i amb gruix, ni les elits ni el poble no tenen cap musculatura o

determinació per fer-ho real, més enllà d'una gana retòrica. Dues vegades usa la paraula "castrats". L'article donaria per a una tesi doctoral, i demostra que per entendre Catalunya i Barcelona, i per explicar-la, no hi ha cap més remei que recórrer a la psicologia i col·locar-la en un context històric de segles. ■

© Pérez de Rozas / AFB



Pasqual Maragall, alcalde de Barcelona, i Felipe González, president del govern espanyol, visiten l'Oficina Olímpica de la ciutat el 5 de març de 1986.



© Pérez de Rozas / AFB

1992 i el fangar postmodern

Amb motiu dels Jocs Olímpics, la revista torna a publicar un reportatge central dedicat a Catalunya. Barcelona hi apareix ancorada en el consumisme, com a paradigma de la societat tardocapitalista del benestar. La llei de posar el comptador de la memòria a zero dóna els seus fruits, però ficció i realitat acaben confonent-se.

Passada la transició, els articles es multipliquen i els temes de què tracten es dispersen fins l'any 1992, quan, amb l'ex-cusa de les olimpíades, la revista torna a publicar un reportatge central, aquest cop titulat "Catalonia", firmat per una de les seves plomes més conegudes, William Finnegan. És un prodigi de periodisme anglosaxó, pel detall, per la professionalitat i per l'agudesa del diagnòstic. Barcelona hi apareix com un fangar postmodern, ancorat en el consumisme, paradigma de la societat tardocapitalista del benestar. Les ideologies s'hi han diluït a base de televisions de moltes polzades i l'economia dels serveis. El catalanisme apareix com un corrent de fons, burgès i conservador, que ha pres la forma tova del "cosmopolitisme socialista" de Maragall, de qui diu que és un home que se sent còmode amb els equilibris impurs de la política contemporània.

Els catalans i especialment els barcelonins sentim una punxada quan pensem en el 1992. És a partir dels Jocs que els barcelonins descobreixen un nou orgull i el passegen pel món sense vergonya. Veure la reacció que els estrangers tenen quan dius que ets de Barcelona fa evident que treure pit està més que justificat; però, en paral·lel, el barceloní pot semblar un fatxenda enamorat de si mateix. Exagerem el nostre amor propi perquè és l'únic amor que tenim. I mirem els clients com a amants. La meva germana, quan vivia a Londres, va rebre una lliçó sobre això. Un holandès li va preguntar d'on era, i ella va contestar que "de la millor ciutat del món". "De Barcelona," va dir l'holandès. "Sí, com

ho saps?", va inquirir la meva germana. "Només una persona de Barcelona diria una cosa així", va respondre l'altre.

Històricament els Jocs són un punt d'inflexió. La ciutat s'allibera d'algunes deficiències òbvies i construeix. Es descongelen els seixanta. El món se n'enamora amb la cobdícia dels turistes tèrmit. L'article de 1992 és bo precisament perquè és capaç de veure més enllà del cartó pedra i descriure amb precisió de taxonomista l'estat psicològic d'un país que ha decidit concentrar-se a ser una indústria de serveis aprofitant la geografia. L'avís que feia Reid a l'article de 1961 sobre la tendència a viure del sol troba una rèplica perfecta en l'article de Finnegan de 1992. El 1963 Reid citava un economista espanyol que, interrogat sobre la indústria turística, parlava directament de la prostitució del país. I un mecànic li deia: "Fa cinc anys, si hagués calgut, hauria cremat la meva àvia; ara només vull treballar." En perfecta continuïtat, en l'article de 1992, Finnegan explica l'evolució ideològica d'un alcalde perifèric, el de Castelldefels, que de ser comunista i representar la immigració obrera passa a aprofitar la construcció del canal olímpic per repensar la ciutat com un centre d'acollida d'hedonistes. Els seus votants, diu, ja no són obrers, són tècnics.

L'amnèsia com a paradigma cultural

La generació que fa les coses el 1992, educada al tardofranquisme, imposa el paradigma cultural de l'amnèsia i conté els traumes amb ansiolòtics. És un zenit psicotròpic, i



Vista aèria del litoral durant la construcció de la Vila Olímpica, en una imatge presa el mes de setembre de 1987.

© AFB

tothom se sent responsable de l'èxit. Finnegan entrevista Rubert de Ventós, que alerta sobre el perill global que és el nacionalisme, i cita Aristòtil per dir que per organitzar bé una polis cal tenir el control sobre l'amnèsia col·lectiva. Però també hi apareix un periodista local de Castelldefels que diu sentir-se sol perquè és un catalanoparlant enmig d'una ciutat castellanoparlant.

La imatge que desprèn l'article combina l'èxit econòmic que ha permès convertir els obrers immigrants espanyols de la dictadura en una classe mitjana pròpia de les democràcies occidentals, amb la dissecció de l'estrip cultural que suposa la presència i el nombre d'aquests "andalusos, murcians i extremenys". En general, però, l'alquímia ha aconseguit mantenir el catalanisme al centre de la política, que apareix com un sistema de protecció mútua basat en equilibris, no en la justícia o la dignitat. És la seguretat i no la llibertat. L'exemple és un empresari que deambula per una recepció al Palau de Pedralbes –"residència de Franco en les seves visites a la ciutat"– en la qual s'evidencia que les elits catalanes són poca gent i es coneixen tots. Pujol i Maragall han aparcat les seves diferències, i Samaranch governa l'alegria i el consens. L'empresari en qüestió es passeja entre canapès i rialles. Primer es va fer ric construint els habitatges amb aluminosi dels immigrants dels seixanta i ara és un dels grans patrons del nou museu d'art contemporani de Barcelona. *Alehop*, tothom cau dret. Les elits castellanenes han desaparegut de l'espai dels focus, però són una crosta finíssima al capdamunt de tot, i la burgesia catalana, abans industrial, ara brinda per l'èxit econòmic de la Barcelona turística i immobiliària.

Uns quants s'enriqueixen, i en general tothom en surt beneficiat materialment. A més, l'ocasió de ser el punt de fuga de totes les grans televisions del planeta activa les forces vives i mortes, de tots els bàndols, per colar la seva

veritat en una falca. Però sense alterar el to moderat i complaent. Fins i tot els crítics oficials, com ara Vázquez Montalbán, han aconseguit treure'n profit, publicant articles i novel·les policiaques ambientades en aquesta Barcelona nova i desmemoriada. I rep a la seva casa de Collserola les televisions de tot el món. És el portaveu de la intel·ligència local. No sense ironia, Finnegan descriu Montalbán com un comunista democràtic i un gourmet.

És l'època de la guerra de Bòsnia i els contrastos entre Sarajevo i Barcelona són a la balança de tota anàlisi i de tota emoció. També en l'article, com era d'esperar: s'hi veuen adolescents que reparteixen pamflets de *Freedom for Catalonia*, però costa de creure que aquesta societat panxacontenta estigui oprimida. Calma absoluta entre gesticulacions i feixos de bitllets. La llei de posar el comptador de la memòria a zero dóna els seus fruits, però s'acaba confonent amb la realitat: com si el país i la ciutat realment haguessin començat de zero vint anys abans. I la ciutat hagués aparegut per generació espontània.

La ciutat i el país arrossegaran les conseqüències d'aquesta buidor fins a esclatar en el present, vint anys més tard. La ciutat reneix i alhora queda destrossada. La ingenuïtat i la bondat de *Amics per sempre* ens deixarà sols i desarmats; imatge i resum del Fòrum de les Cultures del 2004. L'emergència de *l'esplendor i la glòria de la Internacional Papanates*.

Un cas a part és Samaranch, a qui l'article dedica força espai. A cada entrevistat –polític, professor, periodista, ciutadà anònim– Finnegan li pregunta per Samaranch i el seu passat falangista. El retrat que n'emergeix té més punxa que els obituaris que fa poc li van escriure, carregats de deutes. Va ser més falangista del que li era necessari; va anihilar les seves arrels catalanes; va dedicar-se a l'esport, que és l'instrument d'adoctrinament principal dels totalita-

rismes; sempre va saber caure dempeus; va arribar al capdamunt del COI gràcies al suport de les elits poc o gens democràtiques de l'antiga URSS, a qui va conèixer com a ambaixador a Moscou; s'aferra al càrrec amb un estil gens anglosaxó, i és el principal artífex de la designació de Barcelona com a seu dels Jocs. El rei l'ha fet marquès. A ell i als seus ja els va bé la Barcelona olímpica. I se li perdona el passat perquè el paradigma és l'amnèsia i perquè, posats a prostituir-se, tenir un xulo que sap posar-te guapa i triar bons clients és millor que fer la carretera. Clarament és un enemic dels valors del lector de *The New Yorker*. I Finnegan prova d'entendre com funciona un país que és capaç de perdonar un passat feixista fins a l'extrem de la glòria.

Catalanisme i banalitat

El catalanisme hi apareix com una força desconcertada, passada pel filtre de la banalitat postmoderna. No hi ha noblesa, però hi ha la *pax* de l'abundància. Si mai hi ha una crisi forta, diu Finnegan, pot emergir el tribalisme o un nacionalisme més consistent i violent. Ara per ara, ni tan sols els Jocs Olímpics mostren que les pàtries siguin rellevants: el present són les marques. Michael Jordan s'oposa a vestir de Reebok, perquè és de Nike; i els jugadors de beisbol cubans somien amb contractes multimilionaris a la lliga nord-americana. En conjunt es consolida la Barcelona gran amfitriona, moderadament bohèmia, alegre, bonica. Tothom està tan còmode que no cal creure en res gaire seriosament. Els únics descontents són els que no han acabat de poder *fotre-hi* mà amb tranquil·litat, i en són pocs. Que no hi hagi cap referència històrica emparenta l'article amb els dels cinquanta, i és també un símptoma del desinterès del lector i dels aborígens. I de Finnegan, *for that matter*. L'article fa de context perfecte per a d'altres posteriors a la transició: gastronomia, art, viatges i poc més.

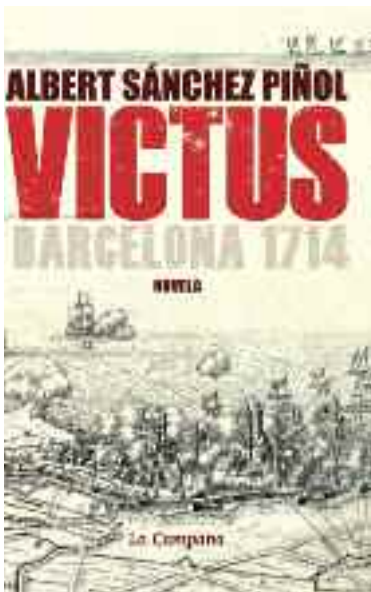
Pérez de Rozas / AFB

Tenim, doncs, la Barcelona aliada dels anys quaranta, l'africana dels cinquanta, la Barcelona *mite català i milagro español* dels seixanta i la turística dels noranta. La resta d'articles posteriors a la transició despleguen el detall de la cultura: sobretot Picasso, Dalí i Gaudí, però també Savall, Bolaño, Ferran Adrià i Portabella. Barcelona apareix com el continent d'una tradició plàstica important, però també com una destinació turística de primer ordre. Als anys vuitanta les crítiques són graníticament elogioses, però a mesura que avancen els noranta i especialment quan s'arriba a la primera dècada del segle l'entusiasme es va matisant. L'extrem és la crítica d'una exposició de l'any 2007 al Metropolitan de Nova York titulada "Barcelona and Modernity: Gaudí to Dalí". L'autor, després de dir que les obres de Picasso, Dalí i Gaudí fan entrar ganes de trucar a l'agència de viatges, acaba sobresaturat. L'excés de picassos innecessaris i d'autobombo fan presagiar que Barcelona deu ser una ciutat fatxenda, pagada de si mateixa. Picasso, Dalí i Gaudí són genis, diu, però al capdavant tothom ha de ser d'algun lloc. Què importa el lloc.

Qualsevol mirada estrangera sobre una ciutat està viciada pels interessos que defensa. *The New Yorker*, encara que sigui d'esquerres i en algun moment s'hagi volgut contracultural, és un arquetip benpensant, que es permet l'humor i la crítica, però no l'autodestrucció. Una ciutat, a ulls del lector de *The New Yorker*, ha de ser o un subjecte polític –com Londres o París– o bé un objecte de consum –com Bali. Com més subjecte polític vol ser una ciutat, amb més respecte es consumeix; i com més insignificants són les seves ambicions, més convida a l'aterratge dels pirates. Així, l'únic patró que es pot trobar nítidament en tots els articles és aquest: en cada context, quan un barceloní prova de caminar dret, els *newyorkers* se'l miren com un igual. ■



Els prínceps de Mònaco amb Juan Antonio Samaranch durant la inauguració del Saló Nàutic de Barcelona, el 15 de gener de 1976.



Esteve Plantada

Les raons de 'Victus'

Victus. Barcelona 1714
Albert Sánchez Piñol
La Campana Edicions
Barcelona, 2012
608 pàgines

“He aquí la gran verdad que encierra esta historia: que la razón está en la sinrazón”, ens diu Martí Zuviría, el protagonista de *Victus*, en un dels esmolats diàlegs que farceixen la darrera novel·la d'Albert Sánchez Piñol, potser la millor definició dels arguments d'aquesta història contundent. Sánchez Piñol dissenya els esdeveniments amb l'estil que el converteix en un narrador terriblement eficaç, amb un discurs compacte, sòlid i addictiu que aconsegueix provocar-nos la convulsió a través de la vivesa de l'esglai. Tal com ja va passar amb una força inusual a *La pell freda* (La Campana, 2002), i tal com ja va subratllar l'enginy sorprenent de *Pandora al Congo* (La Campana, 2005), el fet transcendeixen la ficció per instal·lar-se al cor de les nostres pròpies pors, novament a través del recurs de l'assetjament i la defensa. En aquesta ocasió, però, la trama ens remet, sense poder-ho evitar, als esdeveniments del present. L'horror que prové de 1714, i que provenia encara de més enllà, ens retopa avui amb una intensitat que esgarrifa.

Amb tot, un dels arguments que carrega de raons *Victus* és que transcendeix el fet nacional sense cap mena d'indulgència, amb 600 pàgines on queda clar que tot plegat és fruit de la dimensió vulgar –i alhora meravellosa– del fet d'existir i de voler ser, sense herois i amb una desraó exasperant que fa avançar el curs dels fets. Una novel·la

que mostra l'esfondrament moral d'un segle que viu en la pugna entre l'empirisme i el racionalisme, entre la llum i la foscor. La novel·la és una deliciosa ficció humanista que mostra les vergonyes i la putrefacció de la raó, dels egoismes, de les necessitats, dels instints que acaben vençant l'intel·lectualisme i el racionari. En aquest sentit, aquesta falla sobre la caiguda de Barcelona és imbuïda per l'esperit amb què John Locke va saber il·luminar els camins del nou segle: el món de Martí Zuviría com a reflex d'allò que desconeix, com la Paraula que cerca, insistent. Una sola paraula que conté tot el coneixement que abans ha estat negat i que serà la veritable raó que mou el món. Enorme i brillant resultarà aquest antiheroi, Zuvi Piernaslargas, però encara més encertat serà el contrapès narratiu de l'horrenda Waltraud, l'escriptora alemanya que esdevé el veritable narrador de la història. Per sort, la resta de personatges són, tots ells, artefactes brillants al servei d'una història polièdrica i riquíssima, cosa que basteix una novel·la amb una ambiciositat argumental que queda perfectament camuflada en l'engranatge minuciós de dades, de dates, de preguntes, de respostes, de tecnicismes i de desgràcies. Això sense perdre mai la guspira d'un ritme endimoniadament addictiu.

Dividida en tres parts, *Victus* esdevé un manual d'aquella gran i primera guerra mundial, però també

esdevé un homenatge fidel a la forma clàssica de narrar. Tres actes marcats perfectament per tres parts generoses i pulcres, amb una primera de presentació brillant on veiem la formació del personatge central, Zuviría; un mentor brillant, Vauban; la descoberta de l'amor, Jeanne, i el posicionament dels antagonistes del relat. Una segona part de transició cap al clímax del desastre, on fins i tot creiem que la salvació és possible. I un tercer acte amb la decrepitud d'uns temps d'horror i de vergonya. Cal destacar en aquest engranatge la veu del narrador, tot un prodigi d'absència d'efectisme i sensibleria. *Victus* és així, contundent, necessària i germinal. És una novel·la catalana que no és escrita en català. És una conquesta de la normalitat d'aquest país que vincla el pes d'una derrota de fa 300 anys a un futur que comença a escriure's. És la conquesta d'un episodi que havíem amagat a la memòria de les vergonyes de la nació, és l'esperit que reviu d'una tradició literària òrfena d'èpica.

Sánchez Piñol demostra a *Victus*, un cop més, que domina la narrativitat, la pulsio i els recursos magnètics del relat. Demostra, amb la bona nota de sempre, que l'estil és viu en la manera d'interrogar-nos, de sotjar-nos i d'oferir-nos un entreteniment que ens explica moltes més coses de les que pàim amb un estil mordaç, mancat d'atributs i resolutiu. ■

Jordi Llavina

El viatge en autobús

Jo agafava el 28 a la plaça Catalunya, davant la llibreria Catalònia. Aquell aparador, ple de novetats que em feien delir, més d'una vegada m'havia fet arribar tard a la cita amb la meua noia, que solia esperar-me a les grades desertes de la plaça Salvador Allende.

No fa gaires dies em vaig veure obligat a endreçar tot de coses que s'havien anat acumulant a casa durant els últims vint o trenta anys. Feia qui sap el temps que no em posava a seleccionar amb una certa severitat –que vol dir amb l'ànim de llençar antigalles, objectes inservibles, rampoines– què hi havia de salvable en diversos arxivadors que la inèrcia del viure havia anat fent créixer a la part superior d'un armari. Set arxivadors, en concret, plens de paperassa.

En vaig obrir un a l'atzar. La pols em va fer estossegar: eren suplementos de llibres col·leccionats sense ordre ni concert, als quals vaig atorgar, de seguida, un destí inapel·lable: el contenidor de paper. El mateix que vaig donar als dos arxivadors que el flanquejaven: un que guardava centenars d'articles retallats de cinc o sis diaris durant els últims anys (principalment articles polítics, que havien envellit tant com el paper en què s'havien estampat) i un tercer que contenia treballs mecanografiats de la carrera. Tot aniria de dret al contenidor blau. No em vaig plantejar en cap moment que al d'aquest color només hi és permès de llençar-hi paper i cartró, però no pas camises senceres i gruixudes de pols.

Només en el darrer dels arxivadors que vaig obrir, quan ja no tenia gaire esperança de rescatar res que pagués la pena, quan ja no comptava amnistiar cap full que em permetés escriure ni que fos un article sobre tot allò que s'empassa l'oblit sense mica de consideració, vaig trobar un feix de cartes de l'any 1986. Totes eren escrites per la mateixa mà. Totes duïen el mateix remitent: M.M.V. Santuaris, 55. Barcelona.

No hi havia el codi postal. No hi havia el nom estès de la Maria: María Mora Vicente. El record en va tenir ben bé prou amb aquelles tres inicials. Feia vint-i-no-sé-quants anys que no en sabia res, d'ella. Feia molt que no hi pensava, en la Maria.

Jo agafava l'autobús 28, a la plaça Catalunya, davant la llibreria Catalònia. Era l'època en què començava a interessar-me per la literatura, i aquell aparador, ple de novetats que em feien delir, més d'una vegada m'havia fet arribar tard a la cita amb la meua noia, que solia esperar-me a les grades desertes de la plaça Salvador Allende.

El 28 arrencava a la plaça Catalunya i enfilava, passeig de Gràcia amunt, per Gran de Gràcia. En recordo la botiga d'un sastre, però el nom ara se m'esborra de la memòria. I, abans, veig l'ombra que feien els arbres als Jardinets. Feia molt poc que Salvador Espriu havia mort en un dels pisos que donaven a aquell entremig de plaça i rambleta. La ciutat acabava de ser proclamada seu dels pròxims Jocs Olímpics,



© Swasky

tot era eufòria. Fins a coronar la plaça Lesseps, el nostre bus s'havia vist sotmès a aturades constants: semàfors, cotxes aturats en doble fila, el carrer que s'estrenyia.

Un cop s'arribava a Lesseps, però, la cosa rutllava molt millor. Havien baixat els passatgers graciencs, i només quedaven els que havien d'atènyer barris extrems, allà on la ciutat pràcticament perdia el seu nom. Recordo molt bé la impressió que em feia sortir de la Barcelona elegant i menestral, i endinsar-me, a poc a poc, en una ciutat molt més popular.

He tingut la temptació de tornar a pujar fins al Carmel amb aquell bus, que ja no sé si conserva el mateix número. I, de fet, he vingut expressament des de la meua ciutat, he fet els quaranta-cinc quilòmetres que em separen de Barcelona, he aparcat el cotxe a la plaça d'Urquinaona. Sovint, com que el trajecte durava uns quaranta minuts, jo entretenia l'espera i el neguit de veure i abraçar la Maria llegint algun llibre. Puc afirmar, per exemple, que en dos o tres d'aquells viatges urbans em va ocupar la lectura de *Ferdidurke*, de Witold Gombrowicz. També hi vaig seguir, amb delectació, el relat de la intimitat dels personatges d'*El bell estiu*, de Cesare Pavese. El jove que toca la guitarra en



un racó, fent el desentès de les noies, aquell jove desmenjat era jo mateix. Quan enfilàvem l'avinguda de l'Hospital Militar, ja sentia que teníem feta la part més ingrata del recorregut. A partir d'ara ja no hi hauria gaires més interrupcions.

Passat el pont de Vallcarca començava a sentir un pessigolleig a la panxa, com una frisança. La María, ¿hi seria, esperant-me? Hi havia algunes torres de començament de segle que feien goig i, no gaire més amunt, uns blocs de pisos de final dels seixanta, d'un color de ferro i de ciment molt trist. La ciutat havia canviat com un mitjó. Les botigues eren de barri molt pobre, i mostraven, als aparadors, teles passades de moda i objectes que no havien vist la llum del disseny. Els bars tenien noms castellans, i fins i tot els cartells anunciadors eren patrocinats per empreses certeres que no tenien res a veure amb les més conegudes del centre de la ciutat. Al final, en l'últim revolt, apareixia la plaça, amb aquelles grades grises, els únics colors i l'única presència de les quals, eren els de la María. Somreia, en veure'm, i feia un gest de salutació amb la mà. Aquells carrers no sortien a cap guia, però jo, durant uns anys, m'hi vaig trobar com a casa.

No he comprat cap bitllet de bus per tornar a visitar, vint-i-molts anys després, el Carmel. M'he estimat més caminar en direcció contrària. He decidit que m'arribaré fins al carrer Marina i, d'aquí, baixaré fins arran de mar. La torre Agbar no hi era, llavors. Si se n'arriben a bastir, d'edificis, en pocs anys! Amb la María també havíem passejat pel port, algun diumenge. Qui sap on deuen ser, ara, aquell Carmel, aquell port, aquella María. No sé reconèixer gaire la Barcelona de les noves instal·lacions. Sé que, durant una temporada, quan ja no ens fèiem, ella va estar molt malalta. Em sembla que va ser poc després de les Olimpíades, no ho sé del cert. Em sona vagament. Em sona haver pensat: tothom, a Barcelona, desborda de passió i alegria, menys ella, que deu fer llit. Fa massa temps, de tot plegat. Hi vaig tornar a rumiar fa uns quants anys, quan hi va haver aquell enorme esvoranc al Carmel. No li vaig trucar, però. Sempre toca el rebre als més desafortunats. I jo he sortit de la vida d'algunes persones per la porta de servei. No ho sé, no crec pas que torni mai més a aquell barri. Em doldria no ser capaç ni de sentir tristesa. ■

Bernat Puigtobella

Xavier Verdaguer

“Barcelona is like a start-up”

Xavier Verdaguer is one of the most creative and international entrepreneurs that Barcelona has produced. He holds computing engineering and technical architecture degrees from Pompeu Fabra University, has studied top level management at Stanford University, and defines himself as a serial entrepreneur. Over the course of his career he has created several companies, and is currently behind three Silicon Valley projects: Innovalley, dedicated to the design of smart clothing; Seven4Seven, which develops apps; and Imagine, a creativity programme for young entrepreneurs. Verdaguer calls upon our universities and business schools to train their students in entrepreneurial skills to make up for the country's shortcomings in this area.

You were an inventor from a very early age. There is an episode of the programme *Joc de ciència* [Science Game] in which, at the tender age of 12, you receive an award for creating a machine...

Yes, a pluviograph, a device for measuring rain intensity. It is probably still at the Sant Miquel dels Sants school, where I was in my sixth or seventh year of primary education. TV3 organised a competition for inventions, theoretically for older kids. A classmate and I lied about our age to be able to take part with a device that we built with things I had pinched from my granny, like an alarm clock and a biscuit tin. However, the contraption worked, and generated a rain graph. The prize was a Commodore 64: it was my first computer, which set me on the path towards IT. That is what being an entrepreneur is about, having a dream and



Photos: Italo Rondinella

fighting to make it real, not just going to a notary and signing a company's articles of association...

You have set up a good number of companies over the course of your working life. You started with TMTFactory.

Yes, it was my first, and it has been with me since I started out up to the present day, through some hard times, such as when I went bust in 2001 with the dot-com bubble. The first commission was a project for the Barcelona Maritime Museum. At the time, I was a computer expert in a civil engineering consulting firm, and started to do things on my own with 3D and multimedia production. In 1997, I went in for a tender at the museum with a project to explain the port's history interactively, although I cheated a bit as I had no company incorporated. The proposal consisted of explaining, using touch screens, how the port had evolved in different periods. They gave me three months to set up an exhibition. I had to create a team and shut myself into my flat in Gràcia until everything was ready. The exhibition won an award for the best multimedia production from Spain and Portugal. After that we continued to work with multimedia projects until the internet did away with CDs and we started doing websites. Until 2001...

You said you went bust...

I worked for a single client, and when the bubble burst the client disappeared overnight, owing us a lot of money. I come from a very humble family and have never had a financial cushion, so the crisis dragged us all down. I had to lay off all 20 workers and start again from scratch. The failure was very tough, because you get black listed.

What qualities are needed to be a real entrepreneur? What skills should be worked on in schools?

Firstly, students' communication skills must be worked on, because otherwise they will be unable to present or sell projects, and it goes without saying that English should be taught better. Secondly, we need to promote leadership. Success is frowned upon and entrepreneurs lack ambition and the will to change the world. We need people with drive, and this has to be instilled in children from an early age. Here, an entrepreneur who does well is immediately pigeon-holed as a businessman, a term that has negative connotations.

And in more advanced stages?

The entrepreneurial spirit must be promoted at university. In the United States, lecturers encourage students to create companies. Having an entrepreneurial experience is like a whole school, because you have to know a bit of everything: accounting, public relations, planning, and so on. It is not just a matter of training managers, but rather entrepreneurs, in all schools, from teacher teaching to pharmacy. Barcelona has very good business schools, such as IESE and ESADE, which should divert management training towards entrepreneurial skills; otherwise they will miss the boat. Here, university researchers work to obtain scientific prestige; in the United States they never lose sight of the entrepreneurial horizon. University research in Catalonia should keep the market in mind, to attract investment, with more

We are too focused on Spain. Catalonia has to look towards the world, and make its own contribution. Our world is the world.

pragmatic objectives. In the United States, universities encounter fewer administrative obstacles if, for example, they want to set up a spinoff to create a company. By way of illustration, the President of Stanford University sits on Google's Board of Directors. In contrast, here it would be unthinkable for a university president to be a member of the board of directors of a major company. There is a very big barrier between the universities and business, and this makes knowledge and technology transfer difficult.

Nicholas Taleb, author of *The Black Swan*, says that "the twentieth century was the bankruptcy of the social utopia; the twenty-first will be that of the technological one"...

My discourse on technology is more optimistic. Technology is unstoppable. The internet is spreading like wildfire and will make things reach everyone faster. A Maasai with an internet-enabled mobile has more information now than Ronald Reagan had 20 years ago, when he was President of the United States. At this moment in time, barely a quarter of humankind is connected to the internet, but this figure will increase to three-quarters by 2020. This low-cost internet penetration will democratise many things the first world already has, such as access to education and information.

A few years ago you launched the Imagine project, which seeks to motivate young entrepreneurs from here and take them to Silicon Valley for a spell. What are these projects about?

Right now we are working on a technology to purify water, a commission from Unilever, a multinational company with a very strong foundation behind it. They have realised that in a few years' time there will not be enough water for everyone, and asked us to come up with a proposal for saving water. We created a team of three young people with very different profiles: a mathematician, a publicist and a creative. None of them had knowledge of environmental management. The mathematician developed an index to measure responsible water consumption, which takes demographic mass, industry and environmental needs into account. The publicist proposed the organisation of a world competition of cities – 180 of them, including Viladecans, where the company is sited – which will compete to improve their consumption index. To promote community motivation, an urban element is installed in the main square of each city so that the residents can follow the index's progress. As of this moment people are asked to propose specific saving measures. Our creative's idea, for example, consists of taking a shower while listening to a song that lasts no longer than five minutes. It has been demonstrated that if you limit your



shower time to the length of a song you can reduce your regular water consumption from 160 litres to 80. So the idea is to publicise measures that motivate people in general.

This collective motivation is essential if we are to move towards smart cities, a new paradigm of interaction with the environment which will only be possible if there is hyper-connectivity among people. Connectivity does not mean social cohesion. Perhaps technology alone is not enough...

Evidently, technology cannot be an end in itself; it has to be a means. It offers us a series of new possibilities, which will take shape in what we now call the Internet of Things, but the use that people make of it and how we leverage the opportunities that emerge in order to cooperate and add information will be more decisive. One person has half an idea and another person might have the other half. Social networks promote connectivity, and therefore creativity, but technology alone is useless.

As a company, is Imagine solvent?

It is not a business, but rather an open project. It is my most successful business in the sense that the transformation of the people who participated in the three editions has gene-

rated an emotional yield. Imagine was a turning point in their lives. They went through a very intense experience that helped them to transform the environment.

You have also created a highly international community with the Supertramps project. How did this adventure start?

A few years ago I had a scare, health-wise, but I recovered. While I was getting over it, I took a semi-sabbatical year and a more relaxed attitude to work. I decided to travel the world for six months, got all my visas and vaccines, but I never paid a single night's hotel. I did couchsurfing. Moving from one sofa to another, I reached India and Nepal. Over the course of this period I shared photos of people with open arms with the people I met. These photos, which I posted on Facebook, are called Supertramps. They have spread everywhere, and every day I receive about a dozen photos on the FB supertrampspage, which now has 3,500 "likes". To my mind, happiness is not real until it is shared.

Your journey ended when you set up in California to study at Stanford University. You did a Master's degree there, and founded Innovalley in 2010, a company that develops "smart" clothing.

Yes. Innovalley merges Catalan creativity and fashion with American technology. We make gear for motorcyclists with built-in GPS, using sensors which tell you whether to turn left or right, for example. We began making branded clothes accessories, but some time ago we began to work for the major fashion brands and other accessory manufacturers. We work on long-term research projects, which means we won't see some of the products on the market for a while, but we have a great time testing the prototypes that we produce.

You once defined yourself as a “serial entrepreneur”. Are you more of an entrepreneur than a businessman?

Yes, I am more interested in generating new business ideas, designing the business, putting together a team that works and starting it up, then turning it over to a management team.

This distinction between entrepreneur and manager is very American, isn't it?

Yes. There would be two models. One that starts up and manages that project for ever, which is typical of here, and the founder model, which is creative but is not involved in management.

What does Barcelona need to acquire or catch this enterprising spirit?

First of all, a direct flight to San Francisco. Right now, the Mobile World Congress makes us the world mobile phone capital. Barcelona is very well-positioned here. It is a sector where talent prevails, and there is a lot of it. We must create a cluster of entrepreneurs in Barcelona.

When all is said and done, we are in the midst of globalisation. What can you do in California that you can't do here?

Right, that is true; the place is not everything. To begin with, we should wonder why Israel is the second country in the world with most companies listed on the NASDAQ. We are still lacking an entrepreneurship culture here. Catalonia is the third European research power in science. We have talent and people with money who do not invest enough in local talent. Barcelona is like a start-up. We have had interesting waves, but now we have opportunities. Nowadays, Barcelona is a creativity brand associated with many things: football, cuisine, architecture, design... And it seems that we do not realise this. Sectors must be reinvented. We can decide the direction we want to take.

Could the Silicon Valley ecosystem be replicated in Barcelona?

Any place in the world can be enterprising, but some ecosystems are better than others. It is more difficult to be an entrepreneur in Barcelona than in San Francisco, where there are investors, opportunities and machinery ready to turn ideas with teams into a business... In San Francisco the environment is very positive and you learn a lot more. There are a lot of highly qualified people who are also very accessible. Here, on the other hand, you have to go through endless filters to get to speak to certain people...

So what are we lacking?

The culture of failure. And the culture of success... Here, anyone who is successful falls under suspicion immediately. And the risk culture. We have to be passionate about what we do, we have to work with a more positive mindset. In the United States, if you lose your job you have no unemployment benefit, but people pull through. We also need the mentoring culture. We need to join forces and cooperate a lot more. We are too focused on Spain. Catalonia has to look towards the world, and make its own contribution. Our world is the world. Sometimes I kind of wish that Spain would boycott our products because this would oblige us to sell abroad, and we would buck up.

Do you, an entrepreneur, believe that an independent Catalonia could make it on its own?

I don't know, but I like to share this collective dream. Having a dream and fighting for it is an entrepreneurial attitude. With this kind of attitude we can achieve great things and greater happiness, both in the world of business and in life in general, and the same applies to building the future of a nation. I truly believe that entrepreneurship is a good road to happiness.

If you came back to live in Barcelona, what business would you get into?

I would probably be into telephony, or social issues, or perhaps both of them together. Barcelona has a vast degree of social innovation potential that must be discovered and harnessed. The Hub Candidate Barcelona has been created, a platform that seeks to connect, promote and foster the social entrepreneurs' big ideas. The Hub Barcelona Initiative belongs to a global network of 31 hubs spread out over the five continents whose mission is to change the world by applying sustainable business models that can be extended and replicated. A veritable ecosystem of social innovation. ■

Technology and happiness

In addition to his ongoing projects, over the course of his career Xavier Verdager has founded other companies, such as TMTFactory (multimedia contents and consulting for digital projects), BCNMedia (multimedia production), IntegraTV (interactive television), Smart Point (information point systems) and Bconsulting (software development). This creative man is an international partner of Barcelona Global and a promoter of the San Francisco – Barcelona Sisterhood initiative. He received the Barcelona Activa Entrepreneur award and the award for the best young creative entrepreneur in 2010, granted by the Junior Chamber International (JCI). He is also the driving force behind the Supertramps project (www.supertramps.ws) for sharing moments of happiness online.



© Juliet Pomés

City of entrepreneurs

Barcelona has always been one of the driving forces of the industrial revolution in Spain, a place where entrepreneurs have prospered and their effort has been rewarded through social recognition. We are in the throes of an unprecedented crisis, one that has brought about a radical transformation of our production model and a new economy based on connectivity and global virtuality. One of the most noteworthy tools deployed by Barcelona City Council to rise to the challenges brought by the crisis is the Barcelona Activa business incubator, a model that has garnered admiration the world over. The recession has also spawned new forms of social entrepreneurship which enjoy increasingly greater possibilities of opening up new paths and offsetting the shortcomings uncovered by poverty. The dossier also presents the profiles and faces of some of the entrepreneurs who are standing up to the crisis.

Coloured postcard of Barcelona port and maritime terminal as a liner approaches. The image is from 1909.



© AFB

Francesc Cabana

Lawyer and historian in economics. President of the Barcelona Athenaeum

A land of opportunities

In Barcelona, and throughout Catalonia, the so-called social ladder has historically prevailed, due to the absence of major landowners and the progressive emergence of middle classes. Newcomers were just as likely to make their fortune as the traditional bourgeois families. In this regard, there is also a sharp contrast with other cities in Spain.

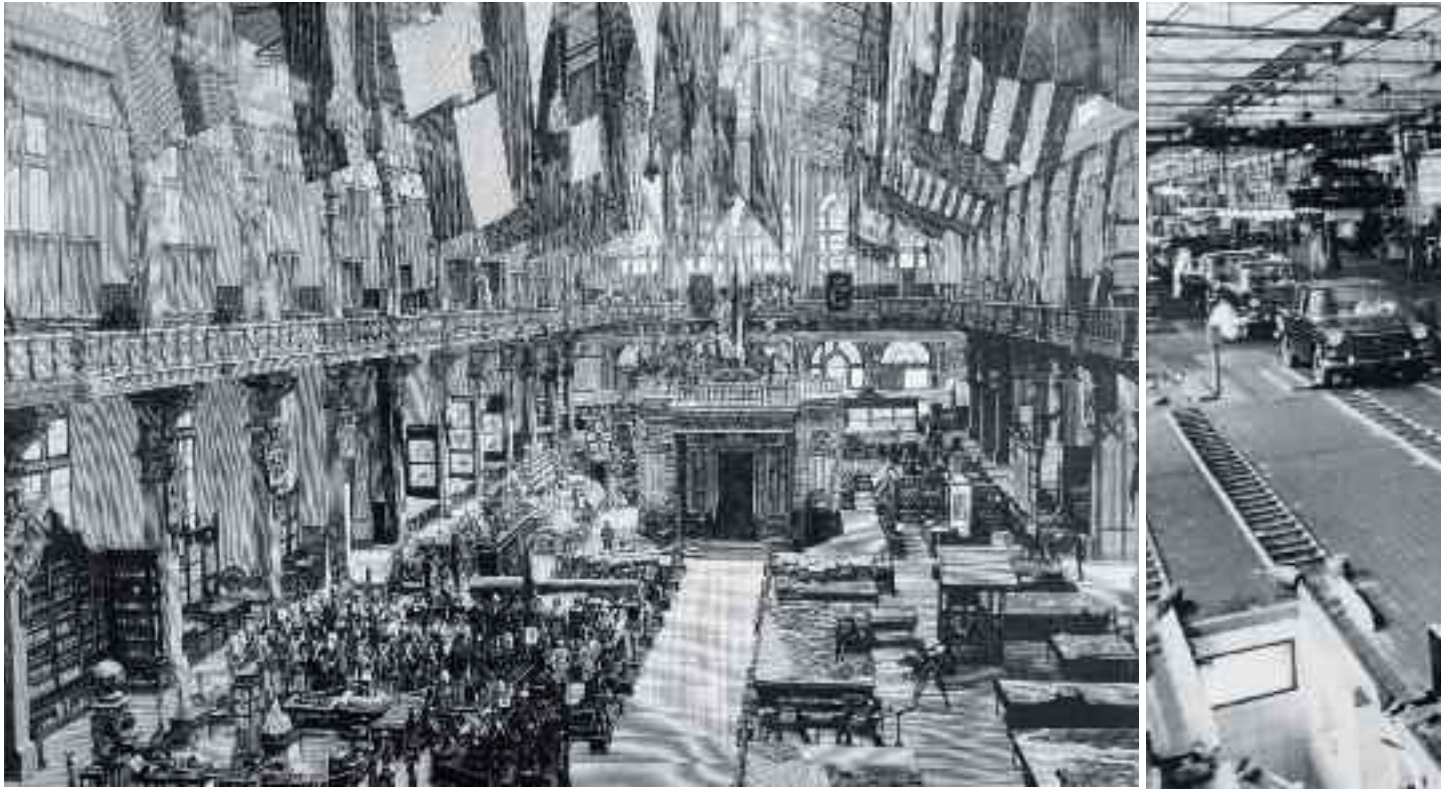
Before his death, King Charles V of Spain (1500–1558) is reputed to have given the following advice to his heir, the future Philip II: “If you want to keep your empire, make Barcelona its capital; if you want to make it great, put it in Lisbon; if you want to lose it, put it in Madrid.” His words made a lot of sense. The Spanish empire – European and American – had no standing capital at the time. Barcelona represented the Mediterranean Sea and the Old World; Lisbon represented the American continent, the New World to which, centuries later, the Czech composer Dvořák would dedicate his Ninth Symphony; Madrid was an isolated city in the heart of the Iberian Peninsula. Philip ignored his father’s advice and established his permanent capital in Madrid in 1561. Difficult overland communications made it a capital alien to trade, until aeroplanes, motorways and high-speed trains did away with its isolation in the second half of the 20th century.

Barcelona, a Mediterranean city, has an age-old commercial tradition. Trade involves the exchange of goods but also of people and knowledge, hence it is a core activity for economic development. Historically, the natural trade routes were the seas and navigable rivers. Moreover, Barcelona was the capital of Catalonia, a region that was closely linked to France and Europe. The Pyrenees do not constitute an insurmountable barrier for Catalans, as the central section of this mountain range does, so natural maritime trade by a country with hundreds of kilometres of coastline was increased by overland trade. The people of Barcelona, and Catalans in general, were great travellers and knew Europe well, just as much, or even more so, than the American colonies of the Spanish Empire.

This geographical explanation is crucial in understanding the phenomenon of industrialisation that began in the first three decades of the 19th century. Barcelona would be

PAST

Central gallery of the Palace of Industry at the 1888 Universal Exposition, in an engraving taken from *La Ilustración Española y Americana*.



© Prisma

the capital of the only country in southern Europe to create an industrial fabric, just a few years behind Great Britain and the other pioneering countries in Europe. Trade and industry were closely bound to an entrepreneurial spirit, typical of Catalonia, which was to become patent in Barcelona, the capital and focal point of most projects.

The 19th century was the century of technological breakthroughs, linked to industrialisation. All the technological advances made in that century reached Spain via Barcelona: the steam engine, the railroad, the telegraph, the telephone and electricity. The same was true of changes in the financial sector: the Bank of Barcelona (1844) was the state's first modern bank, and the Barcelona Stock Exchange was the first to create a stock market where company securities were traded, while the Madrid Stock Exchange was organised around public debt. Initiative in Barcelona and Catalonia was basically in the private sector, since the public sector was barely relevant. Foreign investment was ploughed into the exploitation of Spain's major mineral resources and the construction of railways on the Iberian Peninsula, whereas Catalonia – lacking any natural resources of substance – funded railways and factories with its own resources.

Industrial espionage

In the early 19th century, Barcelona's Board of Commerce, then the business owners' association, dispatched a spy – with all expenses paid – to the region of Mulhouse, Basel and southern Germany. He worked as a labourer in the area's factories and copied the machines and learnt the industrial processes. The French police eventually got wise to him and he hurried back to Barcelona, where he published two big books of plans and drawings. It was a very unad-

visible procedure, although it did secure – and fairly cheaply for that matter – the progress made by the French, Swiss and Germans in the textile and chemical sectors. It is reminiscent of the system used by some Japanese industrialists after the Second World War. In any case, 200 years on, it is proof of the spirit of the city's entrepreneurs, who were keenly tuned in to what was afoot in Europe and who were willing to follow – and copy – its path to economic development.

Barcelona's 19th-century entrepreneurs were fully aware that change lay abroad, and that it would bring a revolution with it, in the economic sense of the word that is to say, social change. In the Barcelona newspapers and magazines of the day, the most oft-repeated word in opinion articles was "progress". And that progress was abroad: in Paris, London, Frankfurt, Milan, Chicago and Philadelphia, which is where Catalans went. However, by 1888 they felt equal to the task of holding the Universal Exposition, where they showed outsiders that they had learnt the lesson of the new technologies and showed the world that they could get things right. The experience was repeated in 1929, with the International Exposition. Thus, Barcelona took its place alongside the major enterprising cities of Europe and America.

The city's geographical location worked to its advantage again in 1869, when the Suez Canal was opened after being built by Ferdinand de Lesseps, who had been French consul in Barcelona for many years. The Mediterranean was no longer a dead end but rather a gateway for ships inbound from Asia and for outbound European vessels.

The city of Barcelona cannot be understood without the Catalan hinterland and its successive waves of immigration, all of them linked to the employment provided by industrialisation and the emergence of service companies. Over the course of the 19th century, immigrants came mainly



© Prisma

Final inspection of a SEAT 1500 on the assembly line at the company's factory in the Free Zone, in the 1960s.

clearly different periods. Between 1939 and 1959, the economic policy of the Spanish government was characterised by its irrationality – autarky – and by the incompetence of the economic ministers. From 1959 until Franco's death in 1975, the so-called technocrat ministers brought a certain degree of rationality to economic policy and promoted a process of deregulation which, although slow, did permit relative development.

After two and a half years of transition, and with the advent of democracy, in 1978 Barcelona and Catalonia witnessed a phenomenon which those of us who experienced it would never have even dared to imagine. The economy went from being a protected and restrictive system to an open one competing with everyone and everywhere. This became particularly true in 1986, when Spain joined the European Union. The traditional Catalan textile industry, leader for over 100 years, collapsed almost in its entirety, as did other sectors of industry which were not in a position to cope with an open market. Nevertheless, the enterprising citizens of Barcelona did not take long to adapt to the new conditions. Industry, which some years previously had embarked upon a process of diversification, accentuated this process, and at the same time embraced the new and technologically advanced service companies. The industrial sector created what would be dubbed “pocket multinationals”: small- and medium-sized enterprises that work for a world market, offering a different and competitive product in terms of quality and price. There are hundreds of such small multinationals with production facilities outside Barcelona and Spain. Exports of products by companies based mainly in Barcelona account for some 28% of exports from the whole of Spain.

It was not easy to get the 1992 Olympic Games, among other reasons because the city, due to the size of its population, did not seem to fit the bill. The committee that championed its candidature had to explain the historical reality of the city and its metropolitan area to the visiting representatives of the Olympic Committee. The figure of 1.7 million inhabitants was under the threshold required of cities that want to host the Games. And the fact is that Barcelona, unlike Madrid or other large cities, has respected the autonomy of its neighbouring towns. The Plain of Barcelona is inhabited by more than 3 million people, with no apparent sign of them belonging to a given municipality, and with a continuum of buildings and streets. In any event, the Olympics gave the Barcelona brand a strong boost as a city for business, industry, tourism and services.

The city's enterprising nature is endorsed by the presence of Spain's leading and most important business schools. The IESE and the ESADE, established in 1958, are acknowledged as being among the best in the world for their quality teaching.

Catalans who were not from Barcelona used to say “Barcelona is good if you have money in your pocket”, which was meant to suggest that the city offered more to people with money. However, the locals reworded the saying: “Whether or not you have money in your pocket, Barcelona is always good”. They were right, as it is a land of opportunities. ■

from other parts of Catalonia, a trend that continued into the early years of the 20th century, attracted by the work available through the International Exposition. Subsequently, between 1940 and 1970, the source of immigration was the rest of the Spanish state, as people flocked from the large, impoverished rural areas to seek employment in Barcelona and its catchment area. Finally, at the end of the 20th century, highly diversified immigrants from developing countries arrived. A new population, but one which quickly emulated the industrious spirit of the city and its surrounds.

Very high social mobility

Fortunately, in Barcelona and throughout Catalonia, the so-called social ladder has historically prevailed, due to the absence of major landowners and the progressive emergence of middle classes, soon to be the majority. Newcomers were just as likely to make their fortune as the traditional bourgeois families. Historically, social mobility has been very high. In this regard there is also a sharp contrast with other cities in Spain, where the bourgeoisie is more consolidated. In Barcelona there is an economic middle class which changes over the years. Some people move up the ladder while others descend.

Unfortunately, dictatorial regimes spanned almost half of the 20th century. First of all, there was Primo de Rivera's dictatorship (1923–1930), followed by Franco's (1939–1975), with a three-year civil war in between (1936–1939). Evidently, Spain stayed out of the two World Wars. However, not only did the dictatorial regimes violate people's basic rights, they also jeopardised Barcelona's economic development and its businesses. Primo de Rivera's regime, with heavy public sector interventionism, nipped private initiative in the bud. From this standpoint, Franco's protracted dictatorship may be split into two

Entrepreneuring to succeed

The word “entrepreneur” has colonised the political and media discourse on a global level. Entrepreneurs are all the rage in the United States. In Catalonia, neither the crisis nor the employment ecosystem help them, but they try to carve out their niche in the market.

The whiteboard says “What is an entrepreneur?” The board is at the University of Brighton, in the Faculty of Medicine. It is Christmas 2010. Another whiteboard has the same word, alongside “social and economic value” and “digital culture”. It is June 2012. The whiteboard is in an office in one of Oxford’s colleges with eight centuries of history. In the Faculty of Communication at the UAB in Bellaterra, Barcelona, a teacher has left his mark in a classroom. “Entrepreneur”, says the sheet. It is November 2012. Why has there been a global boom in entrepreneurs? “Out of necessity,” explains Alfred Vernis, lecturer in the Department of Strategy and General Management at ESADE. Vernis makes it quite clear that entrepreneurs have always existed, but now, the political discourse, both local and European, keeps repeating the “need for entrepreneurs” to pull us out of the economic crisis.

Last November, even the Spanish royal family used this argument in a public speech. While talking to a group of businessmen in Navarre, Prince Philip of Asturias asserted that the future “of Spain” was dependent on entrepreneurs and “a society that is more flexible and more tuned into global trends”.

Who are entrepreneurs? “People who, driven by a business idea or a social need, decide to set up their own company and do so with passion and a spirit of discovery,” explains Vernis. “With the advent of the economic crisis, many people with a professional career are choosing to start their own business. Projects must be conceived as global or must fill a very specific niche. Trying to be an entrepreneur in our country and thinking only about this country is tantamount to committing suicide.”

There is no data on how many entrepreneurs there are in Barcelona. Neither are there studies on how many companies created in the second decade of the 21st century will have an economic performance that will guarantee their survival. Many entrepreneurs are still looked upon as being on the fringes of the economy – they invest in projects based on the experience of their former, often successful careers, which helps them to understand the market, work in other business ecosystems and have international contacts, while relying on an economic cushion that gives them some time to think and start up their own initiatives.

Things are not easy for them in Catalonia or in Spain. Vernis explains that in this country, “the ecosystem surrounding entrepreneurship” is not as favourable as it is in other places. “We are short on investors willing to spend money on new ideas,” he reflects.

In the United States, enterprising companies are becoming new successful business models and the so-called business angels support young people fresh out of univer-

sity who bring new ideas to the market as well as changing the operational status quo.

One of the most successful examples is Airbnb, for renting houses among travellers. The company is four years old and was started up in Silicon Valley when its creators, then students, decided to rent out their house to make some extra money. It now has a network of rental homes in 126,000 cities in 192 countries and has been listed since last year. Airbnb already has five offices in Spain and grew by 700% last year.

Airbnb sums up the characteristics that an entrepreneurial business has to have to make it in the global market: it covers a niche in the market which the Government neither deals with nor recognises; its creators promoted it with a fighting spirit (they call it the exchange economy); it saw the light as a global initiative, i.e. targeting the world class (educated English-speaking citizens of the world); and it is nurtured by digital culture – it is run and promoted over the internet, making it possible to check user profiles (through Twitter, Facebook and LinkedIn) and thus increase levels of trust among users.

Companies such as Airbnb or Couchsurfing, which this year has received an injection of fifteen million dollars, have opened up a debate on the role the state should play in the face of these initiatives and to what extent they are a threat to the power lobbies. Alfred Vernis argues that the state “should intervene as little as possible with regards creating companies and as much as possible with regards tax regulation; in other words the State has to be able to generate taxes in order to redistribute them. Otherwise we may end up at the other extreme. Other monopolies, such as Google for example, are already emerging.”

MOB, an interdisciplinary and collaborative space

Zero architectural barriers. The entrance is at street level and it has its own cycle park. From the door we can see large windows, desks and people at their laptops. We punch in the code and enter MOB, which stands for Makers of Barcelona, a co-working space in the heart of the Eixample district. It opened less than a year ago and already has a community of eighty entrepreneurs who come to the space to work on their own projects, and where they can collaborate with other projects being managed or developed here.

The space was opened by the Chinese-American architect, Cecilia Tham, who studied at Harvard University and came to Barcelona in 2001 and who, for ten years, tried to create a community through digital platforms. Her goal was to continue to “experience the sense of community” she had felt in Harvard. It was impossible – there had to be a physical space for a community to exist.

This is why she opened MOB – a multidisciplinary, trans-generational, international space open to reflection and community debate. Tham also has no doubts that this way of working – more horizontal and involving trust networks – is still very new in Catalonia. “Here there exists a protective instinct which means that you don’t trust someone until you know them very well. Moreover, it’s neither easy nor

cheap to be self-employed in Catalonia.” The large banks, the elite business schools and the Government itself have taken an interest in entrepreneurs and have created schemes to aid or fund their projects. But more investors who believe in these new companies are still needed, and many entrepreneurs turn to the international market in search of support. ■

All the questions which arise out of adoptions

The IFA (Family and Adoption Institute), established and run by Eva Gispert, employs twelve professionals, in Barcelona, Girona and Seville.

She goes silent. Eva Gispert is a torrent of words, but when asked if she would define herself as a social entrepreneur, she pauses. “I’m beginning to believe that I am.” Gispert, a law graduate, formerly worked for ESADE, where she was the Managing Director of a gender project for the European Commission, and it could be said that her life was nothing if not successful. Three years ago, a job she had never felt involved in came to an end and she told herself that it was time to “rev up” her own project – a support and growth centre for adoptive families and adopted children to answer all the questions that come up in the course of adoptions.

She knew what she was talking about, and above all realised that finding the answers would be a long and difficult road with some wrong turns. Gispert is an adopted child and an adoptive mother herself. Two years later this project is called the Institut Família i Adopció (IFA; Family and Adoption Institute), she has an office and twelve professionals working for her and operates in Barcelona, Girona and Seville.

Gispert says that the IFA was born of a personal concern and quest. For many years she tried to understand what she calls the two Evas. One was the successful Eva, the hyperactive and brilliant teenager, the adult executive who accomplished all her goals and had even given her testimonial as an adopted daughter in a book. The other was the Eva who, from the age of fifteen, was sometimes overcome by sadness for no reason at all. “I had a good job, a husband who loves me and three children, the youngest one adopted.”

The search for the answers to this sadness was a long one. At the age of

thirty-two she tried psychological therapy which did not work because “the professional was not a specialist in adoptions”. She was recommended a psychiatrist, but sensed that this was not the way forward either. She eventually found a psychologist “specialised in bonds and abandonment” who helped her to understand the source of this grief.

At the same time she did a Master’s in family mediation in which she began to learn how a person is formed, and then did another Master’s, in therapeutic theatre, which brought her into contact with herself and with other techniques she had hitherto been unaware of. In this search, she also learned that adoption was dealt with differently in the United States and Sweden: “They are much more advanced.” Eva Gispert realized that, over thirty years, she had had to knock on many doors to get a few uncoordinated answers, and that moreover many adoptive families

and many adopted children are forced to trudge along the same tiring road. “When my testimonial was published in the book, a lot of people approached me and told me that they had felt and experienced the same thing.” So she decided to create IFA.

First of all she structured her ideas. Affording consistency to a project was something she had done many times for others, at ESADE and the European Commission, but applying this to herself was quite a challenge. She presented her project to the Government and the answer was, “It’s very good,” followed immediately by, “There are cutbacks.” That did not deter her. She applied for a grant offered to social entrepreneurs by the Catalan Government. Fifteen of the two hundred projects submitted were selected. IFA was beginning to take shape. Thanks to the grant, she received assessment from Barcelona Activa and two years on she says that the result is “very positive”. ■

Eva Gispert, founder of the Family and Adoption Institute, was able to launch her project thanks to the support of the Catalan Regional Government and the municipal agency Barcelona Activa.



© Italo Rondinella

For a more democratic and a horizontal economy

Albert Cañigueral is the creator of the Collaborative Consumption blog and a facilitator in Barcelona of OuiShare, a European movement linking together collaborative economy entrepreneurs

He turns up with a backpack on his shoulder that weighs about the same as a laptop. He is in the bar of the Centre of Contemporary Culture of Barcelona (CCCB) because he is one of some thirty people, aged between twenty-five and forty-five, who have been invited by a US consultancy firm with offices in Barcelona that organises interdisciplinary world class evenings to provide networking for entrepreneurs with innovative ideas or up-and-coming businesses. There are people from Holland, Turkey, the USA and Catalonia.

Albert Cañigueral worked for a Taiwanese multinational for two years. Less than a year ago he returned and

chose to give up his promising career as a multimedia engineer to become an entrepreneur.

What made Albert Cañigueral leave behind his shirt and tie and a respectable office job? In actual fact there is nothing remarkable about the way it all happened. One day he stopped and looked around him: "I realised that we were like hamsters. People worked hard only to spend their money in shopping malls. I suppose that being in another country gave me the chance to take a step back and think. The digital world has shown us that scarcity doesn't exist." At the time he was reading a book, *What's Mine is Yours*, by Raquel

Bostman, and also had the feeling that something was wrong in this society with a socio-economic model which to him did not seem to make people more creative – as Adam Smith would say – or wiser, and certainly not happier.

Time magazine believes that "sharing and collaborating", Bostman's core argument, will be one of the ten ideas that will change the world. For the moment, Bostman has made her mark on a generation of young people who, after studying degrees in economics or engineering, having been through business school and worked in multinationals at home and abroad, now seek other business models and, more particularly, other ways of living.

They sum it up in a concept: collaborative consumption, i.e. a more democratic and horizontal economy that optimises consumption and uses ICT to create connections and global actions. Cañigueral explains that for him, collaborative consumption is a system based on redistribution (eBay or Nolotiro), access and not ownership (Bicing is one example), and a cooperative life, such as time banks, couch-surfing (opening your home to travellers who need a bed) or Airbnb, house rental among travellers.

Cañigueral is fully convinced that the new system is a social innovation in all regards, from education to economics and the way people relate to each other. Even so, he says he does not know how to handle the social entrepreneur label: "Maybe I prefer the radical entrepreneur label, because our aim is to change this system." For the moment, besides his blog, he manages the French-born European Movement OuiShare from Barcelona, which brings together entrepreneurs and people from many different fields at interdisciplinary meetings in Barcelona, Rome, Berlin or Paris, where they share experiences and start up transnational projects thanks to digital culture. ■

Albert Cañigueral champions the collaborative economy system inspired by the theories of Bostman, describing the professionals aligned with the movement as "radical entrepreneurs".



© Italo Rondinella

“Today I help you and tomorrow someone will help me”

Cristóbal Gracia is one of the founders of Favorece, a start-up which has created a virtual platform on which to offer and request favours.

His website has two categories – those who ask for something and those who offer something. Sometimes the person asking is also offering and vice versa. The range of favours is very diverse – someone offers fruit to make jam, someone else needs furniture or needs someone who knows how to cut their dog’s nails.

There is no money or trading involved. The logic is indirect reciprocity or what Cristóbal Gracia, one of its creators, defines with this phrase: “Today I help you and tomorrow someone will help me.”

Favorece is one of the first favour websites in Spain. For months now they have been working with programmers from Yale University to develop the software, while Cristóbal Gracia, Albert Martínez and Rafa Andrade, the three creators, are doing the promotional work from Barcelona.

I interview Cristóbal Gracia outside, on a bench facing San Sebastià beach. For years no interviewee had requested to use a piece of urban furniture as a meeting place, but this entrepreneur did so with the utmost nonchalance.

Competing is not an option

Gracia knows full well that he is part of a generation that has not bought into a model based “on competition and struggling”. “Competing isn’t the best option for human beings; it doesn’t yield the greatest benefits.”

Favorece is the outcome of a personal quest and the embodiment of the clash between two socio-economic models that coexist and which Gracia has been party to. He defines the project as a start-up because, he says, “it creates a service in conditions of extreme uncertainty”.

His résumé includes a degree in Economics, working in a Spanish company, travelling, near-native level English, a job in a multinational, and later, the need for something different. “I always knew that I didn’t fit in at the multinational, so I saved up and when my contract ended I went travelling. There came a moment when I didn’t know what I wanted anymore.”

A Master’s in personal growth from the University of Barcelona gave him some clues as to what this other stage in his life might be – doing something to change society and start up a project which in some way would connect him to values that he had learned at home and could not find in the business world, but which he nevertheless shared with other entrepreneurs whom he had linked up with via OuiShare.

“We are rediscovering business models through collaboration. What I mean is that things are being done in an increasingly more sustainable, efficient and collaborative fashion.” For now, like most start-ups that are flourishing in

Barcelona, Gracia cannot yet pay the rent, but he understands that creating a social business is not at odds with it being profitable.

“Everything is still very new,” he says. Almost unexpectedly, he has been asked to give talks about this new social paradigm in civic centres, schools and other organisations. ■

Cristóbal Gracia, one of the three founders of Favorece, is adamant that he belongs to a generation which has not bought into a model based on competition and antagonism.



A meeting point in the field

Santiago Cuerda set up the shared allotment venture Huertos Compartidos a little over a year ago. One of the allotments is already in operation in Sant Esteve Sesrovires. It is worked by David Bori; the owner of the land, Yamandú Sabini, is also a grower.

Huertos Compartidos was conceived the day that Santiago Cuerda read in a blog that a UK organization, Landshare, put land owners and people who wanted to grow crops but did not own any land in contact with each other. This initiative had recovered 1,200 hectares of empty land and more than 70,000 people were taking part in the project. Santiago Cuerda launched a similar project through the NGO Reforesta – of which he is co-founder and secretary – and in the first eleven months alone the website (www.huertoscompartidos.es) was visited by 60,000 people, 500 of whom are regis-

tered. Moreover, almost unintentionally, he has become a social entrepreneur. In June, the association Cibervoluntari@s honoured him with the 2012 Empodera award for the most innovative initiative, and he is now participating in the Socialnest 2012 project.

He lives in Cuenca. Over the phone, Santiago Cuerda told us that he is “learning to apply a social business approach” to what was initially an initiative driven by “personal integrity”. He is honest. He was unemployed and launched a project which in actual fact was the result of his career as an environmental activist, although he did not

expect such an impact, and neither does he believe that the project is finished yet. “It’s a work in progress,” he laughs, because he keeps adapting the website “in response to technical problems and queries raised by users”.

The mechanics for sharing a garden “are simple” – land owners and farmers register on the website, enter their phone number and give a description of the land or their needs. If the gardener and the land owner live in the same area and they reach an agreement, they sign a contract according to which “production will be ecological, the land will be leased free of charge and the harvest has to be shared, i.e. for their own consumption”.

Demands generated by big cities

At the moment, explains Cuerda, there are more people wanting to farm (384 registered gardeners) than land owners (132) offering land. In addition, he says, most of the land is located in isolated rural areas and the demands of future gardeners come from the big cities. “As yet, there aren’t many gardens actually operating,” says regretfully.

In Barcelona there are 59 future gardeners and 10 land owners registered. One of the shared gardens already up and running is located in Sant Esteve Sesrovires. Yamandú Sabini searched the internet to see if anybody wanted to cultivate part of his land, simply because he had neither the time nor the energy to do it himself, and he found the Huertos Compartidos site.

On the same site David Bori found the description of Yamandú’s plot – 800 metres of land, fruit trees, almond trees and even olive trees. Now they are both preparing the soil for seeding as they get to know each other. ■

David Bori, on the right of the photo, cultivating the allotment in Sant Esteve Sesrovires together with the owner of the land, Yamandú Sabini, on the left.



Dani C. Sánchez
Journalist

Incubating business plans

After going strong for 26 years, Barcelona Activa has become an international benchmark in the field of the public promotion of entrepreneurship. It is currently a source of opportunities for many people who have either lost or are in danger of losing their jobs and turn to self-employment as an alternative.

Warren Buffett probably doesn't have the foggiest idea what Barcelona Activa is, but nor would it be preposterous to think that in this case six degrees of separation is fulfilled: a chain of six people relating the US tycoon to one of the people in charge of the management of Barcelona City Council's economic development agency. It is no coincidence that last year one of the billionaire's holding groups, Lubrizol Corporation, bought Lipotec, a Catalan company with a prominent place in the history of this municipal agency, which helps up-and-coming entrepreneurs in their attempts to create start-ups.

At the Glòries Business Incubator, the first of the three business incubators that Barcelona Activa has deployed in the Catalan capital, hundreds of commemorative plaques hang from the ceiling, ordered by year, with the names of companies that started out at these facilities over its 25-plus years of history. The name of Lipotec takes pride of place.

Antoni Parente, one of the founders of this biotech company, has never forgotten those days. Between 1988 and 1992 he and his partners occupied one of the modules in this facility, and beyond finding a "a base from where we could present the project to administrations and foreign companies that were interested in it", Parente recalls how Barcelona Activa was useful in the development of his former company: "The experience was positive, because it helped us to think about what we wanted to do when we drafted our business plan, even though we were already 38 years old and knew what we were doing."

Lipotec and Barcelona Activa grew together and Parente is still involved with the agency, now as a speaker at some coaching sessions with groups of young people who want to become entrepreneurs. "Over time, things have become much more professional," he says, highlighting the courses that have been delivered over the years. Nowadays, the range is very comprehensive: from business formalities and management to sessions on business cooperation, funding, marketing and internationalisation. These more general topics are complemented by other sector-specific ones, such as new technologies, the creative industries and the bio sector.

"Barcelona Activa aims to offer a range of business and employment services to increase the city's wealth and employment," states Susana Tintoré, the executive director of Barcelona Activa's Business and Employment Services. In her view, this public body is much more than a



© Christian Maury

business incubator. Over time it has gradually developed its activities and is now even one of the main commercial agents of the City Council, selling Barcelona as a business brand all over the world to secure talent and international investments. It is even leveraging the gold mine of the Mobile World Capital of Barcelona to "create a free trade area for entrepreneurs in the mobile sector", as the executive director of the organisation points out.

After 26 years going strong, the organisation has become a benchmark. It was the first organisation of its kind in Spain and it has become a model for others, such as Madrid Emprende, created seven years ago, while other autonomous communities are now following suit. It has crossed borders to become an example in Monterrey (Mexico) and Cape Town (South Africa). Every year it is visited by some 200 delegations interested in learning about how it works.

Three Barcelona Activa contact and networking forums. From top to bottom, the Glòries facility, the Almagüers Business Factory and the Cibernàrium MediaTIC building in the 22@ tech district.

However, above all, Barcelona Activa is an entrepreneurial springboard that has had to change with the times and economic cycles. The organisation was created at a time of economic hardship; it enjoyed the longest period of growth in the history of Catalonia and is now trying to help in the worst crisis that has hit western society in almost a century. All these components are noticeable, as are the cutbacks in the public resources that drive it. It is currently a source of opportunities for many people who have either lost or are in danger of losing their jobs and turn to self-employment as a way forward: entrepreneurship brought on by the recession. Half the people who use its services do so because they want to start up their own company after losing their own jobs. However, this is not an exception, at least in Catalonia. Entrepreneurship, formerly linked to the creation of an outstandingly new business segment, has enjoyed a fresh resurgence in Catalonia since 2011 due to the appearance of the unemployed as catalysts. In the case of Barcelona Activa this would also explain why, since the beginning of the crisis in 2007, the number of users has doubled and the number of start-ups has almost tripled (from 713 to 1,700).

Every month, more than 1,000 people attend its information sessions, and about 2,500 of them complete their business plan at the end of the year. Many projects fall by the wayside. "Some engineers come in with an idea, which might be good, but which perhaps they have not considered from the market standpoint," Tintoré explains. Last year, Barcelona Activa helped to create 1,700 new companies, a remarkable figure if we consider that the figures from the National Statistics Institute of Spain talk of 6,416 start-ups in Barcelona in the course of the year, which would have generated some 3,200 new jobs.

An above-average success rate

The initial advice offered and the training and mentoring of future entrepreneurs looking to finance and incorporate their company help the companies eventually created to enjoy an above-average success rate. According to the institution, 84% of the companies that have benefited from its collaboration make it past three years, which goes a long way towards making them strong enough to survive.

The reason for this success rate is feedback. The experience accumulated over the years has earned the organisation the recognition of institutions and users alike. The high demand for services keeps the structure well oiled and up to date. "This all gives us a great deal of knowledge, but in our case the service is for everyone," says Tintoré, demonstrating the differences between public organisations and private initiative.

Barcelona Activa currently runs three facilities called incubators: modules with shared services that companies can rent for a maximum of three years at a lower cost than the going market rate if net shared surface area is taken into account. This shared workplace model has evolved in recent years and has attracted the interest of private initiative, which has realised that the possibility of compartmentalising spaces and offering them at an affordable cost is highly appreciated by the new crop of professionals who have embraced the market in the throes of the economic crisis.

They realise that it is possible to start up a business while containing costs and sharing experiences with other entrepreneurs from the same or different sectors.

In the case of Barcelona Activa, renting a space is complemented by a wide range of training courses and advisors on hand to answer any doubts, located a stone's throw from the company's headquarters. Some 140 companies currently occupy this surface area. Nevertheless, there could be more if the area were larger. There is a waiting list, and the organisation states that it does its utmost to limit entry so as not to create false expectations among future entrepreneurs.

In recent years the organisation has rolled out a structure that allows it to create limited companies ("SL" in Catalan) at a low cost, making it the place in Spain where most of these kinds of concerns are created.

Business recycling programme

The latest idea is to promote a market for buying and selling small companies. For years, investment banks and specialised companies have taken charge of looking for buyers of medium-sized and large companies put up for sale at some point, but these types of intermediaries did not exist for the smaller businesses, hence there was not even a market for them. To this end, Barcelona Activa is trying to make the Reempresa programme, initiated by the Cecot employers' association, its own. It basically consists of a list of small businesses that are up for sale or about to be wound up even though they are profitable. In many cases they are people about to retire who have not found anyone who wants to continue their work, whereas in other cases they are simply people who want to take a new path in life. Hitherto, the problem was that nobody had addressed the possibility of finding new entrepreneurs.

"We are proposing the creation of a new system: recycling companies that already work by finding a *re-entrepreneur*," says Albert Colomer, the programme's director, who asserts that such initiatives work in other European countries but had never been tried in Spain. Colomer highlights the fact that 120,000 entrepreneurs are expected to retire in the next decade, and that these statistics reveal hundreds of opportunities. After finding 650 entrepreneurs willing to transfer their company and 600 to start their own business over the past three years, Reempresa has managed to close 60 agreements. The average cost of each operation, about EUR 25,000, gives us an idea of the type of company being offered. And Colomer is sure that the participation of Barcelona Activa in the project, which will open up information points at its facilities, will push Reempresa forward. "We are now at the crux."

It is a matter of knowing which of the 10,000 potential entrepreneurs who visit the municipal agency's centres every year will have to start from scratch or could manage a company that is already in operation. According to Colomer's data, culled from similar cases in other European countries, one in five users of Barcelona Activa could be used by Reempresa. "We have to locate them and find out if they can continue the work started by other people years before," says the manager of Reempresa. ■

Seth Godin
Marketing theorist

Six reflections on the crisis and the future of entrepreneurs

Through his books and blog, Seth Godin has inspired thousands of entrepreneurs all over the world. He is the founder of Squidoo.com, which is ranked among the United States' one hundred most-visited websites. Godin has defined, better than anyone else, the new business and socialisation models currently being established in the new "connection economy" following the emergence of social networks and information technologies, and has successfully communicated this in books and conferences, workshops and blogs that have had a global resonance. Our thanks to Seth Godin for allowing us to publish six of his reflections on the future of entrepreneurs.

The forever recession (and the coming revolution)

There are actually two recessions. The first is the cyclical one, the one that inevitably comes and then inevitably goes. There's plenty of evidence that intervention can shorten it, and also indications that overdoing a response to it is a waste or even harmful.

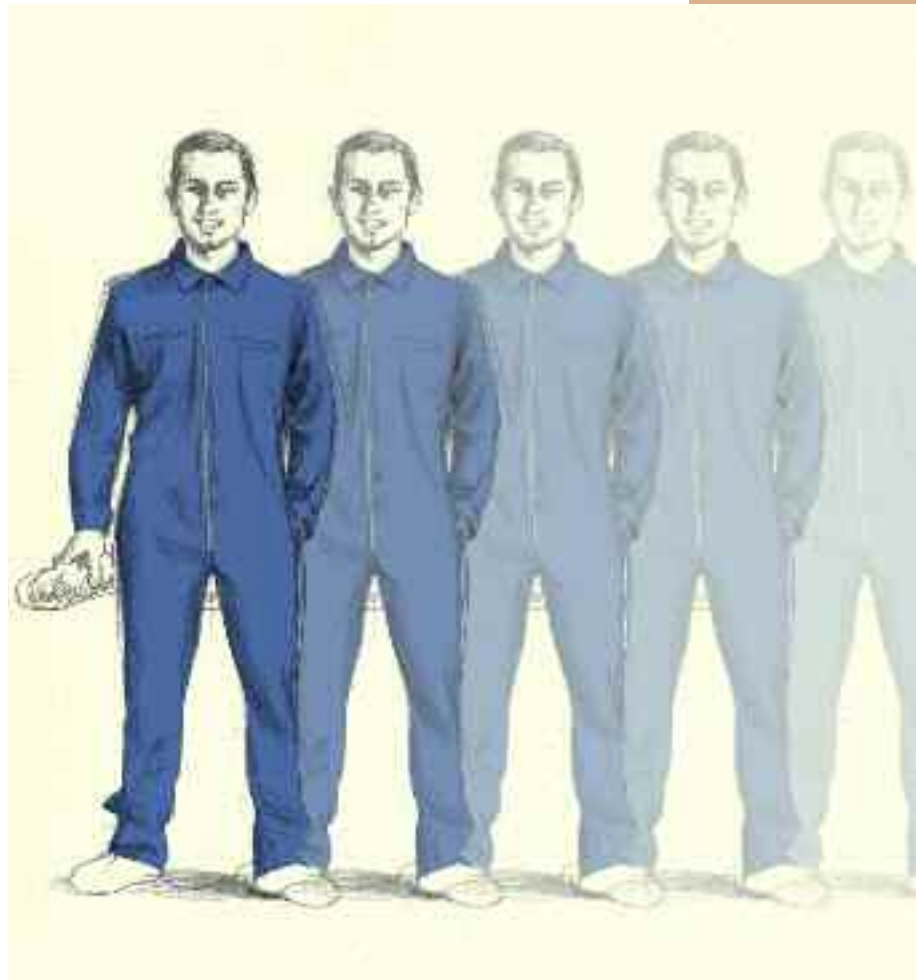
The other recession, though, the one with the loss of "good factory jobs" and systemic unemployment – I fear that this recession is here forever.

Why do we believe that jobs where we are paid really good money to do work that can be systemized, written in a manual and/or exported are going to come back *ever*? The internet has squeezed inefficiencies out of many systems, and the ability to move work around, coordinate activity and digitize data all combine to eliminate a wide swath of the jobs the industrial age created.

There's a race to the bottom, one where communities fight to suspend labor and environmental rules in order to become the world's cheapest supplier. The problem with the race to the bottom is that you might win...

Factories were at the center of the industrial age. Buildings where workers came together to efficiently craft cars, pottery, insurance policies and organ transplants – these are job-centric activities, places where local inefficiencies are trumped by the gains from mass production and interchangeable parts. If local labor costs the industrialist more, he has to pay it, because what choice does he have?

No longer. If it can be systemized, it will be. If the pressured middleman can find a cheaper source, she will. If the



© Juliet Pomés

unaffiliated consumer can save a nickel by clicking over here or over there, then that's what's going to happen.

It was the inefficiency caused by geography that permitted local workers to earn a better wage, and it was the inefficiency of imperfect communication that allowed companies to charge higher prices.

The industrial age, the one that started with the industrial revolution, is fading away. It is no longer the growth engine of the economy and it seems absurd to imagine that great pay for replaceable work is on the horizon. This represents a significant discontinuity, a life-changing disappointment for hard-working people who are hoping for stability but are unlikely to get it. It's a recession, the recession of a hundred years of the growth of the industrial complex.

I'm not a pessimist, though, because the new revolution, the revolution of connection, creates all sorts of new productivity and new opportunities. Not for repetitive factory work, though, not for the sort of thing ADP measures. Most of the wealth created by this revolution doesn't look like a job, not a full time one anyway.

Everyone owns a factory

When everyone has a laptop and connection to the world, then everyone owns a factory. Instead of coming together physically, we have the ability to come together virtually, to earn attention, to connect labor and resources, to deliver value. Stressful? Of course it is. No one is trained in how to do this, in how to initiate, to visualize, to solve interesting

problems and then deliver. Some see the new work as a hodgepodge of little projects, a pale imitation of a “real” job. Others realize that this is a platform for a kind of art, a far more level playing field in which owning a factory isn’t a birthright for a tiny minority but something that hundreds of millions of people have the chance to do.

Gears are going to be shifted regardless. In one direction is lowered expectations and plenty of burger flipping. In the other is a race to the top, in which individuals who are awaiting instructions begin to give them instead.

The future feels a lot more like marketing – it’s impromptu, it’s based on innovation and inspiration, and it involves connections between and among people – and a lot less like factory work, in which you do what you did yesterday, but faster and cheaper. This means we may need to change our expectations, change our training and change

how we engage with the future. Still, it’s better than fighting for a status quo that is no longer. The good news is clear: every forever recession is followed by a lifetime of growth from the next thing...

Job creation is a false idol. The future is about gigs and assets and art and an ever-shifting series of partnerships and projects. It will change the fabric of our society along the way. No one is demanding that we like the change, but the sooner we see it and set out to become an irreplaceable linchpin, the faster the pain will fade, as we get down to the work that needs to be (and now can be) done.

This revolution is at least as big as the last one, and the last one changed everything. ■



© Juliet Pomés

First, connect

In the connection economy, there’s a dividing line between two kinds of projects: those that exist to create connections, and those that don’t.

The internet is a connection machine. Virtually every single popular web project (eBay, Facebook, chat, email, forums, etc.) exists to create connections between humans that were difficult or impossible to do before the web.

When you tell us about your business or non-profit or public works project, tell us first how it’s going to help us connect. The rest will take care of itself. ■

Confidence without guts

Too many MBAs are sent into the world with bravado and enthusiasm and confidence. The problem is that they also lack guts. Guts is the willingness to lose. To be proven wrong, or to fail.

No one taught them guts in school. So much money at stake, so much focus on the numbers and on moving up the ladder, it never occurs to anyone to talk about the value of failure, of smart risk, of taking a leap when there are no guarantees.

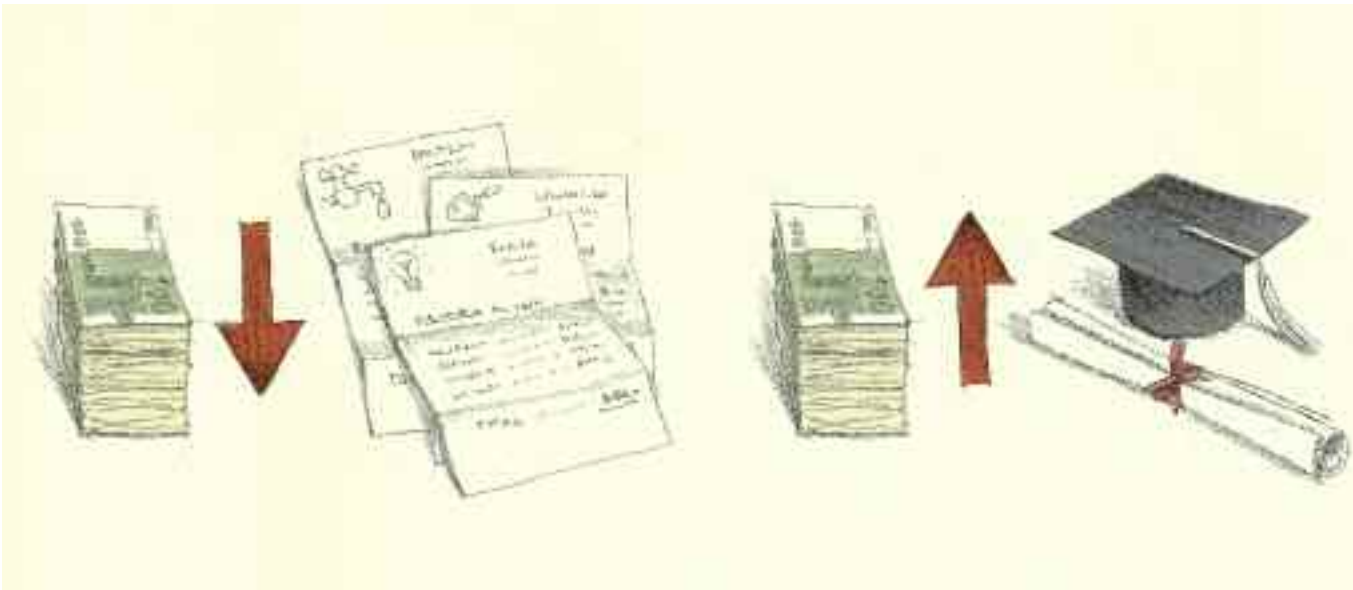
It’s easy to be confident when you have everything aligned, when the moment is perfect. It’s also not particularly useful. ■

Fear, scarcity and value

The things we fear are probably feared by others, and when we avoid them, we’re doing what others are doing as well. Which is why there’s a scarcity of whatever work it is we’re avoiding.

And of course, scarcity often creates value.

The shortcut is simple: if you’re afraid of something, of putting yourself out there, of creating a kind of connection or a promise, that’s a clue that you’re on the right track. Go, do that. ■



© Juliet Pomés

Before you raise money (assets and expenses)

There are more ways to raise money for your business, project or organization than ever before. There are more angel investors, more online sites, more VCs... it's true that the local bank has largely abandoned this responsibility, but the web keeps reminding us of the opportunities.

Here's the key thing you have to understand before you ask your mom or your friends or the local VC for an investment:

There's a huge difference between spending money on expenses and spending money to build an asset.

Ice at a picnic is an expense. Once it melts, it's gone. Your electric bill, rent – these are costs of doing business, and you should rarely if ever borrow money to pay them.

Assets, on the other hand, are things that sustain or grow in value, that you can use again and again, and that are ultimately worth more than they cost.

A college degree from the right institution is an asset. So is an earned list of 10,000 people who want to hear from you by email once a week. So is a reputation (which some people call a brand).

For entrepreneurs, then, the math is simple: any asset-building opportunity that will generate a long-term profit is

worth considering and even worth borrowing money to acquire.

But if your business needs to borrow money to simply pay your expenses, to keep you at a steady state, you're doomed. Unless those expenses are demonstrably building a bigger asset for tomorrow, you're going to regret the investment, because it's not an investment, it's just a waste.

The second thing to keep in mind is this: you probably have to pay the money back. Don't borrow money to pay for an asset unless you can see a clear path to paying it back. That might mean selling the asset later (which is what VCs almost always do) or it might mean building a project where the asset is so profitable you can pay people back directly (which is why it's worth borrowing money to go to Harvard Medical School).

If you sell a percentage of your company (which is what most investors ask for) then you've basically started down the path to sell the whole thing in order for the investors to get repaid. Nothing wrong with that; just be sure you're going in with your eyes open.

When in doubt, raise money from your customers by selling them something they truly need – your product. ■

Non-profits have a charter to be innovators

The biggest, best-funded non-profits have an obligation to be leaders in innovation, but sometimes they hesitate.

One reason: "We're doing important work. Our funders count on us to be reasonable and cautious and proven, because the work we're doing is too important to risk failure."

One alternative: "We're doing important work. Our funders count on us to be daring and bold and brave, because the work we're doing is too important to play it safe."

The thing about most cause/welfare non-profits is that they haven't figured out how to solve the problem they're working on (yet). Yes, they often offer effective aid, or a

palliative. But no, too many don't have a method for getting at the root cause of the problem and creating permanent change. That's because it's hard (incredibly hard) to solve these problems.

The magic of their status is that no one is expecting a check back, or a quarterly dividend. They're expecting a new, insightful method that will solve the problem once and for all.

Go fail. And then fail again. Non-profit failure is too rare, which means that non-profit innovation is too rare as well. Innovators understand that their job is to fail, repeatedly, until they don't. ■



© Christian Maury

Àngels Solà Parera
University of Barcelona

Ignàsia Robira, a lace-making businesswoman from the turn of the 19th century

Ignàsia, daughter of the artisan Pere Claver, and wife to the shoemaker Gaspar Robira, mastered the art of lace-making and engaged in the manufacture of this fabric, which she supplemented with a clothes-making business and money-lending. The industrialist eventually set up a production network that comprised the output of women working in 13 different towns of the area around Barcelona, from Maresme to Baix Llobregat.

It is a known fact that, at least as of the Middle Ages, in Barcelona there were women – single, married and widows – who set up and ran their own businesses, thus contributing to their own and their families' welfare. This longstanding tradition of women entrepreneurs from Barcelona is little-known, but that does not mean that it did not exist.

This continual presence of women in the business world has certain noteworthy characteristics. Between the 14th and 19th centuries, businesses owned by women were concentrated – as perhaps they are now – in two specific sectors. On the one hand, there was the sale of groceries and different types of food, as well as textiles, ready-to-wear clothes and accessories. On the other hand, there was the manufacture of garments and accessories (gloves, hats, corsets, etc.), and certain fabrics. This concentration of independent female economic activity may be attributed to ideological and economic reasons –reducing competition–, particularly more so as of the advent and dissemination of guilds – as of the 14th century in Barcelona –, which reserved most trades, the best ones, for men.

Nevertheless, a few production activities were never regulated by guilds, thus allowing women to run their own businesses. One of these activities was the manufacture of

bobbin lace – called blonde lace when it was made from silk yarn – a luxury product that yielded high profits. It is common knowledge that the sector always employed female



labour – for a pittance wage – although it is not so well-known that there were also some very resolute business-women. One such woman was Ignàsia Claver i Castells, from Barcelona (Barcelona, circa 1760–Reus, 1811).

This daughter of the artisan Pere Claver, “sifter and screener”, of Barcelona, and of Eulàlia Castells, married the shoemaker Gaspar Robira, also of Barcelona, in the early 1780s. As was the custom, she then took her husband’s surname, and was known as Ignàsia Robira i Claver. This was the formal signature she used. The fact that she was highly skilled in the complex art of lace-making – I know not how – led her to produce this kind of fabric. It should be mentioned that she knew how to write, which went a long way in helping her to do the bookkeeping and, particularly, to take care of the business’s correspondence.

Things were not going so well with the couple, so Ignàsia filed for separation before the church authorities. Apparently, the root of the problem lay in the fact that the family breadwinner was the wife rather than her shoemaking husband. Nevertheless, in 1799 the couple had second thoughts and signed a notarised agreement to resume their relationship, making it clear what the conditions of the economic activity that would support the couple and their four children were to be.

In the document, the husband acknowledged that the lace business and the company capital belonged to the wife, “who had acquired it through hard work and effort, without jeopardising the economic administration of her home and family”. The husband therefore recognised Ignàsia’s manufacturing and business acumen, her economic independence and the fact that she had generated assets without neglecting her domestic duties. The same document stated that as of that moment the husband would invest capital in his wife’s business, effectively making him her partner. He would thus collect his part of the profits, and the receipts, letters and other papers would add the words “and Company” to the name of Ignàsia’s firm. Another clause in the agreement provided that, “out of generosity”, she would give half of her profits to the husband so that he could attend to “his obligation to feed and dress his wife and chil-

dren, as any husband and father should”. This was provided that he fulfilled this responsibility; otherwise “he would forego his entitlement to receive half of the profits”. Moreover, Ignàsia delegated to her husband the task of collecting the revenue from the lace business, albeit reserving the power to intervene when she felt it necessary.

The business that Ignàsia had built amassed a capital of some 7,500 Barcelona pounds – besides more than 2,500 pounds in bad debts – which indicates that it was a crafts family and not one from the wealthy, high-class business echelons.

She purchased on credit and is known to have owed more than 3,500 pounds, a considerable sum in view of the business’s capital value. This demonstrates that she enjoyed considerable creditworthiness among her suppliers.

To make up for her loss of clout in the lace-making business, Ignàsia decided to start up a parallel business. She plumped for the sale of fabrics and ready-to-wear clothing. Some of the dresses bore elaborate embroidery work and her clients were not only the people who patronised her shops, as she also had clients in Valencia, Madrid and “America”.

We know that by 1803 she had 107 blonde lace mantillas on sale and different lace garments in black and white silk. It should be mentioned that the lace business was not a simple one, as it was based on a network of lace-makers in different locations controlled by an intermediary. The complexity of Ignàsia Claver’s business is notable, since it comprised the output of women working in 13 different towns of the area around Barcelona, from Maresme to Baix Llobregat.

The lace business profits allowed her to amass a certain amount of wealth, which she used to engage in money-lending. In one case she lent more than 500 pounds to the same person.

Ignàsia’s economic standing became very solid, as is borne out by the fact that when her daughter Francesca married the tailor Josep Gustà, in 1803, she gave her a 500-pound cash dowry plus a two-drawer trousseau valued at a further thousand pounds. This all adds up to much more than what Barcelona’s artisans normally spent on their daughters’ weddings. As she was not yet of age, the girl had to ask her father’s permission to be married, but her mother provided the dowry.

When the Peninsular War broke out, Ignàsia decided to move to Reus, where she died in April 1811. Her last will and testament said that she had been living in the town for some months. If she was not already ill when she arrived there then she must have taken ill there, since she did not even have the strength to sign her will.

Her son, Josep Robira i Claver, inherited his mother’s bobbin-lace business, although he never became an important businessman in the sector. He preferred to increase his fortune by purchasing property in Barcelona. This double occupation secured him well enough economically, so much so that his son, Joaquim Robira i Torradella, could study medicine and became a doctor and surgeon in 1847. Thus, there is no doubt that the family’s social ascent was based on grandmother Ignàsia’s three-pronged economic activity: bobbin lace-making, money-lending and clothes-making. ■



© Luisa Ricciarini / Prisma

At the head of the article, bobbin lace-making at the Barcelona School of Lace-makers. Below, on the preceding page, the signatures of Ignàsia and her husband on a notarial document of Antoni Comellas, held at the Protocol Archive. Right, German bobbin lace-makers in a painting by the baroque artist Giacomo Francesco Cipper (Todeschini).

Àlex Font Manté

Journalist. Head of the Economy section of *Ara* newspaper

The people to get us out of the recession

The name Jacob Suñol will mean nothing to most of the people reading this. Nor will the names Pere Vallès or Ana Izquierdo. However, they are important people. It is often said that the winner of the elections will be the one to get us out of the recession. However, this recession is so deep that great leaderships are proving to be inadequate. We have to start from scratch.

The economic recovery has thousands of unsung heroes – people who risk their own assets to push projects through and generate economic growth and employment. They are the entrepreneurs, a growing group of people driven by the will to move forward and do their bit for economic recovery through their small (or medium-sized or large) companies. Jacob Suñol, Pere Vallès and Ana Izquierdo are, for different reasons which we shall explain later, representatives of this generation that will get us out of the recession.

Catalonia is a country where jobs are in increasingly shorter supply, which makes it even more difficult for those who lose their job to find a new one (at the time of writing the unemployment figure stands at almost 650,000). This is why more and more people are deciding to set up their own companies: if nobody wants to give them a job, then they create their own. In 2011, nearly seven out of every one hundred Catalan adults (6.8%) were involved in the creation of companies, up 35% on the previous year, and this figure is expected to have increased again when the data for 2012 are available. Therefore, in Catalonia there are proportionately more entrepreneurs than in Spain overall (5.8% on average) and than in some countries regarded as benchmarks, such as Sweden (5.8%), Finland (6.3%) and Denmark (4.6%), according to the *Global Entrepreneurship Monitor* annual report.

Nonetheless, there is still a long way to go. We are still far behind the entrepreneurship rate of countries like the Netherlands (8.2%), the UK (7.3%) and the USA (12.3%). Moreover, according to the latest *Doing Business* report by the World Bank, Spain is the 136th easiest country in the world for setting up a company, ranking behind countries such as Afghanistan, Kosovo, Morocco and Zambia. “Spain is not Uganda,” said Mariano Rajoy to the minister Luis de Guindos in a famous text message while the bailout of the Spanish banks was being negotiated. We would do well to look at these statistics.

It is clear that more favourable legislation would go a long way to helping people who want to start up a company. In fact, in his election campaign, Rajoy promised that “one of the first things he would do” would be to pass an Entrepreneurs Law, which he has not yet done in his first year in



office. However, it is also true that entrepreneurship requires a certain fearlessness when it comes to taking risks and that this mindset cannot be changed overnight, but rather only through cultural change.

“Perhaps a year from now we will no longer exist,” says, rather coldly, Jacob Suñol, one of the young entrepreneurs cited at the beginning of the article. Suñol is one of the examples of this entrepreneurial culture that is not afraid of failure. He is one of the creators of Medtep, a technological platform where doctors and patients can store their medical records and health-related information. Suñol has been working for free for a year and a half now to develop Medtep; nevertheless he is not daunted by the prospect of this, his first entrepreneurial project, failing. Born in 1985, Suñol is still young enough to live with his parents, which helps him to economise. Evidently his intention is for the project to be successful and eventually yield profits, but failure to do so would not greatly bother him.

This mentality, very typical of Silicon Valley (the mecca of entrepreneurship), clashes with the typical mindset of the Catalan businessperson, often somewhat apprehensive. The traditional Catalan business classes take a more conservative approach: they are reluctant to take the *risk* of floating the company for fear of losing control over it or being exposed to the media.

Catalonia has scores of big companies that the general public is mostly unaware of. Did you know that one of the world’s biggest steel producers is based here? The company



Photos: Fabiola Llanos

is called Celsa, but you have probably never even heard of it. And there are many more like it. They are the so-called *hidden champions*. The scant reputation of the figure of the entrepreneur in Catalonia may be related to this tendency to camouflage themselves, as if they had something to hide.

While it is true that entrepreneurship is going through a small boom because of the recession, it is not, strictly speaking, a new phenomenon. In fact, the *hidden champions* we mentioned were driven by entrepreneurs decades ago. Now, the simple fact is that something that already existed is re-emerging. However, even in the years of economic boom, when easy money ruled and the entrepreneurial urge cooled off, some Catalans created innovative companies which nowadays, while many other businesses have gone south, are yielding their fruits. Such is the case of Scytl, a company that gives technological support for e-voting.

Scytl was founded in 2001, and last November it carried out its most ambitious project: managing e-voting in the United States, the world's leading power. The company was founded by the IT engineer Andreu Riera, now deceased, and is now run by Pere Vallès, who took charge while Riera was still alive. Scytl, which had a turnover of EUR 14.5 million in 2011, has a worldwide market share of 80% in the sector. There are many countries that do not permit e-voting (Spain, as it happens), hence the sector is still somewhat in its infancy. However, Scytl, which encrypts votes to make sure that they are secret and are recorded properly,

is better prepared than anyone to lead a new way of voting that guarantees, for example, that a Catalan living in New York is assured of being able to vote in the elections in their country, something which was not necessarily the case in the elections of 25 November last here in Catalonia.

Apart from the logical obstacles that the recession poses for companies, the Catalan entrepreneurial world has another specific problem to solve: the lack of women. Companies are traditionally male-dominated, and particularly in the managerial echelons. This is even more acute in start-ups, that is, new technological companies. Part of this may be due to women's lack of interest in technological disciplines: only 3% of women who study at university choose technology courses, as opposed to 13% of men. For example, only one in every five entrepreneurs at the LaSalle Technova incubator are women.

Ana Izquierdo, creator of two start-ups and of the Inveready investment fund, is one such person in Barcelona who is trying to increase women's participation in the creation of new technological companies. To this end she has created the Ellas 2.0 forum, a platform that pursues this goal by promoting companies led by women and by organising monthly networking sessions in the Velódromo bar. The meetings she organises allow entrepreneurs to carry out networking and "realise that they are not alone", which helps them gain self-confidence. Izquierdo firmly believes that "successful female entrepreneurs deserve exposure" so that other women will be inspired by them and will follow suit. ■

On the far left is Jacob Suñol, one of the founders of Medtep, a technological platform used to store patients' health details. In the middle, Ana Izquierdo, creator of two start-ups and the Inveready investment fund, promotes the involvement of women in setting up new technology enterprises. On the right, Pere Vallès, head of Scytl, which administered electronic voting in the recent US election.



© Ana Yael Zareceansky

Ko Tazawa

Catalanophile, university lecturer and translator

Three encounters, awaiting the fourth

Ko Tazawa first came to Barcelona in 1978, when he was sent by his bank to learn Spanish. His contact with Catalan society would lead him to love the country, its culture and language. He has been back twice, most recently in 1993, with his wife and two children, to take his PhD in Catalan philology.

I am Japanese. I am 59 years old. I live in Kobe, Japan. I am a university lecturer and Catalanophile. I mainly work on translating Catalan works into Japanese and vice versa, and I write books to present Catalan culture to Japanese people and vice versa. My relationship with Barcelona has been ongoing for over 30 years. Despite all this, perhaps I am not the best person to write an article on how people from Japan see Barcelona. Allow me to explain. To do so, there would have to be a certain distance between the city and me. It is true that I live physically in Japan, but emotionally there is less distance between me and Barcelona than between me and Tokyo (about 600 kilometres from Kobe). So what you are about to read is a very personal view of the city...

I have known three different Barcelonas at three crucial times in my life.

The first encounter was in 1978. I was working in a Japanese bank at the time. I was sent to Barcelona to learn Spanish (!). Barcelona before the Olympic Games was, in a word, dark. Perhaps this impression was caused by my state of mind, my anxiety, because I had to learn Spanish, which I had never studied, and then start to work in the Madrid branch of the bank six months later.

It was at the time of the referendum on the Statute of Autonomy of Catalonia. Catalan could be seen and felt in the streets. And not only that. Street names were changed from Spanish to Catalan overnight. Sometimes they just stuck the paper with the street name in Catalan over the marble plaque bearing the old name. I was fascinated by such scenes. "Here you can get a first-hand look at the close

relationship between language and society!" I thought to myself. That experience changed the course of my life, because it made me realise that I was not really interested in the job in the bank, but rather in languages.

The bank's intention of having another Spanish-speaking employee was thwarted, because I gave up my job there within a year of returning to Japan. I signed up for a postgraduate course at a university. I knew what I wanted to study: Catalan sociolinguistics.

The second contact with Barcelona was after I had some knowledge of Catalan. I had studied with books and cassettes but had never actually spoken it in Catalonia. I had a subscription to the *Avui* newspaper and was an avid reader of Josep Maria Espinàs's "A la vora de..." column. One day I decided to write to him to ask him to help me find a family to stay with in Barcelona so I could get some hands-on experience in Catalan. The truth is that I did not expect to get an answer from such an important writer. Indeed, a week, a fortnight went by... with no news. However, on 13 March, 1990, when I opened the newspaper I saw my name in his article. Not just my name, but my entire letter. Mr Espinàs was asking his readers to put me up in their houses. Within a few days I received a score of letters from families offering me the chance to stay with them. There was even a restaurant owner who invited me to dine at his establishment every day!

Making a choice was really hard. I eventually chose the most central house, on carrer Pau Claris. The family was a very Catalan middle-class family. The lady of the house was a superb cook. She strived to offer me the broadest possible

On this page, on the left, the author of the article at the time of his second stay in Barcelona, in 1990. Below, the book he published in 1993 as the result of that stay and his friendship with Josep Maria Espinàs.



© Ko Tazawa

variety of homemade Catalan cuisine: meatballs, macaroni, cannelloni, rice, crème brûlée, and so forth. The man of the house was a businessman with the typical morality of the Catalan bourgeoisie in the best possible sense: love of a job well done; love of the family; and love of God. I spent a fortnight there. It was very short but very fruitful. My knowledge of the language, culture and people of Catalonia improved. Barcelona didn't seem as dark as before.

This encounter yielded a by-product: Josep Maria Espinàs asked me to write a book about my experiences

in Catalonia. The result is *Catalunya i un japonès* [Catalonia and a Japanese Man] (La Campana), which, much to my surprise, became a minor bestseller.

The third encounter was around 1993. I had started to teach Spanish at a university in Osaka. I was married and had two children. Fortune had smiled on us, but I felt the need to get to know Catalonia better. I would have to do a PhD in Barcelona, and to do so I would have to give up my job at the university. Finding the job had not been easy, and if I left it there was no guarantee that I could go back to it.

I had already compromised the stability of my life when I gave up my job at the bank. At that time my wife had been very understanding. However, this time things were quite different, as we had two children, aged six and three. Nevertheless, I knew that I would never make any progress with my Catalan studies if I stayed where I was. Finally, I talked to my wife about it and she agreed. It could not have been an easy decision for her. I am grateful to her to this day.

Destination Barcelona! The four of us set off on the new adventure. It was a challenge for me, of course, but it also was for my children, Yu and Kei. Neither of them spoke Catalan or Spanish. Taking them with us meant removing them from a totally Japanese environment and plunging them into a new one, a Catalan one. In the beginning, Yu did not even know how to ask where the toilet was and when he felt the need, he had to follow a classmate who looked like he was headed there. Kei used to cry every morning when we left him with the girl from the kindergarten. The poor thing must have wondered why the people around him did not have slanted eyes and why they spoke a language he could not understand. However, after six months both of them could get by in Catalan in their own way. My wife, who spoke Spanish, also made a great effort to learn Catalan.

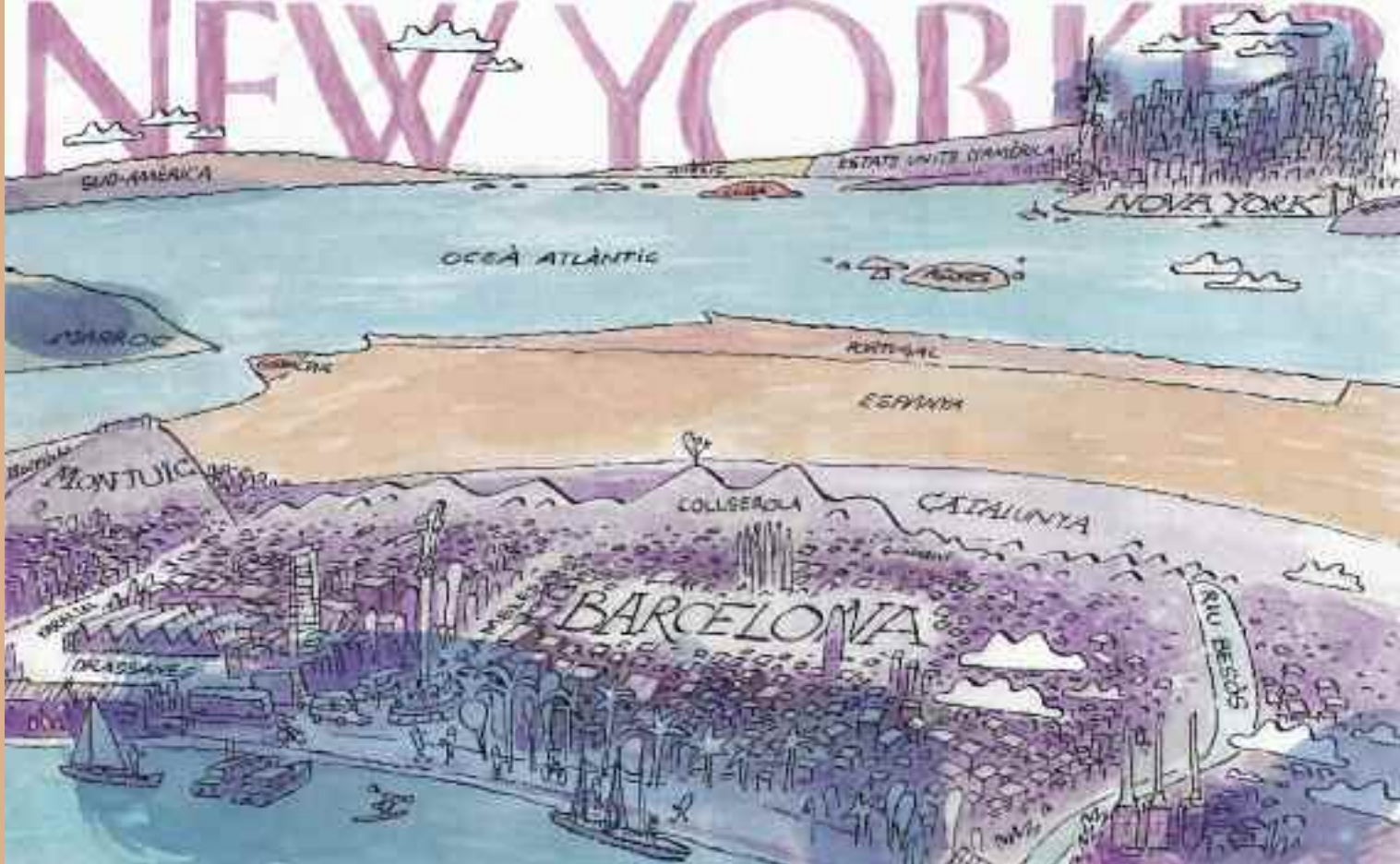
The fact that we had children gave us extra opportunities to broaden our range of activities. We made friends with the parents of many of their classmates. In Barcelona, unlike Japan, people ask you to their house so the children can play. This helps to break the ice. If your child tells you he wants to play with a friend, you have to mix with the child's parents even if you don't know them very well.

Thanks to the collaboration of my wife and children, the three-year stay in Barcelona was a complete success, I got my PhD in Catalan Philology from the University of Barcelona. However, more than anything, we all had marvellous experiences there. If Barcelona seemed brighter than it used to be, it couldn't only be due to the "*Barcelona posa't guapa*" [Barcelona, get pretty] campaign.

Our children have kept up their friendships. And we have more friends in Catalonia than in Japan. My wife says that she feels more comfortable in Catalonia, because people say what they really think and feel. In Japan, more often than not you have to guess what lies behind other people's words. For my wife, a very straightforward person, this custom is difficult to accept.

When will our fourth encounter with Barcelona be? Our children are independent now. Retirement is nigh. For us the ideal would be to live between Barcelona and Kobe, with me publishing translations and texts. ■





© Oscar Julve

Jordi Graupera
Journalist

Under ‘The New Yorker’ magnifying glass

The New Yorker weekly magazine is associated with old-style, steady journalism, and long and meticulously documented articles. Barcelona appears in one in twenty of the 4,100 issues published by the magazine since 1925: twice a year on average, although it gets barely ten mentions during Franco’s dictatorship. Some of the most noteworthy articles, when considered together, offer a clear vision of the phases the city has been through, and its relationship with the country, as well as of the sins we have not yet atoned for. And a clear pattern emerges in all the articles: when someone from Barcelona tries to walk with their head held high, New Yorkers look upon them as their peer.

The capital of literary reporting

Magazines produced in New York are a window onto the cosmopolitan world that North-American laws and customs seek to express. Barcelona's presence in *The New Yorker* began in 1935, with a description of the Carnival which foreshadows Post-Civil War morality, clashing abruptly with the *joie de vivre* of the Second Republic, still in power at that time.

Founded in 1925 with the aim of becoming a satirical and erudite weekly, *The New Yorker* immediately sold well. It faithfully represents the step-sister-like relationship between the United States' cultural capital and its hinterland: they love each other through their blood ties. It often seems that they would have to maintain an incestuous relationship, but they keep their distance, one that is born of resentment.

Magazines made in New York are a window onto the cosmopolitan world that North-American laws and customs seek to express, and constitute a powerful incentive for young artists who dream of finding a place on the literary Olympus of the Anglo-American language and of art in general. Journalism is an instrument of power; it explains, with total transparency, the debts that each writer has with their country and the price they pay for the place they hold in the concert of nations. Thus, 20th century American magazines are akin to cultural aircraft carriers. Boom-boom, large calibre.

The New Yorker weekly magazine is associated with old-style, deliberate journalism, with long articles. Ten or twenty pages that keep up appearances, written to make language and conversations its own, meticulously documented: always flush with anecdotes and good taste. It is the capital of literary reporting, and it pays well. You look at a powerful city, which leads an upstanding country, and immediately you see its cultural wealth and a breed of creators who have time to write and the room to take risks.

The sadness of a Carnival

If you enter the word "Barcelona" in the search engine of *The New Yorker's* archive, you get 223 hits. Since 1925, 4,100 issues of the magazine have been published, which means that Barcelona appears once in every twenty, or twice a year. However, this is the average, since during Franco's dictatorship there are a meagre ten mentions. The first reference to the city is a brief article from 1935, in the "Talk of the Town" section, namely the cocktail of curiosities that purportedly occupy local chinwags. It is entitled "How Sad", and reproduces a letter by a citizen of Barcelona who had lived in New York, describing a parade of carnival floats along Passeig de Gràcia. And it ends:

"In the streets hundreds of people dressed almost exclusively as 'Charlots' or 'Gandis' walk and try to persuade themselves that they're having a grand time [...] Strongly armed mounted police reminded everybody of the drastic prohibitions, as are the ones forbidding the use of masks and throwing any streamers with colours that would offend the morals, the political feelings, and the 'religious'. I hurried on my way to the American Bar."

The image is a clairvoyant one: citizens of Barcelona dressed up as Charlie Chaplin's The Tramp and Gandhi, or

in other words as clowns or pacifists (or as anti-fascists or pro-independents, which sounds better), surrounded by armed patrols. Five months have elapsed since 6 October and the outbreak of the Spanish Civil War is a year and a half away. What colour does a streamer have to be to offend political feelings? The reaction of the chronicler, who heads straight for the American Bar, is also premonitory: hedonism as a way out of grief, cocktail cosmopolitanism as asceticism. It foreshadows the post-war morality and clashes with the *joie de vivre* and mythical agitation of the Republic, still in power.

The other articles focusing on Barcelona are by paid reporters. One in 1944, two from the 1950s and two from the 1960s. After Spain's transition to democracy, articles



© Pérez de Rozas / AFB

multiplied and became both more varied and specific in terms of topics: particularly painting, dancing, architecture, and more recently gastronomy and Woody Allen. There is one from 1992 which, leveraging the Olympic Games, takes a look at Catalan nationalism with some almost microscopic details but which comes up somewhat short as an overview. This, plus the five articles published about Barcelona during the dictatorship, explains the phases the city has been through, and its relationship with the country, as well as the sins we have yet to atone for. ■

The first references to Barcelona are published in *The New Yorker* in an article about carnival in 1935. The carnival image is from the following year: the burial of the carnival effigy in the Jardinetes de Gràcia.

Demonstration in support of Franco on the Passeig Marítim, on 21 February 1946. The writer and critic Marya Mannes viewed Barcelona as a potential ally given the existence of a nation oppressed by the Spanish fascists.



© Pérez de Rozas / AFB

Far away, very far away from Madrid

The article by Marya Mannes, published in 1944, is a war article. The Allies had landed in Normandy six months previously and Paris was liberated in August. The implicit question is whether crossing the Pyrenees with the Allied army is an advisable undertaking.

The article's topic, published in the form of a "Letter from Barcelona", was newsworthy: at home I keep a cover of *Time*, also from 1944, with a map showing the Iberian Peninsula with Franco's face superimposed, and which reads: "Franco of Iberia. An advance against him is an advance against Hitler."

Mannes lists the virtues and the defects of the Catalans with regard to American interests. The article reeks of a Department of State report taken to the extreme: "Catalans of all groups will be in the first wave of revolt," it concludes. And then the *but* kicks in: we do not know if they are serious enough. The opening paragraph makes it quite clear that Barcelona is Catalonia and Madrid is Franco, after which the article explores this dichotomy further:

"Barcelona is a long, long way from Madrid. Barcelona is Catalan and Madrid is Castilian, and the mountains that separate Catalonia from France are not as high as the invisible barrier between Catalonia and Castile. Madrid is the past and Barcelona the future of a once great nation. Like all seaports, Barcelona is a natural city, which has grown out of its geography. Madrid is an artificial city, an arbitrary capital."

The reason why Barcelona may be an ally is the existence of an underlying nation, a nation oppressed by the Spanish fascists – the golden years of the Falangists. Any reader who had followed the World War in the American press would be conversant with this topic. The Catalans, like the French or Austrians, make for a transparent map of alliances and an inevitable conclusion.

Mannes's Barcelona resembles Manhattan: it is portrayed as a city with contemporary art museums, numerous bookshops and well-educated and liberal people. The mysticism of Montserrat and the Mediterranean lightness of spirit "make a fine creative mould". The Liceu hobnobs with La Scala and the Paris Opera, and the Russian ballet is a

frequent visitor; Pau Casals, "the world's greatest cellist", is Catalan; and there is even a Japanese orchestra conductor who is a regular at the Ritz bar, where he peruses the *Daily Mail*. The Catalans, she says, read a lot, and since almost everything is censored, the *in* book is a biography of Churchill and a Mickey Mouse comic: they are just like us! Industrialists are pro-American, and everyone works harder and is more receptive to change and progress, not like in Madrid, where they live by their wits and are close minded. She mentions *Destino* magazine, "which has somehow managed to be pro-Ally" despite Franco, and *La Cordoniz* ("a completely non-political weekly that devotes itself to gags, jokes, satires, and expert cartoons"), the sole exceptions to a discursive, emotional journalism, totally dedicated to government propaganda. And even "the Barcelona girls [...] walk with freedom and assurance, almost like American girls". And she concludes: "Barcelona has, in general, an American spirit; its energy, eagerness, curiosity and humour provide a contrast to the dark, ingrowing nationalism of central Spain."

The article goes on to focus on the injustice suffered by the city, and Catalonia with it. It voices the claim to Catalan nationalism taking precedence over Communist or Anarchist claims, and this suggests that it wants the general public to be in favour of an Allied intervention in Spain, just like *Time*. However, it also raises a more profound issue: the future of Barcelona is Catalonia, and the city's power hinges on culture in its broadest sense, on its history and on its ambition, rather than on ideology. ■

Chaos, defeat and humiliation

The articles of the Fifties depict a defeated and vulgar country, whose only saving grace is its Mediterranean exoticism. They crystallise the myth of the Barcelona good life, driven by disorder, heat, the bohemian lifestyle, unpunctuality, sex and, in general, a laid-back, dirty and cultureless *carpe diem*. There is an underlying sadness, silence.

The 1955 article is penned by Joseph Wechsberg, writer, journalist and Czech musician, and a well-known anti-Nazi fighter as of the 1930s. Parliamentary secretary of the Czech Jewish Party and defender of the Sudetenland cause in the United States, Wechsberg adopted US citizenship at the beginning of the Second World War and returned to Europe with the North American troops in 1943 as a war correspondent. After the conflict he worked for the War Crimes Commission and wrote *The Murderers Among Us* (1967), in which he unmasked former Nazi officers hiding out in Latin America or conveniently suffering from memory loss in Berlin. Hardly light reading.

However, Wechsberg's article has little to do with Mannes's. It is not political, and not even cultural in the broadest sense. It is a very entertaining caricature of a Viennese opera company that is premiering a Mozart and a Wagner in the Liceu. The difference between the definitions of Barcelona by Mannes and Wechsberg are worth mentioning, as the latter writes: "Barcelona is not only the second-biggest city in Spain but the noisiest; the noisiest part of Barcelona is the old Gothic Quarter, which is cut through by the Rambla, the city's most picturesque thoroughfare."

The rest of the long article is an elaboration on this theme. If Mannes read it she would have concluded that the "levelling" process orchestrated by the regime – which she mentions in her 1944 article – had reached its objectives very successfully. The erudite and modern city, which had tapped into the spiritual and material progress of the west, has become a den of corruption and slovenliness; the hotel room is like a monk's cell, and the conversations and partying into the wee small hours tilting in from the Rambla preclude any possibility of some shut-eye for the prima donnas and the directors lodged at the Hotel Oriente.

The citizens of Barcelona are soccer-crazy and bullfight-crazy; apparently they are opera-crazy, and although many do not actually frequent the Liceu they do talk about the highlights. The singers, so used to Vienna, are homesick – the baritone is fed up of fish three times a day – and they catch colds from so much nightlife and so little rest. They complain incessantly: what an uncivilised country! The city lives by night: the shops close after midnight and do not open till noon the next day; performances begin at ten in the evening, even though the venue is still empty, although people trickle in; the intermissions are longer to give people time to hold long conversations and so that the women can show off their colourful dresses; and the technicians and extras, once the performance is over, after two in the morning, go out drinking until six. The firemen smoke on duty near the props. "They're always cooperative, and never irritable. Must be the fresh fish they eat," said the company director. Nobody would ever say that a mere 11 years had elapsed since the last article.

The picture painted must have struck *The New Yorker* readers as exotic, and Wechsberg was probably exaggerating on purpose, but the take-home message was that there was no country or basic standards. Under the scab of the regime, however, there nestled a force pushing out towards hedonism. There was no fighting spirit, but rather a good, lively, 19th century-style, popular and oily bohemian spirit.

Indeed, back in Vienna, after a resounding and exquisitely Nordic success, the singers that had complained so much were already missing the warmth of the people of Barcelona and the sauciness of its girls. This is the Spanish Barcelona and African Spain. Sun, sex and wine. The Pyrenees are a border. The fact that a Sudeten Jew, a historic combatant, comes to Barcelona and this is the sum total of what he sees is illustrative of the city's state of utter decomposition, but also of a change in the interests of the readers and the North-American powers that be. The article is flanked by ads for swimwear for ladies and whiskey for gents. At that time, the priciest ticket for the Liceu Opera house was eight times the cost of an issue of *The New Yorker*; the American government already had four military bases in the Iberian Peninsula; Spain is in the process of internationalisation – UNESCO, the UN, a preferential agreement with the EEC – thanks to the Cold War, and we are four years away from the intervention of the IMF and on the verge of the government of the Opus technocrats. Country and city have hit rock bottom, and there is no sign of a recovery.

The article from 1956 paints a similar picture. It is a strange piece by Frederick L. Keefe, a Hollywood screenplay writer, about a car journey from Madrid to Barcelona. There is no documentation, political or ideological intent. It is all description. Keefe is in a car and when they reach

© Nat Farbman / Time & Life Pictures / Getty Images



Articles from the Fifties reveal a defeated and down-at-heel country. In the photo, a billboard advertising a "Typical Spanish American Show" intended for sailors of the US Sixth Fleet, in January 1952.

Medinaceli he picks up a rather impoverished-looking Cambridge-educated Catalan historian. After criticising the stupidity of Franco's dictatorship throughout the journey, the historian cheers Franco's retinue before a group of Civil Guards in a scene reminiscent of *Welcome Mister Mars-hall*. In a description that inspires veritable pathos, Keefe explains how the historian was withdrawn and uncomfortable for the rest of the trip. Finally, when Keefe, very politely, asks him what's the matter, the historian apologises for his lack of consistency. Feeling inferior to the American, his sole justification is an utterance that must have been humiliating for the Cambridge graduate: "In Spain you often have to think one way and act another. Do you know what I mean?" The picture of the 1950s is now complete: collective chaos, cultural defeat and intellectual humiliation: provincials, cowards and survivors.

Recovery and mental acquiescence

The two articles from 1961 and 1963, on the other hand, prove that Catalonia has resurfaced. They are by Alastair Reid, an American writer of Scottish origin. As in 1944, they constitute an extremely well-documented compendium of cultural and political clichés of Catalan nationalism; and clearly show that Barcelona depends on the strength of Catalonia, and vice versa. The more Catalan Barcelona is, the further it explores the possibilities of its history, the more cosmopolitan, the more modern, the more European it is; and the more understandable for the reader.

Manuel Fraga Iribarne during a visit to social housing neighbourhoods in January 1975, shortly before he was appointed as Minister of Governance and the Deputy Prime Minister of the first post-Franco Transition Government.

© Pérez de Rozas / AFB



The article from 1961, also entitled "Letter from Barcelona", is 40 pages long and is the main story. Reid says that Barcelona had two different histories: a long and honourable one that commences with its foundation, a commercial and strategic seaport since Roman times, the capital of one of the Mediterranean's grand nations, independent of spirit, industrious and valiant; and the other, a short and brutal history that begins with industrialisation. He uses these historic foundations to describe the reality of the 1960s, economically depressed and culturally "hampered". However, there is something astir; there is a fresh lease of life, and the country becomes visible.

The Spain of the 60s was the result of the economic growth triggered by growth in Europe, North-American aid and the Stabilisation Plan of 1959. Whereas the article from 1961 depicted an impoverished, albeit still alive, country, reeling from the reforms of 1959, the 1963 article shows that the reforms had worked. This led to a kind of mental acquiescence which accepted the historic strength of Francoism and the marketing of the myth of the "Spanish Miracle". Fraga was the publicist orchestrating the aperture of the regime and was the most likely candidate to succeed the old dictator. On the other side of the scales is a precise description of the mental condition of those who survived the war, plagued by nightmares, anguish and silence.

However, of all the explanations proffered by Reid, Catalan nationalism is the last hope. Reid looks upon us with friendliness, and laments the failure of the Catalan state ("a tragedy within a tragedy"), but at the same time he makes it clear that the movement is politically defunct. At the beginning of the century, he says, separatism had all the makings of a real movement: own culture, modern economy and political ideas, but now it is merely a corpse that nobody deigns to claim, forgotten in a fridge in the morgue. As he considers that the country is actually capable of amounting to something, he senses that the fact that it has amounted to nothing should be put down to anthropology. He constructs a discourse on the Barcelona way of life which will be definitive: the good life in the south means that Spaniards know next to nothing about the most elementary political responsibility. And Catalans are incarcerated between the regime of a short military sadist with a repulsive woman's voice and the mental limitations of their sensuality, which explains the total lack of discipline, outbursts that lead nowhere, economic pragmatism and an innate penchant for freezing the present, eternally suspended in the sun and inner joy, rather than for speed and the cost of the future. The price of moral anarchism is this downtrodden life, this permanent defeat, which need only be borne by a metaphysical predisposal.

This does not mean that it is devoid of all optimism, since there is a faintly beating heart in there. He finds Barcelona disarming because he sees it as modern and up for anything, erudite, with substance, but neither the elites nor the people have the muscle power or the willpower to take this rhetorical desire to the next level. He uses the word "hampered" twice. There is enough material in the article for a PhD thesis, and it demonstrates that psychology and a centuries-long historical context are needed to understand Catalonia and Barcelona and to explain them both. ■

1992 and the postmodern quagmire

On the occasion of the Olympic Games, the magazine published another leading article about Catalonia. Barcelona is portrayed as rooted in consumerism, a paradigm of the late-capitalist welfare society. The law of resetting memory yields its fruits, but ends up being confused with reality.

After the transition, articles and topics multiply until 1992, when, with the Olympics as the backdrop, the magazine published a main spread, this time entitled "Catalonia", penned by William Finnegan, one of its best-known journalists. It is a prodigy of English-language journalism by dint of its detail, professionalism and spot-on diagnosis. Barcelona is a postmodern quagmire, anchored in consumerism, the paradigm of the late-capitalist welfare society. Ideologies have been watered down by large-format TV screens and the service economy. Catalan nationalism appears as a bourgeois and conservative undercurrent which has taken the soft form of Maragall's "socialist cosmopolitanism"; of Maragall he says he is a man that feels comfortable with the impure juggling act of contemporary politics.

Catalans, and particularly people from Barcelona, feel their skin tingle when they think about 1992. After the Games, the citizens of Barcelona shamelessly flaunted their new-found pride the world over. Seeing the reaction of foreigners when you say you are from Barcelona shows that we have good reason to be proud, but, at the same time, people from Barcelona can also come across as self-inflated show-offs. We exaggerate our self-love because it is the only love we have. And we look upon clients as lovers. My sister was given a lesson on this when she lived in London. A Dutchman asked her where she was from, and she replied "from the best city in the world". "From Barcelona," said the Dutchman. "Yes, how did you know?" asked my sister. "Only someone from Barcelona would say something like that," replied the other.

Historically, the Games were a turning point. The city offloaded some obvious shortcomings and started to build. The 1960s were thawed. The world fell in love with the city with the greed of termite tourists. The article from 1992 is good precisely because it manages to see beyond the bricks and mortar aspect, and describes, with surgical precision, the psychological condition of a country that has decided to focus on a service-based industry, making the most of its geography. Reid's warning in his article from 1961 about the tendency to live off sun and sand met with the perfect reply in Finnegan's article from 1992. In 1963 Reid quoted a Spanish economist who, when asked about the tourist industry, referred directly to the prostitution of the country. And a mechanic told him: "A few years ago I was ready to burn down my grandmother," but now "I'd rather work". In perfect continuity, in the 1992 article Finnegan explains the ideological evolution of a mayor from a town near Barce-



© AFB

Aerial view of the coastline during construction of the Olympic Village, in an image taken in September 1987.

lona, Castelldefels, erstwhile communist and representative of the working class immigrants, who made the most of the building of the Olympic canal to reinvent the town as a centre for hedonists. His voters, he says, are no longer workers; they are technicians.

Amnesia as a cultural paradigm

The generation that did things in 1992, educated in the late Francoist period, imposed the cultural paradigm of amnesia and kept traumatism at bay with anxiolytics. It is a psychotropic zenith, and everyone congratulated themselves on the success. Finnegan interviews Rubert de Ventós, who warns of the global danger of nationalism, and quotes Aristotle by saying "whoever wants to organize a polis must organize the amnesia of the people". However, there is also a local journalist hailing from Castelldefels who says he feels lonely because he is the only Catalan speaker in a Spanish-speaking city.

The image conveyed by the article combines the economic success that has turned the Spanish immigrant workers of the dictatorship into a large middle class typical of western democracies, with the dissection of the cultural gash engendered by the presence and number of these "people from Andalusia, Murcia and Extremadura". Nevertheless, broadly speaking, alchemy has kept Catalan nationalism at the centre of politics, which is a mutual protection system shored up by equilibrium, not by justice or dignity. It is security, not freedom. The example is a businessman wandering around at a reception in the Pedralbes Palace – "where Franco had stayed when he came to Barcelona" – where it is clear that the Catalan elite is but a small clique and everybody knows everybody else. Pujol and Maragall have laid their differences to rest, and Samaranch presides over happiness and consensus. The businessman in question wanders around amid canapés and laughter. He made his fortune by flogging apartments with aluminosis to immigrants in the 1960s and is now one of the major patrons of Barcelona's new Museum of Contemporary Art. Hey, everyone lands on their feet. The Castilian elites are no longer in the limelight, but they are still a fine and all-pervading veneer, and the Catalan bourgeoisie, thitherto industrial, now turns to toast the economic success of a Barcelona powered by tourism and real estate.

A few people make a real killing and in general everyone gets a slice of some size. Moreover, the chance to be in the crosshairs of the world's main TV channels spurs on all

forces, dead or alive, to tout their truth somewhere or other, albeit without altering the moderate and complacent tone. Even the official critics, such as Vázquez Montalbán, take advantage of the situation by publishing articles, police novels set in this new and memory-challenged Barcelona. And he tunes into TV channels from all over the world from his house in Collserola. He is the spokesperson of the local intelligentsia. With a tinge of irony, Finnegan describes Montalbán as a “democratic communist” and gourmand.

It was at the time of the war in Bosnia and the contrasts between Sarajevo and Barcelona are the focal point of all analyses and emotion. Also in the article, as was only to be expected, are adolescents dishing out leaflets about Freedom for Catalonia, but it is hard to believe that this ostensibly comfortable society is a victim of oppression. Absolute calm amid gesticulations and wads of banknotes. The law of resetting memory yields its fruits, but ends up being confused with reality: as if city and country had really started from scratch 20 years earlier. And the city had appeared by spontaneous generation.

City and country had been burdened by the consequences of this emptiness until it imploded in the present, 20 years later. The city was reborn and destroyed at the same time. The naivety and bonhomie of *Friends for Life* leaves us alone and disarmed; the image and summary of the 2004 Forum of Cultures. The emergence of *splendour and glory of Codswallop International*.¹

Samaranch is a case in himself, and the article gives him generous coverage. Finnegan asked every interviewee – politicians, teachers, journalists, ordinary citizens – about Samaranch and his Fascist past. The emerging portrait is spikier than the recently penned doubt-laden obituaries. He was more of a Falangist than was necessary; he annihilated his Catalan roots; he devoted himself to sport, the main instrument of regimentation of authoritarianism; he always landed on his feet; he reached the summit of the IOC thanks to support from the hardly or totally undemocratic elites of the former USSR whom he met as ambassador in Moscow; he clung to the position in a decidedly un-gentlemanly style and was the brains behind Barcelona being chosen to host the Games. The King made him a marquis and the Olympic Barcelona suits him and his followers. And his past is forgiven because the prevailing paradigm is amnesia and because, if you choose prostitution, then you might as well make sure that you get yourself a pimp who dolls you up and gets you good clients instead of having to ply your wares on the street on your own. Clearly he is an enemy of the values of *The New Yorker's* readers. And Finnegan tries to understand how a country can forgive a Fascist past to the point of glorification.

Catalan nationalism and banality

Catalan nationalism appears as a disconcerted force run through the filter of postmodern banality. The article echoes the criticism by the Convergence and Union party's opposition to the PSC (Socialists' Party of Catalonia) mayor of Castelldefels, and ridicules it for being disproportionately historicist and demagogic. Nobility is nowhere to be seen, but we do have the *pax* of abundance. If a major crisis ever occurs, says Finnegan, tribalism or the most consistent and

violent nationalism could emerge. Nowadays, not even the Olympic Games can prove that homelands are still relevant: forget eastern and western blocs and flags; brands are calling the tune now. Michael Jordan refuses to wear Reebok because he's with Nike; and Cuban baseball players dream of big-bucks contracts in the US league.

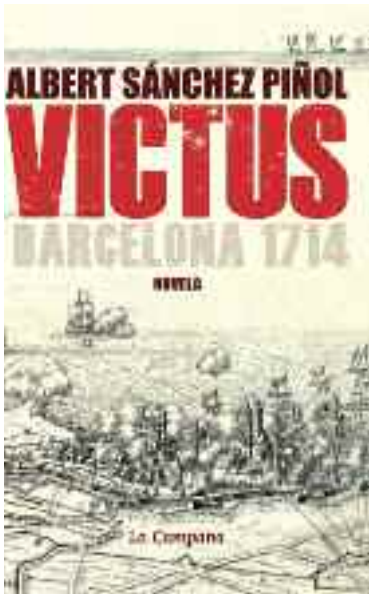
Overall, Barcelona is consolidated as a fine host, moderately bohemian, happy, beautiful. Everyone is so comfortable that there is no need to believe in anything too seriously. The only malcontents are those who never got their hand in the till, actually a minority. The fact that there is no historic reference links the article to those of the 1950s, and it is also symptomatic of the disinterest of the reader and the natives. And Finnegan's, for that matter. The article is the perfect context for other, post-transition scenarios: gastronomy, art, travel and little else.

So we therefore have the Allied Barcelona of the 1940s, the African Barcelona of the 1950s, the Barcelona of the “Catalan myth” and “Spanish Miracle” of the 1960s and the tourist Barcelona of the 1990s. The articles penned in the wake of the transition to democracy elaborate on the cultural aspect: particularly Picasso, Dalí and Gaudí, but also Savall, Bolaño, Ferran Adrià and Portabella. Barcelona appears as the redoubt of a major plastic arts tradition, but also as a top-notch tourist destination. In the 1980s, the reviews are steadfastly highly favourable, but as the 1990s progress, and particularly into the first decade of this century, the enthusiasm is tinged with nuances. The extreme is the review of an exhibition from 2007 in The New York Metropolitan Museum, entitled “Barcelona and Modernity: Gaudí to Dalí”. The author, after saying that the works of Picasso, Dalí and Gaudí make him want to get on the line to a travel agency, ends up oversaturated. The pointlessly abundant Picassos and the banging of own drums may suggest that Barcelona is all facade, a smug city. Picasso, Dalí and Gaudí are geniuses, he says, but when all is said and done everyone has to come from somewhere. The place matters little.

Any foreign look at a city is flawed by the interests it defends. *The New Yorker*, while it is left-wing and at some point has harboured counter-cultural aspirations, is a self-righteous archetype which engages in both humour and criticism, but never self-destruction. A city, in the eyes of *The New Yorker* readers, has to be a political subject – such as London or Paris – or else be an object for consumption – such as Bali. The more political a city strives to be, the greater the respect afforded to it as an object of consumption; and the more insignificant its ambitions are, the greater the likelihood of it being set upon by pirates. Thus, the only pattern that runs clearly through all the articles is: in each setting, when someone from Barcelona tries to walk with their head held high, New Yorkers look upon them as their peer. ■

Editorial note

1. Reference to the name of Quim Monzó's book of collected articles (Quaderns Crema; Barcelona, 2010): *Esplendor i glòria de la Internacional Papanates* [Splendour and Glory of Codswallop International].



Esteve Plantada

The reasons of 'Victus'

Victus, Barcelona 1714
Albert Sánchez Piñol
La Campana Edicions
Barcelona, 2012
608 pages

“Here we have the truth that is at the heart of this story: reason lies in unreasonableness” [“*He aquí la gran verdad que encierra esta historia: que la razón está en la sinrazón*”] utters Martí Zuviria, the main character of *Victus*, in one of the pointed dialogues that abound in Albert Sánchez Piñol’s latest novel, and perhaps the best definition of the arguments of this resounding story. Sánchez Piñol crafts the events with the style that makes him a terribly efficacious narrator, in a compact, solid and addictive discourse that makes us seize up in fear. As also occurred with unusual forcefulness in *Cold Skin* (Canongate Books Ltd, 2007) and was underlined in the surprising ingenuity of *Pandora in the Congo* (Canongate Books Ltd, 2009), facts transcend fiction and take hold of our very fears, once again using the ploy of siege and defence. However, this time the plot leads irremediably to the events of the present. The horror which stems from 1714, and from even farther back, bounces back with frightful intensity.

Nevertheless, one of the most weighty arguments of *Victus* is that it transcends national events without any type of indulgence, in 600 pages where it is perfectly clear that everything is the outcome of the vulgar – and also marvelous – dimension of mere existence, and of the desire to exist, to be, with no heroes, and with an exasperating unre-

asonableness that drives the events forward. A novel which portrays the moral collapse of a century split between empiricism and rationalism, light and dark. The novel is a delicious humanistic fiction that depicts the shame and rotting of reason, of egotisms, of needs, of instincts that eventually win out over intellectualism and reason. In this regard, this fable on the fall of Barcelona is imbued with the spirit with which John Locke illustrated the ways of the new century: the world of Martí Zuviria as a mirror of the unknown, like the Word he incessantly pursues. A single word that contains all knowledge hitherto denied and which will be the real reason that drives the world. This anti-hero, Zuvi Piernaslargas, is enormous and brilliant, but even more splendid is the narrative counterweight of the “horrendous” Waltraud, the German scribe who becomes the story’s true narrator. Luckily, all the other characters are brilliant artefacts of a polyhedral and profound story, which erects a novel with an ambitious plot that is perfectly camouflaged in an intricate maze of details, dates, questions, answers, technicalities and misfortunes. All this without ever losing the spark of a diabolically addictive pace.

Split into three parts, *Victus* becomes a manual of that great first world war, but it is also a homage to classic storytelling. Three acts perfectly

marked by three generous and tidy parts, with an initial brilliant presentation dealing with the formation of the main character, Zuviria, a brilliant mentor, Vauban, the discovery of love, Jeanne, and the positioning of the story’s antagonists. The second part transitions toward the climax of the disaster, where we even believe that salvation is possible. And a third act is pervaded by the decrepitude of an era of horror and shame. Mention must be made of the voice of the narrator in the crafting of the novel, prodigiously steering away from any semblance of impact-mongering and sentimentalism. *Victus* is that blunt, necessary and germinal. It is a Catalan novel that is not written in Catalan. It is the conquest of the normality of this country that links the weight of a defeat that occurred 300 years ago to a future now starting to be written. It is the conquest of an episode tucked away in the memory of the nation’s disgraces; it is the spirit reborn of a literary tradition devoid of epic.

In *Victus*, Sánchez Piñol demonstrates, once again, that he is a master of storytelling, of impetus and of the compelling resources of the story. He demonstrates magnificently, as always, that style is alive, in the way he questions us, spies on us and offers us entertainment that explains much more than we can take onboard, in a mordant and head-on style, devoid of attributes. ■

Jordi Llavina

The bus trip

I used to take the number 28 bus in Plaça de Catalunya, outside the Catalònia bookshop. I was beginning to get interested in literature, and more than once that window had made me late for a date with my girl, who used to wait for me on the steps of Plaça Salvador Allende.

A few days ago I had to tidy up all the odds and ends I had accumulated at home over the last 20 or 30 years. Goodness knows how long it had been since I last got round to seriously sorting out stuff — by seriously I mean intending to get rid of old things, useless objects, junk — that could be salvaged in different filing boxes, which the inertia of life had led to populate the top of a wardrobe. Seven filing boxes, more specifically, full of papers.

I opened one at random. The dust brought on a fit of coughing: they were supplements of books collected without rhyme or reason, and which were immediately doomed to an irrevocable fate: the wastepaper bin. The same lot was dispensed to the two boxes on either side of it: one containing hundreds of articles culled from five or six newspapers over the last few years (mainly political articles, which were now as outdated as the paper they were printed on) and a third that contained typed work from my university days. This would all go straight to the blue refuse container. Not for one moment did it cross my mind that this bin was intended for paper and cardboard only, and not dust-caked jackets.

It was not until I was into the last filing box, when I no longer harboured any hope of finding anything of worth, of pardoning any piece of paper that might help me to write a semblance of an article about things that fall inexorably into oblivion, that I found a wad of letters dated 1986. They were all written by the same hand. They all bore the same return address: M.M.V. Santuaris, 55. Barcelona.

There was no postcode. María's full name was not there: María Mora Vicente. Those three initials were sufficient reminder. I hadn't heard from her for twenty-odd years. I hadn't thought about María for a long time.

I used to take the number 28 bus, in Plaça de Catalunya, outside the Catalònia bookshop. It was about the time when I was beginning to get interested in literature, and more than once that window, full of novelties that made my mouth water, had made me late for a date with my girl, who used to wait for me on the deserted steps of Plaça Salvador Allende. The number 28 departed from Plaça de Catalunya and went up Passeig de Gràcia and Gran de Gràcia. I remember a tailor's shop but the name escapes me. Now I see the shadows cast by the trees in the Jardinetes. The poet Salvador Espriu had died not long before in one of the flats that looked out onto the square and avenue. The city had just been awarded the Olympic Games and was high on optimism. Our bus had stopped continually until it reached Plaça de Lesseps: traffic lights, double-parked cars, a tape-



© Swasky

ring street. However the traffic was smoother after Lesseps. The passengers that lived in Gràcia got off there, and only people headed for the outskirts, where the city practically lost its name, were still on the bus. I remember the impression of leaving the stately and skilled workers' area of Barcelona as I slowly delved into a much more working-class city.

I have been tempted to go back up to the El Carmel district on that bus, but I don't know if it is still the same number. In fact, I have come expressly from my own city; I have travelled the 45 kilometres to Barcelona and parked in Plaça d'Urquinaona. Oftentimes, as the journey took 40 minutes, I used to read a book to keep myself busy and stave off the queasiness I felt at going to see María and embracing her. For example, I spent two or three of those journeys reading *Ferdymurke*, by Witold Gombrowicz. It was also with great delight that I perused the intimacies of *The Beautiful Summer*, by Cesare Pavese. The young man playing guitar in a corner, pretending not to hear the girls, that disdainful young man was yours truly. On the way up the Avinguda de l'Hospital Militar, I felt that the worst part was behind me. As of now there would be fewer interruptions. Having crossed Vallcarca bridge, I started to get



butterflies, feel a longing. Would María be there waiting for me? There were some handsome turn-of-the-century houses, and, a little further on up the road, blocks of flats built in the late sixties, in a depressing iron and cement colour. The city had changed totally. The shops were of the poor-neighbourhood kind, with windows exhibiting outmoded fabrics and objects that had never been blessed by the hand of design. The bars had Spanish names, and even the posters were sponsored by breweries that were not among the best-known ones in the city centre. Finally, around the last corner, loomed the square, with its grey steps, brightened solely by María's colours and presence. On seeing me she smiled and waved. Those streets did not feature in any guide, but I had felt at home there for years.

I didn't buy a bus ticket to visit El Carmel again, twenty-odd years on. I preferred to go the opposite direction. I decided to walk to Carrer Marina and then on down to the sea. The Agbar Tower wasn't there at the time. Tons of buildings have flown up in no time! I had also strolled through the port area with María on the occasional Sunday. Who knows where that El Carmel, that port, that María, are now? I can hardly recognise this Barcelona with its new facilities and

amenities. I know that for some time, when we were no longer going out, she was very ill. I think it was just after the Olympic Games, though I'm not exactly sure. I vaguely remember. I recall thinking: everyone in Barcelona is brimming over with passion and happiness, except her, confined to bed.

Anyway, far too long ago. I got to thinking about her again a few years ago, when there was that big tunnel collapse in El Carmel. But I never called her. The most vulnerable always get the worst of everything. And I have walked out of the life of some people through the back door. I don't know, I don't think I'll ever return to that neighbourhood. Being unable to feel even sadness would hurt. ■



Fotos: Italo Rondinella

Bernat Puigtobella

Xavier Verdaguer

“Barcelona es como una ‘start-up’”

Xavier Verdaguer es uno de los emprendedores más creativos e internacionales surgidos de Barcelona. Ingeniero informático y arquitecto técnico por la UPF y con estudios de alta dirección en la Stanford University, se autodefine como un emprendedor en serie. Ha creado varias empresas a lo largo de su carrera, y actualmente impulsa desde Silicon Valley tres proyectos: Innovalley, dedicada al diseño de prendas de vestir inteligentes; Seven4Seven, de aplicaciones móviles, e Imagine, un programa de creatividad para jóvenes emprendedores. Verdaguer insta a nuestras universidades y escuelas de negocio a formar a sus alumnos en habilidades emprendedoras para paliar los déficits del país en este terreno.

De muy joven usted ya era inventor. Existe una grabación de un capítulo del programa *Joc de ciència* en el que, a los doce años, ya recogía un premio por la creación de una máquina...

Sí, un pluviógrafo, un aparato para medir la intensidad de la lluvia. Aún debe de estar en el colegio de Sant Miquel dels Sants, donde entonces yo cursaba sexto o séptimo de básica.

Se convocó un concurso de inventos en TV3 destinado, teóricamente, a niños mayores. Un compañero y yo participamos –mintiendo sobre nuestra edad– con un artefacto construido con elementos que había robado a mi abuela, como un despertador o un bote de barquillos. El aparato desplegaba una gráfica de la intensidad de la lluvia y funcio-

naba. El premio era un Commodore 64: fue mi primer ordenador, que me decantó hacia la informática. Ser emprendedor es eso, tener un sueño y luchar por hacerlo realidad, no ir al notario y firmar las escrituras de una sociedad...

Son numerosas las empresas que ha montado a lo largo de su vida. Empezó con TMTFactory.

Sí. Es la que ha hecho todo el recorrido desde que comencé solo hasta ahora, pasando por momentos duros, como cuando me arruiné en 2001 con la burbuja de las empresas puntocom. El primer encargo fue un proyecto para el Museu Marítim de Barcelona. Entonces era informático en una consultoría de ingeniería civil y empezaba a hacer cosas por mi cuenta en 3D y producción multimedia. En 1997 me presenté a un concurso del museo con un proyecto para explicar la historia del puerto de modo interactivo, haciendo un poco de trampa porque no tenía ninguna empresa constituida. La propuesta consistía en explicar mediante pantallas táctiles cómo había evolucionado el puerto en diferentes épocas. Me dieron tres meses para preparar una exposición. Tuve que crear un equipo y me encerré en mi piso de Gràcia hasta que la tuvimos ultimada. La exposición recibió el premio a la mejor producción multimedia de España y Portugal. Luego seguimos trabajando en proyectos multimedia hasta que internet fue arrinconando a los CD y nos pusimos a hacer webs. Hasta que en el año 2001...

Ha dicho que se arruinó...

Trabajaba para un único cliente, y cuando estalló la burbuja el cliente desapareció de la noche a la mañana y nos dejó a deber mucho dinero. Vengo de una familia muy humilde y no he tenido nunca un colchón financiero, de modo que la crisis nos arrastró a todos. Tuve que despedir a la veintena de trabajadores que tenía y recomenzar desde cero. El fracaso fue muy duro, porque la gente te pone en la lista negra.

Aquí el fracaso está mal visto y hay un déficit emprendedor. ¿Qué cualidades necesitamos para ser emprendedores de verdad? ¿Qué aptitudes convendría trabajar en las escuelas?

En primer lugar hay que trabajar la capacidad de comunicación de los alumnos, porque, si no, después no sabrán explicar o vender los proyectos, y por supuesto se tiene que enseñar mejor el inglés. En segundo lugar, hay que fomentar el liderazgo; el éxito también está mal visto, y a los emprendedores les falta ambición y ganas de cambiar el mundo. Falta gente que empuje y eso se les tiene que inculcar a los niños de pequeños. Aquí un emprendedor con un poco de éxito enseguida pasa a ser percibido como un empresario, término con connotaciones negativas.

¿Y en etapas más avanzadas?

En la universidad hay que fomentar el espíritu emprendedor. En Estados Unidos los profesores estimulan a los alumnos a crear empresas. Tener una experiencia emprendedora es toda una escuela, porque has de saber un poco de todo: contabilidad, relaciones públicas, planificación... No se trata tanto de formar directivos como de formar emprendedores, en todas las facultades, desde magisterio hasta farmacia. En Barcelona existen escuelas de negocio muy buenas que

tendrían que desviar la formación de directivos hacia habilidades emprendedoras o se quedarán atrás. Aquí los investigadores universitarios trabajan para obtener prestigio científico; en Estados Unidos siempre tienen el horizonte de emprender. La investigación universitaria catalana se tendría que hacer en clave de mercado, para atraer inversiones, con objetivos más pragmáticos. En Estados Unidos las universidades tienen menos trabas administrativas si quieren, por ejemplo, montar una *spin-off* para crear una empresa. El rector de Stanford, sin ir más lejos, forma parte del consejo de administración de Google. Aquí sería impensable que el rector de una universidad estuviese en el consejo de administración de una gran empresa. Hay una enorme barrera entre la universidad y la empresa, lo que dificulta la transferencia de conocimiento y tecnología.

Nicholas Taleb, autor del libro *The Black Swan*, dice que el siglo XX ha sido el siglo del fracaso de la utopía social, y que este será el del fracaso de la utopía tecnológica...

Mi discurso sobre la tecnología es más optimista. La tecnología es imparable. Internet se propaga a gran velocidad y hará que todo llegue más rápido a todo el mundo. Un masai con un móvil conectado a internet tiene más información que Ronald Reagan hace veinte años cuando era presidente de Estados Unidos. Ahora apenas una cuarta parte de la humanidad está conectada a internet, pero en 2020 ya serán tres cuartas partes. Esta penetración de internet a bajo coste democratizará muchos activos del primer mundo, como el acceso a la educación y a la información.

Hace unos años puso en marcha el proyecto Imagine, que pretende motivar a jóvenes emprendedores de aquí en proyectos y llevarlos a pasar una temporada a Silicon Valley. ¿En qué consisten estos proyectos?

Estamos trabajando en tecnología para potabilizar agua, un encargo de Unilever, multinacional con una fundación muy potente detrás. Ven que dentro de unos años no habrá suficiente agua para todos y nos piden que hagamos una propuesta de ahorro. Hemos creado un equipo de tres jóvenes con perfiles muy distintos: una matemática, un publicista y un creativo. Ninguno de ellos tenía conocimientos de gestión medioambiental. La matemática desarrolló un índice para medir el consumo responsable de agua, que contempla la masa demográfica, la industria y las necesidades del entorno. El publicista propuso organizar un concurso mundial de ciudades –180, entre ellas Viladecans, donde la empresa tiene una sede–, que competirán para mejorar su índice de consumo. Para motivar a la colectividad se instala un elemento urbano en la plaza mayor de cada ciudad, de modo que sus habitantes puedan seguir la evolución del índice. A partir de aquí se pide que la gente proponga medidas concretas de ahorro. La idea de nuestro creativo, por ejemplo, consiste en ducharse con una canción de cinco minutos como máximo. Está comprobado que si limitas la ducha a la duración de una canción, puedes reducir el consumo habitual de agua de 160 litros a 80. Se trata de extender medidas que motiven colectivamente a la gente.

Esta motivación colectiva es indispensable si queremos dar el paso hacia las *smart cities*, un nuevo paradigma de inter-



acción con el entorno que solo será posible si hay una hiperconectividad entre la gente. Conectividad no significa cohesión social. Quizás con la tecnología no basta...

Claro, la tecnología no puede ser nunca un fin en sí mismo, sino un medio. Nos ofrece una serie de nuevas posibilidades que se concretarán en lo que ahora llamamos la internet de las cosas, pero serán elementos más decisivos el uso que la gente haga de ellas y de qué modo aprovechamos las oportunidades que se abren para cooperar y sumar información. Una persona tiene media idea y otra puede tener la otra mitad. Las redes sociales propician la conectividad y por tanto la creatividad, pero la tecnología por sí sola no sirve para nada.

¿Y es solvente Imagine como empresa?

No es un negocio, sino más bien un proyecto abierto. Hasta ahora ha sido el de más éxito, en el sentido de que la transformación de las personas que han participado en las tres ediciones ha tenido un retorno emocional. Imagine ha sido un punto de inflexión en su vida. Han vivido una experiencia muy intensa que después les ha ayudado a transformar el entorno.

También ha creado una comunidad muy internacional con el proyecto Supertramps. ¿Cómo empezó esta aventura?

Hace unos años me llevé un susto con la salud, pero superé el problema. Entonces, mientras me reponía, opté por tomarme un año semisabático y trabajar más pausadamente. Me propuse viajar por el mundo durante seis meses, cargándome de visados y vacunas, pero sin pagar ni una noche de hotel. Hacía *couchsurfing*. Yendo de un sofá a otro, llegué a la India y Nepal. Durante aquellos meses compartí con la gente con la que me encontraba fotos de personas con los brazos abiertos. A estas fotos, que colgaba en Facebook, las llamábamos *supertramp*. Se han ido propagando por todas partes y ahora cada día recibo una docena de fotos de *supertramps* de desconocidos en la página de Facebook *supertrampspage*, que ya tiene 3.500 amigos. Para mí la felicidad no es real hasta que no se comparte.

Su viaje acabó cuando se instaló en California para estudiar en Stanford, donde realizó un máster. Y a continuación, en 2010, fundó Innovalley, una empresa dedicada al desarrollo de ropa inteligente.

Sí. Innovalley fusiona creatividad y moda catalana con tecnología americana. Por ejemplo, confeccionamos ropa para motoristas con GPS incorporados que, a través de unos sensores, te informan de si has de girar a la derecha o a la izquierda. Empezamos fabricando accesorios con una marca propia, pero desde hace un tiempo hemos decidido trabajar para grandes marcas de moda y de accesorios. Trabajamos en proyectos de investigación de largo recorrido y, por lo tanto, tardaremos en ver algunos productos en el mercado, pero nos los pasamos muy bien probando los prototipos.

Alguna vez se ha definido como “serial entrepreneur”. ¿Tiene más perfil de emprendedor que de empresario?

Sí, a mí me atrae más generar ideas nuevas de negocio, diseñarlo, montar un equipo que funcione y lograr que arranque, y una vez hecho esto pasarlo a un equipo de gestión.

Es muy americana esta distinción entre emprendedor y directivo, ¿no?

Sí. Habría dos modelos: el que emprende y dirige para siempre aquel proyecto, algo más propio de aquí, y el modelo del fundador, que es creativo pero después se desentiende de la gestión.

¿Qué nos falta en Barcelona para adquirir o contagiarnos de este espíritu emprendedor?

En primer lugar, un vuelo directo a San Francisco. Ahora mismo el Mobile World Congress nos convierte en la capital mundial de la telefonía móvil. Barcelona está muy bien posicionada en este sector, que es un sector en el que prevalece el talento, y disponemos de mucho. Tenemos que crear en Barcelona un clúster de emprendedores.

Al fin y al cabo nos encontramos en plena globalización. ¿Qué puede hacer en California que no pueda hacer aquí?

Mire, es cierto, el lugar no lo es todo. Para empezar deberíamos preguntarnos por qué Israel es el segundo país del mundo con más empresas cotizando en el Nasdaq. Aún nos falta cultura emprendedora. Cataluña es la tercera potencia investigadora europea en el ámbito científico. Tenemos talento y gente con dinero que no invierten suficiente en talentos de aquí. Barcelona es como una *start-up*. Hemos tenido rachas interesantes, pero ahora tenemos oportunidades. Barcelona es hoy una marca de creatividad asociada a muchas cosas: el fútbol, la cocina, la arquitectura, el diseño..., y parece que no nos damos cuenta. Los sectores tienen que reinventarse. Está en nuestras manos decidir hacia dónde queremos ir.

¿Es reproducible aquí el ecosistema de Silicon Valley?

Cualquier lugar en el mundo es bueno para emprender, pero hay determinados ecosistemas que son mejores que otros. Es más difícil emprender en Barcelona que en San Francisco, donde hay inversores, oportunidades y maquinaria a punto para que las ideas con equipos se conviertan en negocio... En San Francisco hay un entorno muy positivo y se aprende mucho más. Encuentras a gente muy capacitada, que a la vez es muy accesible. Aquí, en cambio, para llegar a hablar con según quién tienes que pasar por muchos filtros...

¿Qué nos falta, pues?

Cultura del fracaso. Y cultura del éxito... Si aquí alguien tiene éxito, enseguida pasa a estar bajo sospecha. Y cultura del riesgo: tenemos que apasionarnos con lo que hacemos, tenemos que trabajar con una actitud mental más positiva. Si en Estados Unidos te quedas sin trabajo, no tienes ningún subsidio de paro, pero la gente se espabila. También nos falta la cultura del *mentoring*. Nos falta sumar esfuerzos y cooperar mucho más. Miramos demasiado hacia España; Cataluña debe mirar al mundo, y aportar. Nuestro mundo es el mundo. A veces pienso que ojalá España declarase un boicot a nuestros productos, porque esto nos obligaría a vender fuera, y nos espabilaríamos.

Usted, que es emprendedor, ¿cree que una Cataluña independiente saldría adelante sola?

No lo sé, pero me gusta compartir este sueño colectivo. Soñar y luchar por un sueño es una actitud emprendedora. Con una actitud así podemos conseguir grandes cosas y ser más felices, tanto en el ámbito empresarial como en el personal, y también si se trata de construir el futuro de un pueblo. Emprender es un buen camino hacia la felicidad.

Si volviera a vivir en Barcelona, ¿en qué tipo de negocio se centraría?

Seguramente me dedicaría a la telefonía, o a temas sociales, o quizás a ambas cosas ligadas. Hay un emprendimiento emergente, el social, que no tiene por qué ser *nonprofit* por definición. En Barcelona existe un gran potencial de innovación social que tenemos que descubrir e impulsar. Se ha creado el Hub Candidate Barcelona, una plataforma que pretende conectar, promover y potenciar las grandes ideas de los emprendedores sociales. La Iniciativa Hub Barcelona pertenece a una red global de 31 *hubs* extendida por los cinco continentes cuya misión es cambiar el mundo aplicando modelos de negocio sostenibles, extensibles y reproducibles. Todo un ecosistema de innovación social. ■

Tecnología y felicidad

Además de los proyectos que tiene ahora mismo en curso, Xavier Verdager ha fundado a lo largo de su carrera otras empresas como TMTFactory (contenido multimedia y asesoría para proyectos digitales), BCNMedia (producción multimedia), IntegraTV (televisión interactiva), Smart Point (sistemas de puntos de información) y Bconsulting (desarrollo de software). El creativo es internacional partner de Barcelona Global e impulsor de la iniciativa San Francisco – Barcelona Sisterhood. Ha sido galardonado con el premio del Emprendedor de Barcelona Activa y con el premio al mejor joven emprendedor creativo de 2010, otorgado por la Joven Cámara Internacional (JCI). También es el impulsor del proyecto Supertramps (www.supertramps.ws), para compartir en la red momentos de felicidad.



© Juliet Pomés

Ciudad de emprendedores

Barcelona ha sido uno de los motores de la revolución industrial en España desde sus inicios, un lugar donde el emprendedor ha podido prosperar y donde se ha remunerado el esfuerzo con la ascensión social. Hoy día vivimos inmersos en una crisis sin precedentes, que conlleva una transformación radical del modelo productivo y una nueva economía basada en la conexión y la virtualidad global. Entre los instrumentos de que dispone el Ayuntamiento de Barcelona para responder a los retos de la crisis destaca el vivero de empresas de Barcelona Activa, un modelo ampliamente admirado. La recesión también ha hecho aparecer nuevas formas de emprendimiento social, que cada día tienen más posibilidades de abrirse camino y paliar las carencias que ha dejado al descubierto la pobreza. El dossier presenta también el perfil y los rostros de algunos de los emprendedores que plantan cara a la crisis.

El apeadero del paseo de Gràcia en la línea Barcelona-Madrid de la compañía MZA, en una postal coloreada de los años 1905 a 1915.



© AFB

Francesc Cabana

Abogado e historiador de economía. Presidente del Ateneu Barcelonès

Tierra de oportunidades

En Barcelona y en toda Cataluña ha funcionado históricamente el llamado ascensor social gracias a la ausencia de grandes terratenientes y a la aparición progresiva de clases medias. Los recién llegados tenían tantas posibilidades de hacer fortuna como las familias burguesas tradicionales. También en este sentido se aprecia una gran diferencia con respecto a otras ciudades de España.

Se dice que el rey Carlos V (1500-1558), antes de morir, dio un consejo a su heredero, el futuro Felipe II: “Si quieres mantener tu imperio, pon la capital en Barcelona; si quieres hacer que crezca, ponla en Lisboa; si quieres perderlo, ponla en Madrid”. No era ninguna tontería. El Imperio español no tenía entonces una capital fija. Barcelona representaba el mar Mediterráneo y el mundo antiguo; Lisboa el continente americano, el Nuevo Mundo al que Dvořák dedicará unos siglos después su novena sinfonía; Madrid era una ciudad aislada en medio de la Península ibérica. Felipe II no hizo caso a su padre y en 1561 fijó la capital en Madrid con carácter permanente. Las difíciles comunicaciones terrestres hicieron que viviera al margen del comercio hasta que la aviación, las autopistas y los trenes de gran velocidad solucionaron su aislamiento en la segunda mitad del siglo XX.

Barcelona, ciudad mediterránea, cuenta con una tradición comercial milenaria. El comercio significa intercambio

de mercancías, pero también de personas y de conocimientos, de modo que es indispensable para el desarrollo económico. Los caminos naturales del comercio han sido históricamente el mar y los ríos navegables. Además, Barcelona era la capital de un territorio –Cataluña–, estrechamente vinculado a Francia y a Europa. Los Pirineos no constituyen para los catalanes una barrera infranqueable tal como lo son en su parte central, de modo que al comercio marítimo natural se añadió el terrestre. Los barceloneses, y los catalanes en general, viajaban y conocían Europa tanto o mejor que las colonias americanas del Imperio español.

Sin esta introducción geográfica previa es difícil explicar el fenómeno de la industrialización, que se inicia en el primer tercio del siglo XIX. Barcelona será la capital del único país del sur de Europa –Cataluña– que creará un tejido industrial, con un retraso de solo unos pocos años con respecto a Gran Bretaña y a los países pioneros europeos. Comercio e indus-

Trabajadores de la sección de hilaturas de la Colònia Pons de Puig-reig, en la comarca del Berguedà, en una fotografía de principios del siglo XX.



© Prisma

tria irán estrechamente unidos a un carácter emprendedor, propio de Cataluña, que se evidenciará en Barcelona, donde se concentrarán la mayoría de los proyectos.

El siglo XIX es el siglo de los avances de la tecnología, unidos y paralelos a la industrialización. Todos esos avances tecnológicos llegaron a España a través de Barcelona: la máquina de vapor, el ferrocarril, el telégrafo y el teléfono, la electricidad. También las transformaciones en el sector financiero: el Banco de Barcelona (1844) fue el primer banco moderno de todo el estado, y la Bolsa de Barcelona, la primera en crear un mercado de valores en el que cotizaban títulos de sociedades mercantiles, mientras que Madrid organizaba la suya alrededor de la deuda pública. La iniciativa barcelonesa y catalana corresponde al sector privado, ya que el sector público tiene en él poca importancia. Las inversiones extranjeras se centraron en la explotación de los importantes recursos mineros españoles y en la construcción de ferrocarriles en la península, mientras que Cataluña –sin recursos naturales de importancia– financió su red ferroviaria y sus fábricas con recursos propios.

Espionaje industrial

A comienzos del siglo XIX, la Junta de Comercio de Barcelona, que integraba a los empresarios del momento, envió a un espía –con gastos pagados– al área integrada por las ciudades de Mulhouse y Basilea y el sur de Alemania. Trabajaba como obrero en las fábricas de la zona, copiaba las máquinas y aprendía los procesos industriales. Al final la policía francesa lo persiguió y volvió apresuradamente a Barcelona, donde publicaría dos libros gruesos, llenos de planos y dibujos. Fue un procedimiento muy poco recomendable, pero le permitió conseguir a poco precio los adelantos de franceses, suizos y alemanes en el sector textil y químico. Este sistema hace pensar en el que utilizarían

algunos industriales japoneses después de la Segunda Guerra Mundial. En cualquier caso, a doscientos años vista, es una prueba del espíritu de los empresarios barceloneses, atentos a lo que sucedía en Europa y dispuestos a seguir –y a copiar– su camino de desarrollo económico.

Los emprendedores barceloneses del siglo XIX tenían muy claro que los cambios venían de fuera y que eran revolucionarios, en el sentido económico de la palabra, o sea de transformación social. En los periódicos y revistas barcelonesas de la época la palabra “progreso” es de las más repetidas en los artículos de opinión. Y aquel progreso estaba en el extranjero: en París, Londres, Frankfurt, Milán, Chicago o Filadelfia, que es adonde fueron. Pero en 1888 ya se sintieron con fuerza para celebrar una Exposición Universal en la que anunciaban a los forasteros que habían aprendido la lección de las nuevas tecnologías y que también ellos podían enseñar al mundo que tenían capacidad para hacer las cosas bien hechas. En 1929 se repitió la experiencia con la Exposición Internacional. Barcelona se situaba así junto a las grandes ciudades emprendedoras europeas y americanas.

La situación geográfica jugó nuevamente a favor de la ciudad cuando en 1869 se abrió el canal de Suez, obra de Ferdinand de Lesseps, que había sido durante muchos años cónsul de Francia en Barcelona. El Mediterráneo ya no es un callejón sin salida, sino una entrada para los barcos procedentes de Asia y una salida para los europeos.

La ciudad de Barcelona no se puede explicar sin el traspas catalán y las sucesivas oleadas inmigratorias que ha recibido, todas ellas vinculadas a la oferta de trabajo, consecuencia de la industrialización y de la aparición de empresas de servicios. Durante el siglo XIX fue una inmigración procedente sobre todo del resto de Cataluña, que continuaría durante los primeros años del XX, atraída por las obras del certamen internacional. Más tarde, entre 1940 y



© Prisma

Cadena de montaje de motores en la factoría de la Seat en la Zona Franca, el año 1963.

1939 a 1959 la economía del Gobierno español se caracterizó por su irracionalidad económica –la autarquía– y por la incompetencia de los responsables de los ministerios económicos. Desde 1959 hasta la muerte de Franco en 1975, los ministros llamados tecnócratas introdujeron un poco de racionalidad en la política económica y favorecieron un proceso de liberalización, aunque muy lento, que permitió un relativo desarrollo.

Después de dos años y medio de transición, y con la llegada de un régimen democrático, en 1978, en Barcelona y en Cataluña se dio un fenómeno que quienes lo vivimos no nos habríamos atrevido a imaginar. La economía pasó de un sistema protegido y restrictivo a una economía abierta y en competencia con todo el mundo, especialmente a partir de 1986, con la entrada de España en la Unión Europea. La industria textil tradicional catalana, que había sido de las primeras durante más de cien años, se hundió casi en su totalidad, igual que la industria de otros sectores, ya que no estaba preparada para hacer frente a un mercado abierto. Pese a ello, en pocos años se comprobó que el carácter emprendedor de los barceloneses se adaptaba a las nuevas condiciones. La industria, que hacía años que había iniciado un proceso de diversificación, acentuó este proceso y al mismo tiempo incorporó las empresas de servicios nuevos y tecnológicamente avanzados. El tejido industrial creó lo que se denominarían “multinacionales de bolsillo”: pequeñas y medianas empresas que trabajan para un mercado mundial al que ofrecen un producto diverso y competitivo, tanto por calidad como por precio. Hay centenares de estas pequeñas multinacionales que tienen planta de producción fuera de Barcelona y de España. La exportación de productos catalanes, con empresas mayoritariamente domiciliadas en Barcelona, supone alrededor del 28% de la exportación de todo el estado.

No fue fácil conseguir los Juegos Olímpicos de 1992, entre otras razones porque la ciudad no parecía la más adecuada para acogerlos si se tenía en cuenta su volumen poblacional estricto. El comité que defendía su candidatura se vio obligado a explicar la realidad histórica de la ciudad y su área metropolitana a los representantes del Comité Olímpico que nos visitaban. La cifra de 1,7 millones de habitantes quedaba por debajo de la que se pedía a las candidatas a albergar unos juegos. Y es que Barcelona, a diferencia de Madrid, o de otras grandes ciudades, ha respetado la autonomía de las poblaciones vecinas. En el Llano de Barcelona viven más de tres millones de personas sin que haya señales visibles de pertenencia a un municipio u otro, y con una continuidad de edificaciones y calles. En cualquier caso, los Juegos Olímpicos dieron un fuerte impulso a la marca Barcelona, como ciudad comercial, industrial, turística y de servicios.

Una buena muestra del carácter emprendedor de la ciudad es la presencia en ella de las primeras y más importantes escuelas de negocios españolas. IESE y ESADE, creadas en 1958, son reconocidas entre las primeras del mundo por la calidad de su enseñanza.

Los catalanes no barceloneses aseguraban: “Barcelona es buena, si la bolsa suena”, con lo que se quería significar que la ciudad ofrecía mucho a quienes tenían dinero. Pero los barceloneses añadieron: “Pero tanto si suena como si no suena, Barcelona siempre es buena”. Tenían razón, ya que es tierra de oportunidades. ■

1970, sería una inmigración del resto de España, que abandonaba las grandes zonas rurales empobrecidas. Por último, a finales del siglo XX llegó una inmigración del Tercer Mundo bastante diversificada. Una población nueva, pero que pronto integrará el sentido emprendedor que encuentra en la ciudad y su entorno.

Una movilidad social muy elevada

Afortunadamente, en Barcelona y en el conjunto de Cataluña ha funcionado el llamado ascensor social, resultado de la inexistencia de grandes terratenientes y de la aparición progresiva de clases medias, que pronto serían mayoritarias. Los recién llegados tenían tantas posibilidades de hacer fortuna como las familias de la burguesía tradicional. La movilidad social ha sido históricamente muy elevada. También en este sentido se aprecia una gran diferencia con respecto a otras ciudades españolas. En Barcelona existe una burguesía económica que cambia bastante con el paso de los años. El ascensor hace subir a unos y bajar a otros.

Desgraciadamente, los regímenes dictatoriales llenaron casi la mitad del siglo XX: la dictadura de Primo de Rivera, primero (1923-1930), y la dictadura franquista, después (1939-1975). En medio, una Guerra Civil de tres años (1936-1939). Claro que España quedó al margen de las dos grandes guerras mundiales. Pero los regímenes dictatoriales no tan solo atentaron contra los derechos fundamentales de las personas, sino que también incidieron negativamente en el desarrollo económico de la ciudad y de sus empresarios.

Así pues, por un lado, el régimen de Primo de Rivera, con un intervencionismo extremo por parte del sector público, redujo las iniciativas privadas. Por otro lado, la larga dictadura franquista debe contemplarse, desde este punto de vista, en dos períodos claramente diferenciados. Desde

Catalina Gayà

Periodista

Emprender para seguir adelante

La palabra *emprendedor* ya ha colonizado el discurso político y mediático a escala global. Los emprendedores triunfan en Estados Unidos. En Cataluña, ni la crisis ni el ecosistema laboral les son favorables, pero intentan hacerse un hueco en el mercado.

En una pizarra de la Universidad de Brighton, en la Facultad de Medicina, se lee: “¿Qué es un emprendedor?” Es Navidad del 2010. En otro pizarrón, la misma palabra junto a “valor social y económico” y “cultura digital”. Es junio del 2012. La pizarra está en un despacho de un *college* de Oxford que atesora ocho siglos de historia. En la Facultad de Comunicación de la UAB, en Bellaterra, algún profesor ha dejado rastro en una clase. “Emprendedor”, se lee en una hoja. Es noviembre del 2012. ¿Por qué hay un *boom* global de emprendedores? “Por necesidad”, explica Alfred Vernis, profesor titular del Departamento de Dirección General y Estrategia de ESADE. Vernis deja claro que los emprendedores siempre han existido, pero ahora en el discurso político, tanto local como europeo, se repite que “se necesitan emprendedores” para salir de la crisis económica.

El pasado noviembre, hasta la Corona incorporaba el argumento en su discurso público. El príncipe Felipe aseguraba, frente a un grupo de empresarios en Navarra, que el futuro “de España” pasa por los emprendedores y por “una sociedad más ágil y más conectada con las tendencias mundiales”.

¿Quiénes son los emprendedores? “Personas que, a partir de una idea de negocio o de una necesidad social, deciden montar su propia empresa y lo hacen con pasión y con espíritu de descubrimiento –explica Vernis–. Con la crisis económica, mucha gente con una carrera laboral decide crear su propia empresa. Los proyectos tienen que nacer como globales o tienen que suplir un vacío muy concreto. Es un suicidio ser emprendedor en nuestro país si solo piensas en el país.”

Aún no tenemos datos sobre cuántos emprendedores hay en Barcelona. Tampoco disponemos de estudios sobre cuántas empresas que están naciendo en esta segunda década del siglo XXI tendrán resultados económicos que garanticen su continuidad. Muchos emprendedores aún se consideran en los márgenes de la economía: apuestan por un proyecto respaldados por sus anteriores carreras laborales que, en muchos casos, fueron exitosas y que les permitieron conocer el mercado, trabajar en otros ecosistemas laborales, tener contactos internacionales y atesorar un colchón económico que les da tiempo para reflexionar y poner en marcha iniciativas propias.

Ni en Cataluña ni en España lo tienen fácil. Vernis explica que en este país “el ecosistema en torno al emprendimiento” no es favorable como sí lo es en otros lugares. “No tenemos suficientes inversores dispuestos a gastar dinero en ideas que empiezan”, reflexiona.

En Estados Unidos, las empresas emprendedoras se están convirtiendo en nuevos modelos de negocio de éxito y los llamados *business angels* respaldan a jóvenes recién sali-

dos de la universidad que aportan nuevas ideas al mercado y que también cambian ciertas lógicas de funcionamiento.

Uno de los ejemplos más exitosos es Airbnb, el negocio de alquiler de casas entre viajeros. La empresa tiene cuatro años y nació en Silicon Valley cuando sus creadores, entonces unos estudiantes, decidieron alquilar su casa para ganar un dinero extra. Hoy en día dispone de una red de viviendas que se alquilan en 126.000 ciudades de 192 países y cotiza en bolsa desde el año pasado. En España, Airbnb ya cuenta con cinco oficinas y, en el último año, ha crecido un 700%.

Airbnb es un resumen de las características que debe tener un negocio de emprendimiento para que el mercado global lo acoja: suple un nicho existente en el mercado del que la Administración no se ocupa o que no reconoce; sus creadores lo impulsaron con un espíritu de conquista (ellos lo califican como economía de intercambio); nació como una iniciativa global, es decir, va dirigido a la *world class* (a los ciudadanos del mundo formados y que hablan inglés), y vive de la cultura digital: internet es su base de operación y de promoción y permite consultar a través de Twitter, Facebook y LinkedIn los perfiles de los usuarios y aumentar así los niveles de confianza entre usuarios.

Empresas como Airbnb o Couchsurfing, que este año ha recibido una inyección de quince millones de dólares, han abierto un debate sobre la función que ha de tener el Estado ante estas iniciativas y hasta qué punto estas representan una amenaza para los *lobbies* de poder. Alfred Vernis argumenta que el papel del Estado “debe ser el mínimo para crear empresas y el máximo para asegurar una regulación impositiva; es decir, el Estado tiene que poder crear impuestos para poder redistribuirlos. Si no es así, podemos caer en el otro extremo. Ya están saliendo otros monopolios como Google, por ejemplo”.

MOB, un espacio interdisciplinario y colaborativo

Cero barreras arquitectónicas. La entrada está a pie de calle y enfrente hay un parking de bicis propio. Desde la puerta, unas grandes cristaleras, se ven mesas de trabajo y personas frente a sus portátiles. Se marca el código y se entra en MOB, las siglas de Makers of Barcelona, un espacio de *co-working* en pleno Eixample. Abrió hace menos de un año y ya tiene a una comunidad de ochenta emprendedores que acuden al espacio para trabajar en sus propios proyectos y colaborar con otros que se gestan o se desarrollan aquí.

Quien lo abrió es una arquitecta chino-estadounidense, Cecilia Tham, que se formó en la Universidad de Harvard, llegó a Barcelona en el 2001 y durante diez años intentó crear comunidad a través de las plataformas digitales. Su objetivo era seguir “experimentando el sentido de comunidad” que había vivido en Harvard. Fue imposible: tenía que existir un

espacio físico para que existiera una comunidad. Por eso abrió MOB: un lugar interdisciplinar, transgeneracional, internacional y abierto a la reflexión y al debate comunitario. Tham tiene claro que esta forma de trabajo –más horizontal y que implica redes de confianza– aún es muy nueva entre nosotros.

“En Cataluña hay un sentido de protección que hace que hasta que no conoces muy bien a la otra persona, no

confíes en ella –asegura–. Además, no resulta ni fácil ni barato ser autónoma.” Las grandes entidades bancarias, las escuelas de negocio más elitistas o la propia Administración se han fijado en los emprendedores y ya han creado programas de ayuda o financiación para sus proyectos. Faltan aún inversores que crean en estas nuevas empresas y son muchos los emprendedores que acuden al mercado internacional en busca de apoyos. ■

Todas las preguntas que nacen en las adopciones

El Institut Família i Adopció (IFA), creado y dirigido por Eva Gispert, cuenta con doce profesionales en Barcelona, Girona y Sevilla

Se queda en silencio. Eva Gispert es un manantial de palabras, pero cuando se le pregunta si se define como una emprendedora social, se calla. “Empiezo a creérmelo.” Gispert, licenciada en Derecho, había trabajado para ESADE, había sido la directora ejecutiva de un proyecto de género para la Comisión Europea y se podía decir que en su vida solo cosechaba éxitos. Hace tres años se acabó un trabajo en el que nunca se sintió implicada y se dijo a sí misma que ese era el momento para “acelerar” su propio proyecto: un centro de acompañamiento y crecimiento para familias adoptivas y adoptados que respondiera a todas esas preguntas que nacen en las adopciones.

Sabía de lo que hablaba y, sobre todo, era consciente de que encontrar las respuestas era un camino largo, tedioso y no siempre certero. Gispert es hija adoptada y madre adoptiva. Dos años después ese proyecto se llama Institut Família i Adopció (IFA), tiene una oficina, doce profesionales implicados y está presente en Barcelona, Girona y Sevilla.

Gispert dice que IFA surgió por una preocupación y una búsqueda personal. Durante muchos años intentó entender lo que ella llama las dos evas. Una era la Eva exitosa, la adolescente hiperactiva y brillante, la adulta ejecutiva que alcanzaba todas las metas que se proponía y que incluso había dejado en un libro su testimonio como hija adoptada. La otra era la Eva a la que, desde los quince años, a veces embargaba una tristeza muy profunda sin que hubiera razones para ello. “Tenía un buen trabajo, un marido que me quería y tres hijos, el pequeño adoptado”. La búsqueda de respuestas para esa tristeza fue larga. A

los treinta y dos años acudió a una terapia psicológica que no le dio resultado porque “la profesional no era especialista en adopciones”. Le recomendaron un psiquiatra, pero intuía que ese no era el camino a seguir. Más tarde, por fin, encontró a una psicóloga “especializada en vínculos y abandono” que la ayudó a entender de dónde venía ese pesar.

En paralelo hizo un máster en mediación familiar en el que empezó a entender cómo se forma un sujeto y cursó otro máster, este en teatro terapéutico, que la conectó con ella misma y con otras técnicas que hasta ese momento le eran desconocidas.

En esa búsqueda también supo que en Estados Unidos o Suecia la adopción se trataba de otra manera: “Están mucho más avanzados”, asegura. Eva Gispert se dio cuenta de que, en treinta años, había tenido que llamar a muchas puertas para obtener unas respuestas, que estas estaban descoordinadas y que, además, ese era el mismo camino cansino que recorrerían muchas familias adoptivas o muchos adoptados. “Cuando salió mi testimonio en el libro, se me acercaba mucha gente y me decía que ellos vivían y sentían lo mismo.” Por eso decidió crear IFA.

Primero estructuró sus ideas. Dar coherencia a un proyecto era algo que había hecho muchas veces para otros, en ESADE o desde la Comisión Europea, pero que aplicado a ella misma era un reto. Presentó su proyecto a la Generalitat y la respuesta fue: “Es muy bueno”, y acto seguido: “Hay recortes.” No se detuvo. Se presentó a una beca que la misma Generalitat convocaba para emprendedores sociales. Seleccionaron quince de los doscientos proyectos que se habían presen-

tado, entre ellos el suyo. IFA empezaba a ser realidad. Gracias a la beca, Barcelona Activa le dio asesoramiento y, después de dos años, asegura que el resultado es “muy positivo”. ■

Eva Gispert, creadora del Institut Família i Adopció, pudo poner en marcha su proyecto gracias a la colaboración de la Generalitat de Catalunya y de la agencia municipal Barcelona Activa.



© Italo Rondinella

Por una economía más democrática y horizontal

Albert Cañigueral es creador del blog Consumo Colaborativo y dinamizador de OuiShare, un movimiento europeo que vincula a emprendedores de la economía de la colaboración

Aparece con una mochila al hombro que pesa lo mismo que un portátil. Está en el bar del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) porque forma parte de una treintena de personas, de entre veinticinco y cuarenta y cinco años, que han sido convocadas por una consultora estadounidense, con sede en Barcelona, que organiza veladas interdisciplinarias para vincular a emprendedores con ideas innovadoras o negocios emergentes. Hay holandeses, turcos, estadounidenses, catalanes.

Albert Cañigueral estuvo trabajando durante dos años en una multinacional de Taiwán. Hace menos de un año regresó y optó por abandonar una carrera prometedoras como ingeniero multimedia para convertirse en emprendedor.

¿Qué le pasó para decidirse a dejar atrás corbata, trabajo respetable y oficina? Ni siquiera fue un suceso remarkable. Un día se permitió detenerse y mirar alrededor: “Vi que éramos como hámsteres. La gente trabajaba mucho para gastar el dinero en centros comerciales. Supongo que estar en otro país me dio la oportunidad de parar y reflexionar. El mundo digital nos ha demostrado que la escasez es falsa.”

Una lectura lo acompañaba, *What's Mine Is Yours* (Lo mío es tuyo), de Rachel Botsman, y también el malestar de que algo no andaba bien en esta sociedad con un modelo socioeconómico que, a él, no le parecía que hiciera que las personas fueran más creativas –como diría Adam Smith–, ni más sabias, ni mucho menos más felices.

La revista *Time* considera que “compartir y colaborar”, el argumento principal de Bostman, será una de las diez ideas que cambiarán el mundo. De momento Bostman ha marcado a una generación de jóvenes que, tras cursar carreras de ciencias económicas o ingenierías, haber pasado por escuelas de negocios y haber trabajado en multinacionales en sus países y en el extranjero, ahora buscan otros modelos de negocios y, sobre todo, otras maneras de vivir. Lo resumen con un concepto: economía colaborativa, es decir, una economía más democrática y horizon-

tal, que optimice el consumo y que utilice las TIC para crear conexiones y acciones globales. Cañigueral explica que él entiende por consumo colaborativo un sistema basado en la redistribución (eBay o Nolotiro); el acceso y no la propiedad (Bicing es un ejemplo) y una vida cooperativa, como pueden ser los bancos de tiempo, el *couchsurfing* (abrir la casa a los viajeros que buscan cobijo) o Airbnb, el alquiler de casas también entre viajeros.

Cañigueral tiene claro que el nuevo sistema supone una innovación social en todos los campos, desde la educación y la economía hasta la forma de relacionarse. Aun así, asegura que no

sabe cómo gestionar la etiqueta de emprendedor social: “Quizá prefiero la de emprendedor radical porque lo que pretendemos es cambiar este sistema.”

De momento, además de mantener el blog Consumo Colaborativo, es corresponsal y dinamizador en Barcelona del movimiento europeo –nacido en Francia– OuiShare, que agrupa a emprendedores y a personas de campos muy diversos en reuniones interdisciplinarias que se celebran en la capital catalana, Roma, Berlín o París, en las que comparten experiencias y ponen en marcha proyectos transnacionales gracias a la cultura digital. ■



© Italo Rondinella

Albert Cañigueral defiende el sistema de economía colaborativa inspirado en las tesis de Bostman, y califica a los profesionales que se ajustan a él de “emprendedores radicales”.

“Hoy te ayudo yo y mañana alguien me ayudará a mí”

Cristóbal Gracia es uno de los creadores de Favorece, una *start-up* que se propone como espacio virtual para ofrecer y pedir favores

En su sitio web hay dos categorías: los que piden y los que ofrecen. A veces, quien pide también ofrece y viceversa. Los favores son muy diversos: se ofrece fruta para hacer compota, se requiere un mueble o alguien que sepa cortar las uñas a un perro. No hay dinero de por medio ni tampoco intercambio. La lógica es la reciprocidad indirecta o lo que Cristóbal Gracia, uno de sus creadores, define así: “Hoy te ayudo yo y mañana alguien me ayudará a mí”.

Favorece (www.favorece.net) es uno de los primeros sitios web de favores que hay en España. Desde hace algunos meses colaboran con unos programadores de la Universidad de

Yale para que les desarrollen el software mientras, desde Barcelona, los tres creadores –Cristóbal Gracia, Albert Martínez y Rafa Andrade– llevan a cabo el trabajo de difusión.

La entrevista con Cristóbal Gracia se lleva a cabo en el espacio público, en un banco situado justo frente a la playa de Sant Sebastià. Hace años que un entrevistado no reivindicaba el mobiliario urbano como lugar de encuentro y este emprendedor lo ha hecho sin ni siquiera darle importancia.

Gracia tiene claro que forma parte de una generación que no ha *comprado* un modelo basado “en la competición y en la lucha”. “Competir no es la mejor

opción para el ser humano, no nos produce los mayores beneficios”. El origen de Favorece –lo define como una *start-up* porque, indica, “crea un servicio en unas condiciones de incertidumbre extrema”– es el resultado de una búsqueda personal y la manifestación del choque entre dos modelos socioeconómicos que conviven y de los que Gracia ha participado.

En su currículum hay una carrera en Económicas, trabajo en una empresa española, viajes, inglés casi nativo, un puesto en una multinacional y, luego, la necesidad de algo más. “Siempre supe que no encajaba en la multinacional, así que ahorré y cuando se acabó el contrato me dediqué a viajar. Hubo un momento en que ya no sabía qué quería”.

Fue un máster en crecimiento personal de la Universitat de Barcelona lo que le dio algunas de las claves de lo que sería esta otra etapa de su vida: hacer algo para cambiar la sociedad y poner en marcha un proyecto que, en cierta manera, lo conectaba con unos valores que había aprendido en su casa y que no encontraba en el mundo de la empresa, pero que sí compartía con otros emprendedores con los que se había vinculado gracias a OuiShare.

“Se están redescubriendo los modelos de negocio gracias a la colaboración. Es decir, cada vez se hacen las cosas de manera más sostenible, eficiente y colaborativa”. De momento, como la mayoría de las *start-ups* que están floreciendo en Barcelona, Gracia aún no puede pagar el alquiler, pero tiene claro que crear un negocio social no está reñido con querer monetizarlo. “Todo es muy reciente todavía”, dice. Sin casi buscarlo, le han ofrecido impartir charlas sobre este nuevo paradigma social en centros cívicos, escuelas y otras organizaciones. ■



© Italo Rondinella

Cristóbal Gracia, uno de los tres creadores de Favorece, tiene claro que forma parte de una generación que no ha *comprado* un modelo basado en la competición y en la lucha.

Un punto de encuentro sobre el terruño

Hace poco más de un año Santiago Cuerda creó Huertos Compartidos. Uno de los huertos ya funciona en Sant Esteve Sesrovires. El hortelano es David Bori; el propietario de la tierra y también hortelano es Yamandú Sabini

Huertos Compartidos nació el día en que Santiago Cuerda leyó en un blog que en el Reino Unido una organización, Landshare, ponía en contacto a propietarios de tierra y a personas que querían cultivar pero no poseían terrenos. Con esta iniciativa se habían recuperado 1.200 hectáreas de tierra baldía y más de 70.000 personas participaban en el proyecto. Santiago Cuerda lanzó un proyecto similar desde la oenegé Reforesta –de la que es socio fundador y

secretario–, y solo en los once primeros meses logró que 60.000 internautas visitaran el sitio web (www.huertoscompartidos.es) y que se registraran en él quinientas personas. Además, casi sin proponérselo, se ha convertido en un emprendedor social. En junio la asociación Cibervoluntari@s le concedió el Premio Empodera 2012 a la iniciativa más innovadora y ahora participa en el proyecto Socialnest 2012.

Vive en Cuenca. Por teléfono, Santiago Cuerda explica que está “aprendiendo a dar un enfoque de negocio social” a lo que, en un principio, era una acción que llevaba a cabo por “coherencia personal”. Es sincero. Estaba en paro y puso en marcha un proyecto que, en realidad, era fruto de su trayectoria como activista preocupado por el medio ambiente, pero ni esperaba tanta repercusión ni cree que el proyecto esté aún cerrado. “Es un *work in progress*”, afirma riéndose. Es decir, ha ido adaptando el sitio web “a medida que han surgido dudas y problemas técnicos que han planteado los usuarios”.

La mecánica para compartir un huerto “es sencilla”: propietarios de tierra y cultivadores se registran en el sitio web, dejan su teléfono y hacen una descripción del terreno o de las necesidades. Si hortelano y propietario coinciden en la zona y se ponen de acuerdo, se firma un contrato, según el cual “la producción ha de ser ecológica, la cesión del terreno es gratuita y hay que compartir la cosecha, es decir, tiene que ser para autoconsumo”.

Por ahora, explica Cuerda, hay más gente con ganas de cultivar (384 hortelanos registrados) que propietarios de tierra (132) que ofrezcan sus terrenos. Además, asegura, la mayoría de la tierra está en zonas rurales aisladas y las demandas de los futuros hortelanos provienen de las grandes ciudades. “Aún hay pocos huertos que funcionan”, se lamenta.

En Barcelona hay unos sesenta futuros hortelanos apuntados y diez propietarios de tierra. Uno de los huertos compartidos que ya están en marcha se encuentra en Sant Esteve Sesrovires.

Yamandú Sabini buscó en internet si alguien quería cultivar parte de su terreno simplemente porque a él no le daban las fuerzas ni el tiempo para hacerlo y encontró la web de Huertos Compartidos; en sus mismas páginas, David Bori encontró la descripción del huerto de Yamandú: ochocientos metros de terreno, árboles frutales, almendros y olivos. Ahora juntos preparan la tierra para sembrar, al mismo tiempo que se van conociendo. ■

Debajo, David Bori, que cultiva el huerto de Sant Esteve Sesrovires junto a su propietario, Yamandú Sabini, a la derecha.



© Italo Rondinella



© Italo Rondinella

Dani C. Sánchez
Periodista

Incubando los diseños empresariales

Con veintiséis años de existencia, Barcelona Activa se ha convertido en un referente internacional en cuanto a promoción pública del emprendimiento. Actualmente es una fuente de oportunidades para muchas personas que han perdido el trabajo o lo ven peligrar y que se plantea el autoempleo como alternativa.

Es probable que Warren Buffett no tenga la más remota idea de lo que es Barcelona Activa, pero tampoco es descabellado pensar que en este caso también se cumpla la teoría de los seis grados: una cadena de seis personas que relacionen al magnate norteamericano con alguno de los responsables que gestionan la agencia de desarrollo económico del Ayuntamiento de Barcelona. No en vano uno de los grupos participados por el multimillonario, Lubrizol Corporation, compró el verano pasado Lipotec, una empresa catalana que ocupa un lugar destacado en la historia de la sociedad municipal que se encarga de acompañar a los emprendedores noveles en su intento de crear nuevas empresas.

Dentro de la Incubadora de empresas Glòries, el primero de los tres viveros empresariales que Barcelona Activa ha desplegado en la capital catalana, cuelgan del techo ordenadas por años unos centenares de placas con los nombres de las compañías que se han incubado a lo largo de más de veinticinco años de historia. El nombre de Lipotec aparece en la primera. Antoni Parente, uno de los padres de esta empresa biotecnológica, no ha olvidado aquellos tiempos. Entre 1988 y 1992 él y sus socios ocuparon uno de los módulos de aquellas instalaciones y, más allá de lo que supuso “encontrar un rincón como es debido en que presentar el proyecto a las administraciones y empresas extranjeras que se interesaban”, Parente recuerda que Barcelona Activa fue útil en el desarrollo de su ex empresa: “Nos ayudaron a reflexionar sobre lo que queríamos hacer cuando nos pusimos a elaborar el plan de negocio, pese a que ya teníamos 38 años y las cosas más o menos claras”.

Lipotec y Barcelona Activa crecieron en paralelo y Parente sigue vinculado a la agencia, ahora como ponente en algunas sesiones de *coaching* con grupos de jóvenes que quieren seguir el camino del emprendimiento. “Con el tiempo todo ha pasado a ser mucho más profesional”, señala, subrayando la oferta de cursos que se han ido poniendo en marcha con el paso de los años. Hoy la gama es completa: desde tramitación y gestión de sociedades hasta sesiones de cooperación empresarial, financiación, marketing o internacionalización. A estas cápsulas formativas más genéricas se añaden otras más específicas para determinados sectores, como son las nuevas tecnologías, las industrias creativas o el sector bio.



© Christian Maury

“Barcelona Activa quiere dar una oferta de servicios a los ámbitos de la empresa y el empleo para conseguir más riqueza y empleo para la ciudad”, señala la directora ejecutiva de Servicios a la Empresa y Ocupación de Barcelona Activa, Susana Tintoré. En su opinión, el organismo público es mucho más que un vivero de empresas. Con el tiempo ha ido desarrollando sus actividades y ahora también se encarga de ser uno de los grandes agentes comerciales del Ayuntamiento y vender Barcelona como marca de negocios en todo el mundo, con el fin de lograr captar talento e inversiones internacionales. Incluso aprovecha el filón de la Mobile World Capital de Barcelona para “crear una zona franca de emprendedores en el sector del móvil”, como explica la directora ejecutiva de la entidad.

Con veintiséis años de existencia, la organización se ha convertido en un referente. Fue el primer ente de su clase en España y se convirtió en un modelo para otros, como Madrid Emprende, creada hace siete años, y para organizaciones de otras comunidades autónomas que ahora intentan ponerse en marcha. Ha cruzado fronteras para servir de ejemplo a Monterrey (México) o Ciudad del Cabo (Sudáfrica) y cada año recibe a doscientas delegaciones interesadas en conocer su manera de funcionar.

Pero Barcelona Activa es, sobre todo, un trampolín de emprendimiento que se ha tenido que ir adaptando a los tiempos y a los ciclos económicos. La organización nació en un momento de estrecheces económicas, ha vivido el más largo período de crecimiento de la historia de Cataluña y

De arriba abajo, fachada principal del Parc Tecnològic Barcelona Nord y entrada al Almogàvers Business Factory, el centro más nuevo de Barcelona Activa.

ahora intenta ayudar en la crisis más profunda que las sociedades occidentales han vivido desde hace casi un siglo. Todos estos componentes se notan, como se nota también el recorte de los recursos públicos que hacen que funcione. Actualmente se ha convertido en una fuente de oportunidades para mucha gente que ha perdido su puesto de trabajo o lo ve peligrar y piensa en el autoempleo para salir adelante: el emprendimiento forzado por la gran recesión. La mitad de las personas que llegan actualmente porque quieren poner en marcha su propia empresa están en paro. Pero esta no es una excepción, al menos en Cataluña. El emprendimiento, antes vinculado a la creación de un segmento de negocio destacadamente nuevo, vuelve a crecer en el Principado desde 2011 debido a la aparición de los parados como catalizadores. En el caso de Barcelona Activa, también explicaría el hecho de que, desde el comienzo de la crisis, en 2007, el número de usuarios se haya duplicado y el de nuevas empresas creadas casi se haya triplicado (de 713 a 1.700).

Cada mes pasan por sus sesiones informativas más de mil de personas, de las cuales al terminar el año unas 2.500 terminan su plan de empresa. Por el camino, la purga de proyectos es importante. “Hay ingenieros que vienen con una idea, que puede ser buena, pero que quizás no se la han planteado desde el punto de vista del mercado”, explica Tintoré. El año pasado Barcelona Activa ayudó a crear 1.700 nuevas sociedades, una cifra destacable si se tiene en cuenta que los datos del Instituto Nacional de Estadística hablan de 6.416 sociedades creadas en Barcelona en todo el año, que habrían generado unos 3.200 puestos de trabajo nuevos.

El asesoramiento inicial que ofrece, la formación de los futuros empresarios y el acompañamiento en la búsqueda de financiación y constitución de la empresa contribuyen a que el porcentaje de éxito de las empresas que salen de sus instalaciones sea más alto que la media. Según los datos de la institución, el 84% de las empresas que han contado con su colaboración ha superado los tres años de vida, lo que les da mucha fortaleza para sobrevivir.

La causa de esta ratio de éxito es la retroalimentación. La experiencia acumulada durante años ha hecho que sea una entidad reconocida por las instituciones, pero también por los propios usuarios. Y la fuerte demanda de servicios propicia que la estructura se vaya engrasando de forma continua para ponerse al día. “Todo ello nos da mucho conocimiento, pero en nuestro caso el servicio es para todo el mundo”, afirma Tintoré, evidenciando las diferencias entre organismos públicos y la iniciativa privada.

Actualmente Barcelona Activa tiene tres instalaciones llamadas incubadoras: unos módulos con unos servicios comunes que las empresas pueden alquilar durante un máximo de tres años a un precio inferior al de mercado si se tiene en cuenta la superficie neta compartida. Este modelo de lugar de trabajo compartido se ha extendido en los últimos años y ha atraído el interés de la iniciativa privada, que ha visto que la posibilidad de compartimentar espacios y ofrecerlos a un coste asequible es apreciada por una nueva hornada de profesionales que han salido al mercado en plena crisis económica. Ven en ello una posibilidad de poner en marcha un negocio con costes contenidos y compartir experiencias con otros empresarios del mismo sector o de otros.

En el caso de Barcelona Activa, el hecho de alquilar un espacio se complementa con una oferta diversa de cursos formativos y de asesores dispuestos a responder a dudas que solo están a unos pasos de la sede social de la empresa. Ahora mismo son unas 140 las empresas que ocupan estos metros cuadrados, pero podrían ser más si la superficie habilitada fuese mayor. Hay lista de espera y desde el organismo aseguran que hacen lo posible por limitar la entrada en la misma, para no jugar con las expectativas de los futuros empresarios.

En los últimos años la organización ha puesto en marcha una estructura que permite crear sociedades limitadas a bajo coste, lo que le ha permitido convertirse en el punto de España en el que se crean más sociedades limitadas.

Programa de reciclaje de empresas

La última idea ha sido la de dar fuerza a un mercado de compra y venta de microempresas. Bancos de inversiones y compañías especializadas se han dedicado durante años a encontrar compradores de medianas y grandes empresas que en algún momento se ponían a la venta, pero este tipo de intermediarios se ha echado de menos en el caso de negocios más pequeños, lo que ha provocado que no hubiera ni mercado. Con el propósito de poner remedio a esta carencia, Barcelona Activa intenta asumir como propio el programa Reempresa, iniciado por la patronal Cecot, y que no es más que una bolsa de pequeñas empresas que están en venta o en el proceso previo al cierre pese a ser negocios rentables. En muchos casos se trata de personas a punto de jubilarse que no han encontrado a nadie que quiera continuar su carrera y en otros casos se trata simplemente de gente que quiere dar un cambio a su vida. Hasta ahora el problema era que nadie se había planteado la posibilidad de encontrar nuevos empresarios.

“Proponemos crear un sistema nuevo: reciclar empresas que funcionan mediante el encuentro con un reemprendedor”, señala Albert Colomer, director del programa, que asegura que este tipo de iniciativas funciona en otros países europeos y, en cambio, no se había intentado nunca poner en marcha en España. Colomer destaca que está previsto que en la próxima década unos 120.000 empresarios se jubilen y que detrás de esta estadística hay centenares de oportunidades. Después de encontrar 650 empresarios dispuestos a ceder su compañía y unos seiscientos a emprender su propio negocio durante los últimos tres años, Reempresa ha conseguido cerrar sesenta acuerdos. El precio medio de cada operación, unos 25.000 euros, da una idea del tipo de empresa que se está ofreciendo. Y Colomer está seguro de que la incorporación de Barcelona Activa en el proyecto, que abrirá puntos de información en sus instalaciones, dará más cuerda a Reempresa. “Ahora entramos en el meollo.”

La cuestión es saber cuáles de los diez mil potenciales emprendedores que pasan cada año por los centros de la agencia municipal han de partir de cero o pueden gestionar una compañía que ya está funcionando. Según los datos que tiene Colomer, extraídos de casos similares en otros países europeos, uno de cada cinco usuarios de Barcelona Activa podría servir para Reempresa. “Tenemos que localizarlos y ver si les puede ir bien dar continuidad al trabajo que otros empezaron unos años antes”, afirma el responsable de Reempresa. ■

Seth Godin

Teórico del marketing

Seis reflexiones sobre la crisis y el futuro del emprendedor

Seth Godin ha inspirado con sus libros y desde su blog a miles de emprendedores de todo el mundo. Es el fundador de Squidoo.com, uno de los cien sitios web más visitados de Estados Unidos. Godin ha sabido definir como nadie los nuevos modelos de negocio y de socialización que se establecen en la nueva “economía de la conexión” a raíz de la emergencia de las redes sociales y las tecnologías de la información, y ha sabido transmitirlo en libros y conferencias, en talleres y blogs que han ejercido una influencia global. Le agradecemos a Seth Godin que nos haya permitido reproducir aquí seis de sus reflexiones sobre el futuro del emprendedor.

La crisis perpetua (y una revolución en ciernes)

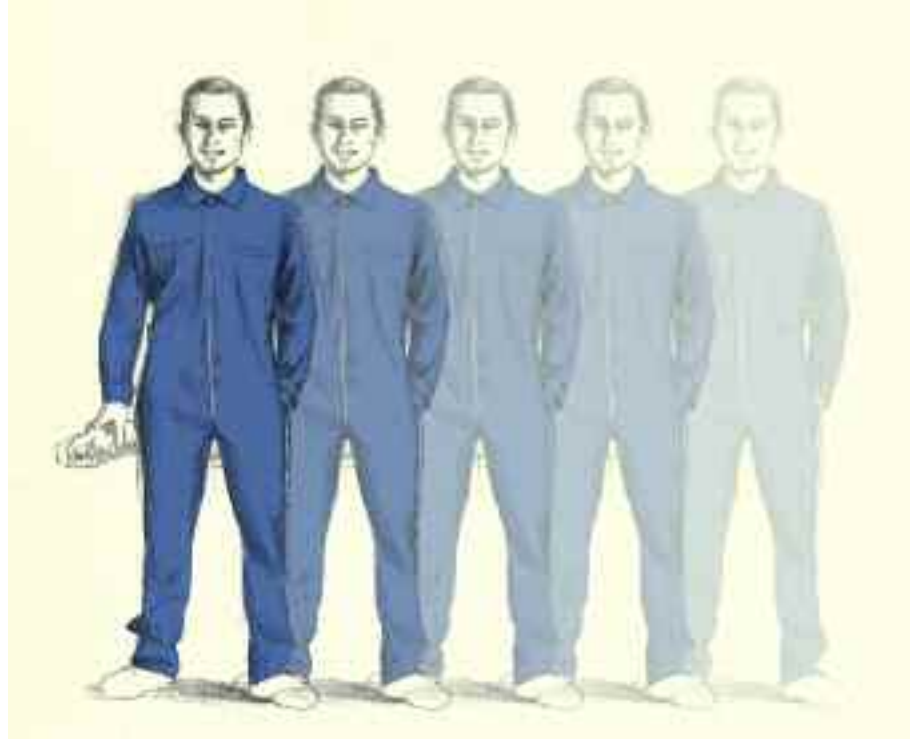
De hecho, hay dos crisis. La primera es una crisis cíclica, la que inevitablemente llega y, después, inevitablemente termina. Numerosos elementos demuestran que, si se toman medidas, puede acortarse su duración, pero hay también otros que indican que una intervención exagerada no merece la pena o, incluso, puede resultar perjudicial.

La otra crisis, en cambio, la de la pérdida de “buenos puestos de trabajo en el sector industrial” y la del paro sistémico, esta, me parece que ha llegado para quedarse.

¿Qué nos hace pensar que en algún momento volverán los puestos de trabajo con un buen sueldo por tareas que pueden sistematizarse, detallarse en un manual y/o exportarse? Internet ha erradicado las ineficiencias de muchos sistemas; además, la capacidad de trasladar de lugar los trabajos, de coordinar las actividades y de digitalizar la información, en conjunto, supone la eliminación de un gran abanico de aquellos empleos que creó la era industrial.

Se está disputando una carrera a la baja, una carrera en la que las comunidades luchan por eliminar las reglas laborales y medioambientales y convertirse así en el proveedor más barato del mundo. El problema que supone una carrera de este tipo es que quien la disputa puede llegar a ganarla...

Las fábricas eran el centro de la era industrial: edificios donde los obreros se agrupaban para producir, de manera eficiente, coches, cerámica, pólizas de seguros y trasplantes de órganos –actividades basadas en la centralización del trabajo–, lugares donde las ineficiencias locales se compensaban con los beneficios que suponía la producción en masa y las piezas intercambiables. Si la obra de mano local le



© Juliet Pomés

resultaba más cara al industrial, tenía que pagarla porque, ¿qué otra alternativa le quedaba?

Ahora ya no. Si un proceso puede sistematizarse, se sistematizará. Si el abrumado intermediario puede encontrar un proveedor más barato, lo utilizará. Si el consumidor independiente puede ahorrarse un céntimo haciendo clic aquí o allí, lo hará. Era la ineficiencia producida por la geografía lo que permitía que los trabajadores locales ganaran más buenos sueldos, y también era la ineficiencia de una comunicación imperfecta lo que permitía que las empresas cobraran precios más elevados.

La era industrial, la que se inició con la revolución industrial, está desvaneciéndose. Ya no es el motor de crecimiento de la economía y parece absurdo imaginar que en un futuro sea posible recibir un buen sueldo por un trabajo sustituible.

Este hecho constituye una discontinuidad importante, una decepción que cambia la vida de las personas trabajadoras que esperan una estabilidad que es improbable que consigan. Se trata de una crisis, una crisis de cien años de crecimiento del sistema industrial.

Sin embargo, no soy pesimista, puesto que la nueva revolución, la revolución de la conexión, crea una serie de nuevos sistemas de producción y nuevas oportunidades. Pero no para el trabajo repetitivo en una fábrica, ni tampoco para el tipo de ámbito que evalúa la consultora estadounidense ADP. Gran parte de la riqueza generada por esta revolución no es vista como un trabajo, al menos no como un trabajo a tiempo completo.

Desde el momento en que todos poseemos un ordenador y una conexión con el mundo, todos somos dueños de una fábrica. En lugar de reunirnos físicamente en un mismo sitio, tenemos la capacidad de reunirnos virtualmente, para llamar la atención, para conectar mano de obra y recursos, para ofrecer valor. ¿Estresante? Desde luego. Nadie se ha formado para ello, para saber cómo se inician, cómo se visualizan, cómo se resuelven problemas interesantes y cómo se aplica luego la solución. Hay gente que ve el nuevo trabajo como una amalgama de pequeños proyectos, como una mala imitación de un trabajo de verdad. Otros se dan cuenta de que se trata de una plataforma para ciertas habi-

lidades, de un escenario con mayor igualdad de condiciones en el cual poseer una fábrica no es un derecho de nacimiento de una pequeña minoría sino algo que cientos de millones de personas tienen la oportunidad de conseguir.

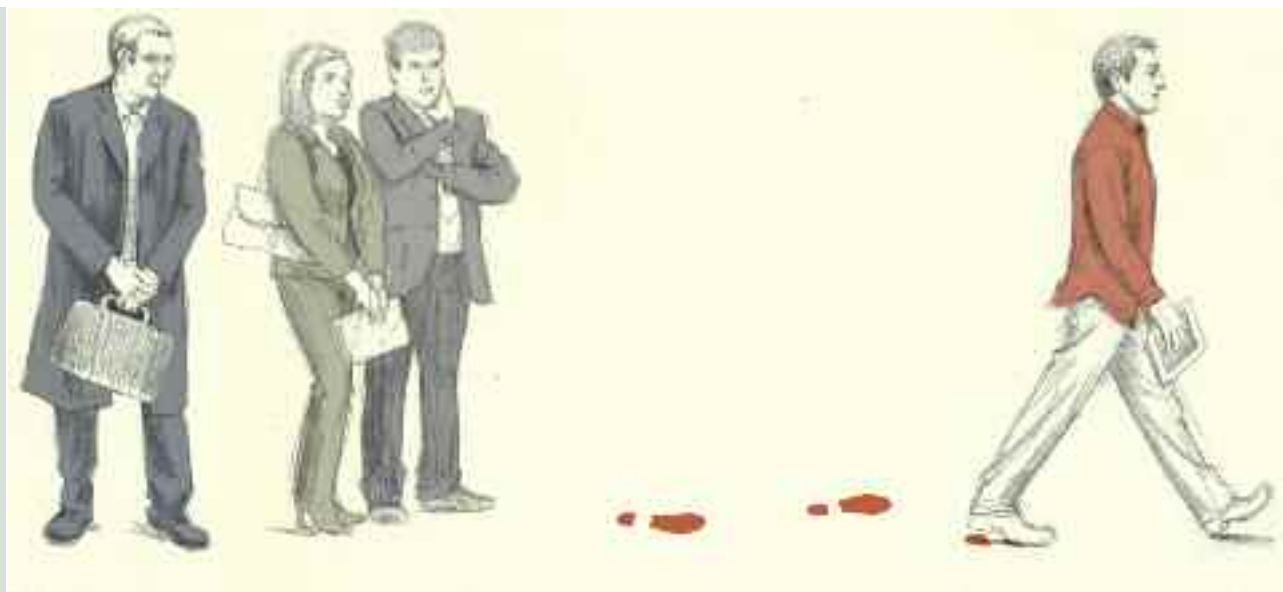
Asimismo, se desplazan los engranajes. De un lado se sitúan las expectativas rebajadas y una gran cantidad de personas trabajando en puestos de medio pelo. Por otro lado, se da inicio a una carrera hacia la cima en la que aquellas personas que esperaban que se les dieran órdenes empiezan a darlas.

El futuro se parece bastante más al marketing –es improvisado, se basa en la innovación y la inspiración, e implica conexiones entre las personas– y bastante menos al trabajo en una fábrica, donde todo el mundo hace lo mismo que hizo ayer, pero más deprisa y por menos dinero. Eso significa que quizá será necesario que cambiemos nuestras

expectativas, nuestra formación y la forma en que nos relacionamos con el futuro. Sea como fuere, eso es mejor que luchar por un *statu quo* que ya no existe. La buena noticia es evidente: después de cualquier crisis perpetua viene un largo periodo de crecimiento a partir del próximo cambio...

La creación de empleo es un falso ídolo. El futuro se basa en oportunidades y recursos y habilidades y en una serie de colaboraciones y proyectos siempre cambiantes. Y, de paso, cambiará la estructura de la sociedad. Nadie dice que ese cambio tenga que gustarnos, pero cuanto antes nos demos cuenta de ello y trabajemos para convertirnos en una pieza clave insustituible, antes se desvanecerá el dolor, mientras empezamos a trabajar en lo que hay que hacer (y que ahora puede hacerse).

Esta revolución es, como mínimo, tan importante como la última, y la última lo cambió todo. ■



© Juliet Pomés

Primero, conectarse

En la economía de la conexión, hay una línea que separa dos clases de proyectos: los que tienen como objetivo crear conexiones y los que no.

Internet es una máquina de conexiones. Prácticamente todos los proyectos web que han tenido éxito (eBay, Facebook, los chats, el correo electrónico, los foros, etc.) tienen como objetivo crear conexiones entre los seres humanos que eran difíciles o imposibles de establecer antes de la red.

Cuando alguien quiera explicar su negocio o su proyecto sin ánimo de lucro o su proyecto de obras públicas, primero deberá explicar cómo nos ayudará a conectarnos. El resto vendrá solo. ■

Confianza sin coraje

Demasiadas personas con un máster en dirección de empresas llegan al mercado laboral con mucha seguridad, entusiasmo y confianza.

El problema es que les falta coraje.

Tener coraje significa tener predisposición a perder, predisposición a que se demuestre que nos hemos equivo-

cado o predisposición a fracasar.

En la universidad nadie les ha enseñado lo que es el coraje. Tanto dinero en juego, tanto centrarse en los números y en escalar posiciones, y a nadie se le ocurre nunca hablar sobre el valor del fracaso, sobre el riesgo inteligente, sobre dar un salto cuando no existen garantías de que vaya a salir bien.

Es fácil tener confianza en uno mismo cuando todo está alineado, cuando el momento es perfecto. Pero no es muy útil. ■

Miedo, escasez y valor

Lo que nos da miedo a nosotros probablemente también asusta a los demás y, cuando lo eludimos, estamos haciendo lo mismo que hacen los demás.

Por ese motivo hay escasez del trabajo que estamos eludiendo, sea cual sea.

Y, claro está, la escasez a menudo crea valor.

El atajo es simple: si algo os da miedo, si os da miedo arriesgaros, si os da miedo crear una conexión o asumir una promesa, esa es la pista que indica que estáis en el camino correcto. Adelante, hacedlo. ■



© Juliet Pomés

Antes de recaudar dinero (activos y gastos)

Hoy en día existen más formas que nunca de recaudar dinero para vuestro negocio, vuestro proyecto o vuestra organización. Existen más ángeles inversores, más sitios web, más inversores de capital de riesgo... Es cierto que, en gran medida, la banca local ha renunciado a esa responsabilidad, pero la red sigue recordándonos las alternativas de las que disponemos.

Este es el elemento clave que debéis entender antes de pedir dinero a los padres, a los amigos o a los inversores de capital de riesgo local:

Hay una gran diferencia entre consumir dinero en gastos y consumir dinero para conseguir un activo.

En un picnic, el hielo es un gasto. Cuando se deshace, desaparece. La factura de la luz o la del alquiler son gastos asociados a un negocio y casi nunca, o nunca, tendríais que pedir dinero para pagarlos.

Los activos, en cambio, son elementos que mantienen el valor o lo hacen crecer, que pueden usarse una y otra vez y que, en último término, valen más de lo que cuestan.

Un título universitario de una buena institución es un activo. También lo es una lista de diez mil personas que, una vez a la semana, quieren conocer por correo electrónico lo que tenéis para contarles. Y también lo es la reputación (eso que algunas personas llaman *marca*). Así pues, para los emprendedores la lógica es clara: merece la pena tener en

cuenta cualquier oportunidad de obtener un activo que genere beneficios a largo plazo e incluso merece la pena pedir dinero para obtenerlo.

Pero si vuestro negocio exige que pidáis dinero solo para pagar los gastos, para manteneros en una situación de equilibrio, entonces estáis condenados al fracaso. Salvo que esos gastos permitan, de forma evidente, obtener un activo más importante en el futuro, os arrepentiréis de haber hecho esa inversión, puesto que no será una inversión, sino un malgasto.

Lo segundo que hay que tener en cuenta es que probablemente tendréis que devolver el dinero. No pidáis dinero para pagar un activo salvo que veáis clara la forma de devolverlo. Puede que ello implique vender el activo más adelante (que es lo que los inversores de capital de riesgo hacen casi siempre) o puede que implique poner en marcha un proyecto en el cual el activo sea tan rentable que podáis devolver el dinero directamente (y por eso merece la pena pedir dinero para ir a la facultad de Medicina de Harvard).

El hecho de vender un porcentaje de la compañía (que es lo que suelen pedir la mayoría de inversores) implica, básicamente, iniciar el camino de venderla toda para pagar a los inversores. No digo que sea una mala decisión: solo hay que asegurarse de que se inicia esta vía con los cinco sentidos. Ante la duda, recaudad dinero de los clientes vendiéndoles lo que realmente necesitan: vuestro producto. ■

Las entidades sin ánimo de lucro por fuerza han de innovar

Las entidades sin ánimo de lucro más importantes y mejor financiadas tienen la obligación de ser líderes en innovación, pero en ocasiones dudan a la hora de hacerlo.

Una razón: “Estamos realizando un trabajo importante. Nuestros financiadores esperan que actuemos de forma razonable, prudente y eficaz, porque el trabajo que llevamos a cabo es demasiado importante como para arriesgarnos a fracasar”.

Una alternativa: “Estamos realizando un trabajo importante. Nuestros financiadores esperan que actuemos de forma audaz, atrevida y valiente, porque el trabajo que llevamos a cabo es demasiado importante para actuar sin arriesgarnos”.

El problema de la mayoría de entidades sin ánimo de lucro que se dedican a una causa o a la asistencia social es que no han averiguado cómo resolver la cuestión en la que

trabajan (todavía). Sí, a menudo ofrecen ayuda eficaz, o un paliativo. Pero la mayoría carecen de un método para llegar a la raíz del problema y generar un cambio permanente. Esto es así porque resulta difícil (muy difícil) resolver esos problemas.

Lo que caracteriza a estas entidades es que nadie espera de ellas un cheque a cambio o un dividendo trimestral. Esperan un método nuevo e ingenioso que permita resolver el problema de una vez por todas.

Adelante, fracasad. Y luego volved a fracasar. El fracaso entre las entidades sin ánimo de lucro es demasiado poco habitual, lo que significa que la innovación de las entidades sin ánimo de lucro también es demasiado poco habitual. Los innovadores saben que su trabajo es fracasar, una y otra vez, hasta el día en que no fracasan. ■



© Christian Maury

Àngels Solà Parera
Universitat de Barcelona

Ignàsia Robira, empresaria encajera a finales del siglo XVIII

Ignàsia, hija del menestral Pere Claver y esposa del zapatero Gaspar Robira, dominaba el arte de hacer encajes y se dedicó a la elaboración de este tejido, actividad que completó con el negocio de telas y confección y con el préstamo de dinero. La empresaria llegó a coordinar a un equipo de artesanas de trece pueblos del entorno barcelonés, desde el Maresme hasta el Baix Llobregat.

Es un hecho probado que, al menos desde la Edad Media, en Barcelona ha habido mujeres –solteras, casadas y viudas– que han abierto un negocio propio y lo han sacado adelante, contribuyendo así al bienestar de sus familias y al suyo propio. Se trata de una larga tradición de barcelonesas empresarias muy poco conocida, pero ello no significa que no exista.

Esta continuada presencia femenina en el mundo de los negocios presenta unas características que hay que destacar. Desde el siglo XIV hasta el XIX, los negocios que eran propiedad de mujeres se concentraron –posiblemente como ahora– en dos sectores específicos. Por un lado, en la venta de comestibles, telas, ropa confeccionada y complementos de vestir. Y, por otra parte, en la elaboración de prendas de vestir y complementos (guantes, sombreros, corsés...), así como de ciertos tejidos. Esta concentración de la actividad económica femenina autónoma se debía a razones tanto ideológicas como económicas, sobre todo a partir de la aparición y difusión de los gremios –en Barcelona, desde el siglo XIV–, que reservaban la mayoría de los oficios, los mejores, a los hombres.

Con todo, quedaron unas pocas actividades productivas que no llegaron a ser reguladas por los gremios, y ello permitió que hubiera mujeres con negocios propios. Una de estas actividades fue la elaboración de encajes de boli-

llos –que cuando se confeccionaban con hilo de seda se llamaban blondas–, un producto de lujo que permitía obtener unos beneficios elevados.

Se sabe sobradamente que la mano de obra del sector era siempre femenina –con una retribución de miseria–, pero en cambio se desconoce que hubo también empresarias muy decididas. Una de ellas fue la barcelonesa Ignàsia



Claver i Castells (Barcelona, 1760 aprox. - Reus, 1811). Esta hija del menestral Pere Claver, “*porgador e garbellador*” [purgador y cribador] de Barcelona, y de Eulàlia Castells, se casó a principios del decenio de 1780 con el zapatero Gaspar Robira, también barcelonés. Entonces tomó como primer apellido el del marido, tal como era costumbre, para pasar a llamarse Ignàsia Robira i Claver. Así firmaba los documentos. El hecho de conocer los secretos del complejo arte de elaborar encajes –ignoro cómo los adquirió– empujó a Ignàsia a dedicarse a la producción de este tipo de tejido. Hay que destacar que sabía escribir, lo que le facilitaba llevar las cuentas y la correspondencia del negocio.

Las cosas entre la pareja no fueron nada bien, de modo que Ignàsia presentó una demanda de separación ante las autoridades eclesiásticas. Al parecer, el principal problema estribaba en el hecho de que la actividad económica que sostenía a la familia fuese la de la mujer, y no la del marido como zapatero. No obstante, en 1799 la pareja reconsideró esta decisión y firmó un convenio ante notario para reconducir su relación y dejar bien claras las bases de la actividad económica que sustentaría a la pareja y a sus cuatro hijos.

En dicho documento el marido admitía que el comercio de blondas y el capital del mismo pertenecían a la mujer “*per haberos adquirirt ab molt treball e industria, sens perjudici de la economica administració de sa casa y familia*” [por haberlos adquirido con mucho trabajo e industria, sin perjuicio de la económica administración de su casa y familia]. Por tanto, el marido reconocía la pericia manufacturera y mercantil de Ignàsia, su autonomía económica, que había creado un capital y que además no había desatendido las obligaciones domésticas. En el mismo documento se establecía que a partir de aquel momento él pondría capital en el negocio de su esposa, con lo que se convertiría en socio. Para ello, él cobraría la parte de los beneficios que le correspondieran y, además, en los recibos, cartas y demás papeles debería añadirse “y Compañía” al nombre de la firma de Ignàsia. En otro artículo del convenio se establecía que, “*per un efecte de generositat*” [por efecto de generosidad], ella daría la mitad de sus beneficios al marido para que este pudiera atender “*la obligació de alimentar y vestir a ella y a sos fills que com a marit y pare deu desempeñar*” [la obligación de alimentarlos y vestirlos, a ella y a sus hijos, que como marido y padre debe

desempeñar]. Eso sería así siempre que él cumpliera con esta responsabilidad, y en caso contrario “*quedarà abdicat de la percepció de la dita mitat de beneficis*” [quedará excluido de la percepción de la mencionada mitad de beneficios]. Por otro lado, Ignàsia concedió a su marido la función de cobrador de las ventas del negocio de blondas, sin renunciar a intervenir cuando le pareciese oportuno.

El negocio que Ignàsia había levantado sumaba un capital de unas 7.500 libras –aparte de las más de 2.500 libras de deudas que se consideraban incobrables–, cantidad que indica que se trataba de una familia artesana y no de la clase mercantil alta y rica.

Compraba a crédito y se sabe que al menos llegó a deber más de 3.500 libras, una cantidad considerable, dado el capital en que se valoraba el negocio. Ello demuestra que disfrutaba de consideración y de crédito entre sus proveedores.

Con el fin de compensar la pérdida de competencias en el negocio de encajes, Ignàsia decidió abrir otro negocio paralelo, que orientó a la venta de tejidos y ropa confeccionada. Algunos de los vestidos llevaban lujosos bordados. Su clientela no era solo la que iba a comprar a sus tiendas, sino que también tenía clientes en Valencia, Madrid y “América”.

Sabemos que en 1803 tenía a la venta 107 mantillas de blanda y diferentes piezas de encaje de seda negras y blancas. El negocio de los encajes no era simple, pues se sustentaba en la existencia de una red de encajeras en diferentes localidades, controladas por una intermediaria. La complejidad del negocio de Ignàsia Claver era notable, ya que articulaba la producción de mujeres que trabajaban en trece pueblos diferentes del entorno barcelonés, desde el Maresme hasta el Baix Llobregat.

Los beneficios que obtenía del negocio de los encajes le permitieron acumular cierto capital, que orientó al préstamo. En un caso prestó más de quinientas libras a una misma persona.

La posición económica de Ignàsia llegó a ser bastante sólida, como lo demuestra el hecho de que, cuando se casó su hija Francesca con el sastre Josep Gustà, en 1803, le dio en dote quinientas libras en metálico más dos cómodas con el ajuar, valoradas en otras mil libras. Todo ello sumaba una cantidad bastante superior a la que los artesanos barceloneses invertían en la boda de sus hijas. La muchacha tuvo que pedir la autorización paterna para casarse porque era menor de edad, pero quien le dio la dote fue su madre.

Al empezar la Guerra del Francés, Ignàsia decidió refugiarse en Reus, donde murió en abril de 1811. El testamento decía que vivía en esta población desde unos meses antes. Si no llegó enferma, debió de enfermar allí, puesto que no tuvo fuerzas para firmar el testamento.

Su hijo Josep Robira i Claver heredó el negocio materno de encajes de bolillos, pero nunca fue un empresario importante del sector. Prefirió dedicarse a ampliar el patrimonio adquiriendo algunas casas en Barcelona. Esta doble ocupación le garantizó una posición económica notable, de modo que su hijo Joaquim Robira i Torradella pudo estudiar medicina y se hizo médico y cirujano en 1847. Así pues, no hay duda de que el ascenso social de la familia se basó en la triple actividad económica de la abuela Ignàsia: la producción de encajes de bolillos, los préstamos de dinero y el negocio de telas y confección. ■



© Luisa Ricciarini / Prisma

Abriendo el artículo, encajes expuestos en la Escola de Puntaires de Barcelona. Debajo, en la página anterior, firmas de Ignàsia y de su marido en un documento notarial de Antoni Comellas, que se conserva en el Arxiu de Protocols. A la derecha, encajeras alemanas en una pintura del artista barroco Giacomo Francesco Cipper (Todeschini).

Àlex Font Manté

Periodista. Jefe de la sección de Economía del diario *Ara*

Las personas que nos sacarán de la crisis

El nombre de Jacob Suñol no sugerirá nada a la mayoría de las personas que lean estas líneas, ni tampoco el de Pere Vallès o el de Ana Izquierdo. Pero son importantes. Esta crisis es tan profunda que los grandes liderazgos se están revelando insuficientes. Tenemos que reinventarnos de arriba abajo.

La recuperación económica tiene miles de héroes desconocidos. Personas que se juegan el patrimonio para sacar adelante su proyecto, generar crecimiento y puestos de trabajo. Son los emprendedores, un grupo creciente de personas con ganas de avanzar y contribuir a la recuperación desde su pequeña (o mediana, o gran) empresa. Jacob Suñol, Pere Vallès y Ana Izquierdo pertenecen a esta generación que nos tendrá que sacar de la crisis.

En Cataluña cada vez se ofrecen menos empleos, lo que dificulta la recolocación del creciente número de personas que se quedan en paro (cerca de 650.000 en el momento de escribir estas líneas). Por ello cada vez son más los que se lanzan a crear su propia empresa: si nadie les da trabajo, prefieren dárselo a sí mismos. En 2011 casi siete de cada cien adultos catalanes (6,8%) estaban involucrados en la creación de empresas –un 35% más que el año anterior, y es de prever que la cifra vuelva a aumentar cuando se conozcan los datos de 2012. Por lo tanto, en Cataluña hay proporcionalmente más emprendedores que en el conjunto del España (5,8% de media) y que en algunos de los países considerados de referencia, como Suecia (5,8%), Finlandia (6,3%) o Dinamarca (4,6%), según el informe anual del *Global Entrepreneurship Monitor*.

Pero queda mucho camino por recorrer. Estamos lejos de las tasas de emprendimiento de países como Holanda (8,2%), Reino Unido (7,3%) o Estados Unidos (12,3%). Además, según el último informe *Doing Business* del Banco Mundial, España es el 136º país del mundo en cuanto a facilidad para crear una empresa, por detrás de Afganistán, Kosovo, Marruecos o Zambia. “España no es Uganda”, dijo Rajoy al ministro Guindos en un famoso mensaje mientras se negociaba el rescate a la banca española. Haríamos bien en echar un vistazo a estas estadísticas.

Es evidente que una legislación más favorable sería de gran ayuda para las personas que desean impulsar una empresa. De hecho, Rajoy prometió en campaña electoral que “una de las primeras cosas que haría” sería aprobar una ley de emprendedores, lo que no ha hecho en su primer año de mandato. Pero también es cierto que el emprendimiento implica cierta ausencia de miedo a arriesgar (en diferente grado en función de la medida del proyecto y de la situación personal de cada uno) y que este cambio de mentalidad no se puede modificar de la noche al día, sino que solo puede ser producto de un cambio cultural.



“Dentro de un año quizás ya no existiremos”, afirma con frialdad el joven Jacob Suñol, uno de los emprendedores que citábamos al principio. Suñol es uno de los exponentes de esta cultura emprendedora que tiene poco miedo al fracaso. Es uno de los creadores de Medtep, una plataforma tecnológica en que los doctores y los pacientes pueden almacenar el historial médico y la información de tipo sanitario. Hace un año y medio que trabaja sin cobrar ni un euro para desarrollar Medtep, pero no expresa temor ante un posible fracaso de su primer proyecto emprendedor. A su edad –nació en 1985–, Suñol aún puede vivir en casa de sus padres, gracias a lo cual tiene pocos gastos. Su intención es que el proyecto triunfe y que acabe dándole beneficios, pero, si no es así, considera que no será dramático.

Esta mentalidad, muy propia de Silicon Valley –la Meca del emprendimiento–, contrasta con el modo de ser tradicional del empresariado catalán, a menudo temeroso. La empresa catalana de toda la vida prefiere ser más conservadora: no le gusta *arriesgarse* a salir a bolsa para no perder el control de la compañía o *exponerse* a los medios de comunicación.

Cataluña tiene decenas de grandes empresas desconocidas para la mayoría de los ciudadanos. ¿Saben que aquí tenemos una de las líderes mundiales en producción de acero? La empresa se llama Celsa, pero lo más probable es que no hayan oído nunca hablar de ella. Y como esta, muchas más. Son los llamados *campeones ocultos*. Es posible que la escasa reputación que tiene en Cataluña la figura



Fotos: Fabiola Llanos

del empresario esté relacionada con esta tendencia al camuflaje, como si tuviesen algo por esconder.

Aunque es cierto que el emprendimiento está viviendo un pequeño *boom* en Cataluña debido a la crisis, no es un fenómeno estrictamente nuevo. De hecho, los *campeones ocultos* que mencionábamos fueron impulsados por emprendedores hace ya décadas. Ahora, simplemente, está rebrotando algo que ya había existido. Pero incluso en los años de *boom* económico, cuando mandaba el dinero fácil y las ganas de emprender se apaciguaron, hubo catalanes que crearon empresas innovadoras que a día de hoy, cuando a todo el mundo le van mal las cosas, dan su fruto.

Es el caso de Scytl, empresa creada en 2001 que proporciona apoyo tecnológico para que los ciudadanos puedan votar electrónicamente. El pasado mes de noviembre protagonizó su proyecto más ambicioso: gestionar el voto electrónico en Estados Unidos, la primera potencia mundial. La empresa fue creada por el ingeniero informático Andreu Riera, ya desaparecido, y ahora el encargado de dirigir la compañía es Pere Vallès, que ya tomó las riendas de la empresa en vida de Riera. Scytl facturó 14,5 millones de euros en 2011 y tiene una cuota de mercado mundial del 80%. Hay muchos países que no permiten el voto electrónico (España, sin ir más lejos) y, por lo tanto, se trata de un sector que aún está verde. Pero Scytl, que se encarga de encriptar los votos para asegurar que son secretos y que se contabilizan correctamente, está mejor preparada que nadie en el mundo para liderar una nueva manera de votar que

impida, por ejemplo, que un catalán residente en Nueva York se quede sin poder participar en las elecciones de su país, como pasó en los comicios del 25 de noviembre.

Aparte de los lógicos obstáculos que la crisis plantea a las empresas, el mundo emprendedor catalán debe solucionar otro problema específico: la falta de mujeres. Las empresas han sido tradicionalmente un ámbito muy masculino, especialmente entre sus cúpulas dirigentes. El fenómeno se acentúa en las *start-ups*, las nuevas empresas tecnológicas. En parte se explica por la poca atracción que sienten las mujeres por los estudios tecnológicos: solo un 3% de las mujeres que cursan estudios universitarios optan por carreras tecnológicas, frente al 13% de los hombres. En la incubadora de La Salle Technova, por ejemplo, solo uno de cada cinco emprendedores es del sexo femenino.

Ana Izquierdo, creadora de dos *start-ups* y del fondo de inversión Inveready, es una de las personas que en Barcelona están intentando incrementar la participación femenina en nuevas empresas tecnológicas. Ha creado el foro Ellas 2.0, una plataforma que persigue este objetivo promocionando a empresas lideradas por mujeres y creando sesiones mensuales de *networking* en el bar Velódromo. Los encuentros que organiza sirven para que las emprendedoras creen red y “vean que no están solas”, lo que les genera confianza en sí mismas. Izquierdo está convencida de que “hay que dar visibilidad a las emprendedoras de éxito” para que otras mujeres se inspiren en ellas y quieran seguir sus pasos. ■

El primero por la izquierda es Jacob Suñol, uno de los creadores de Medtep, plataforma tecnológica para almacenar los datos sanitarios de los pacientes.

En el centro, Ana Izquierdo, creadora de dos *start-ups* y del fondo de inversión Inveready, promueve la participación femenina en la creación de nuevas empresas tecnológicas.

A la derecha, Pere Vallès, responsable de Scytl, que gestionó el voto electrónico en las últimas elecciones de Estados Unidos.



© Ana Yael Zareceansky

Ko Tazawa

Catalanófilo, profesor universitario y traductor

Tres encuentros, y en espera del cuarto

Ko Tazawa vino por primera vez a Barcelona en el año 1978, enviado por su banco para que aprendiera castellano. Su contacto con la sociedad catalana le llevaría a convertirse en un enamorado del país, de su cultura y de su lengua. Y aún volvería dos veces más, la última de ellas en 1993, con su mujer y sus dos hijos, para doctorarse en Filología Catalana.

Soy japonés. Tengo 59 años. Vivo en Kobe, Japón. Soy profesor universitario y catalanófilo. Me dedico principalmente a traducir obras catalanas al japonés y viceversa, y a escribir libros para presentar la cultura catalana al pueblo japonés y viceversa. Ya hace más de treinta años que me relaciono con Barcelona. Pese a estas condiciones, quizás no soy la persona más indicada para escribir un artículo sobre cómo se ve Barcelona desde Japón. Me explicaré. Para hacerlo tendría que haber cierta distancia entre esta ciudad y yo. Es cierto que vivo en Japón físicamente, pero emocionalmente hay menos distancia entre Barcelona y yo que entre Tokio (que está a unos 600 km de Kobe) y yo. Lo que expondré a continuación será, por lo tanto, una visión muy personal de la ciudad...

Me he encontrado con tres Barcelonas diferentes en tres momentos cruciales de mi vida.

El primer encuentro se produjo hacia el año 1978. Entonces trabajaba en un banco japonés. Me enviaron a Barcelona para que aprendiera castellano (!). La Barcelona de antes de los Juegos Olímpicos era una ciudad oscura, en una palabra. Quizás esta impresión la causó mi estado de ánimo, mi angustia, porque tenía que aprender el castellano, idioma que no había estudiado nunca, y empezar a trabajar al cabo de medio año en una oficina de Madrid.

Era la época del referéndum del Estatuto de Autonomía de Cataluña. En las calles se veía y se oía mucho el catalán. No solo eso. Los nombres de las calles se cambiaban del castellano al catalán de un día para otro. A veces se pegaba el papel con el nombre catalán de la calle encima del mármol en el que estaba el nombre antiguo. Estas escenas

me fascinaron. “¡Aquí se puede observar de cerca lo estrechas que son las relaciones entre la lengua y la sociedad!”, pensé. Aquella experiencia me cambió el rumbo de la vida, porque me hizo darme cuenta de que lo que realmente me interesaba no era el trabajo del banco, sino las lenguas.

La intención del banco de tener a un empleado más con conocimiento del castellano fracasó, porque al cabo de un año de volver a Japón dejé de trabajar en él. Accedí al curso de posgraduado de una universidad. El tema de estudio lo tenía muy claro: sociolingüística catalana.

El segundo contacto con Barcelona se produjo cuando ya tenía un cierto conocimiento del catalán. Lo había estudiado con libros y casetes, pero no había estado nunca en Cataluña hablándolo. Estaba suscrito al diario *Avui* y leía con mucho interés “A la vora de...”, de Josep Maria Espinàs. Un día se me ocurrió escribirle y pedirle su colaboración para tener la oportunidad de vivir con una familia barcelonesa, y así entrar en contacto directo con el catalán. La verdad es que no esperaba que me contestase, un escritor tan importante. Efectivamente, pasaron una semana, dos semanas... nada. Sin embargo, cuando abrí el periódico del día 13 de marzo del 1990, vi mi nombre en su artículo. Y no solo mi nombre, sino que también estaba reproducida mi carta entera. El señor Espinàs les pedía a los lectores que me permitieran estar en su casa. Después de unos días me llegaron una veintena de cartas ofreciéndome casa. ¡Incluso había una del propietario de un restaurante que me invitaba a comer en su establecimiento todos los días!

Me costó muchísimo elegir. Al final me decidí por la casa más céntrica de la calle de Pau Claris. La familia que me



© Ko Tazawa

alojó era una familia muy catalana de clase media. La señora de la casa cocinaba superbién. Se esforzaba mucho por ofrecerme la variedad más amplia de la cocina casera catalana: albóndigas, macarrones, canalones, arroz, crema catalana... El señor era un empresario con un criterio moral típico de la burguesía catalana, en el mejor sentido de la palabra: amor al trabajo bien hecho, amor a la familia y amor a Dios. Mi estancia duró unos quince días. Fue muy corta pero muy fructífera. Pude conocer mejor la lengua, la cultura y a la gente de Cataluña. Barcelona ya no me parecía tan oscura como antes. Y hubo un *subproducto* de este encuentro: Josep Maria Espinàs me propuso escribir un libro sobre mi



trayectoria relacionada con Cataluña. El resultado es *Catalunya i un japonès* (La Campana), que se convirtió, para mi sorpresa, en un pequeño *best seller*.

El tercer encuentro tuvo lugar hacia 1993. Había empezado a enseñar castellano en una Universidad de Osaka. Ya estaba casado y teníamos dos hijos. La vida nos iba bastante bien, pero sentía la necesidad de conocer Cataluña aún mejor. Consideré que tendría que ir a hacer el doctorado a Barcelona. Y ello me supondría renunciar a mi trabajo en la universidad. No había sido nada fácil obtenerlo, y si lo dejaba no había ninguna garantía de poder recuperarlo.

Ya había arriesgado la estabilidad de mi vida cuando había dejado de trabajar en el banco. Entonces mi mujer había sido muy comprensiva. Pero esta vez la situación era muy diferente, con dos hijos de seis y tres años. Sabía, no obstante, que mis estudios catalanísticos no tendrían futuro sin moverme de donde estaba. Finalmente hablé de ello con mi esposa y dijo que sí. La decisión no le debió de resultar nada fácil. Aún hoy se lo sigo agradeciendo.

Destino: ¡Barcelona! Los cuatro nos lanzamos a la nueva aventura. Era un reto para mí, claro está. Pero también lo era para mis hijos, Yu y Kei. Ninguno de ellos sabía nada de catalán ni de castellano. Llevarlos con nosotros significaba apartarlos de un ambiente totalmente japonés para introducirlos en otro nuevo, el catalán. Yu, al principio, en la escuela, no sabía ni preguntar dónde estaba el lavabo, y cuando tenía necesidad seguía a algún compañero que pareciera que fuera a ir. Kei lloraba cada mañana cuando se quedaba con la señorita del parvulario. El pobrecillo no debía de entender por qué la gente que le rodeaba no tenía ojos oblicuos ni hablaba una lengua comprensible. Pero al cabo de medio año los dos ya sabían defenderse en catalán a su manera. Mi esposa, que ya sabía castellano, también hizo muchos esfuerzos para aprender catalán.

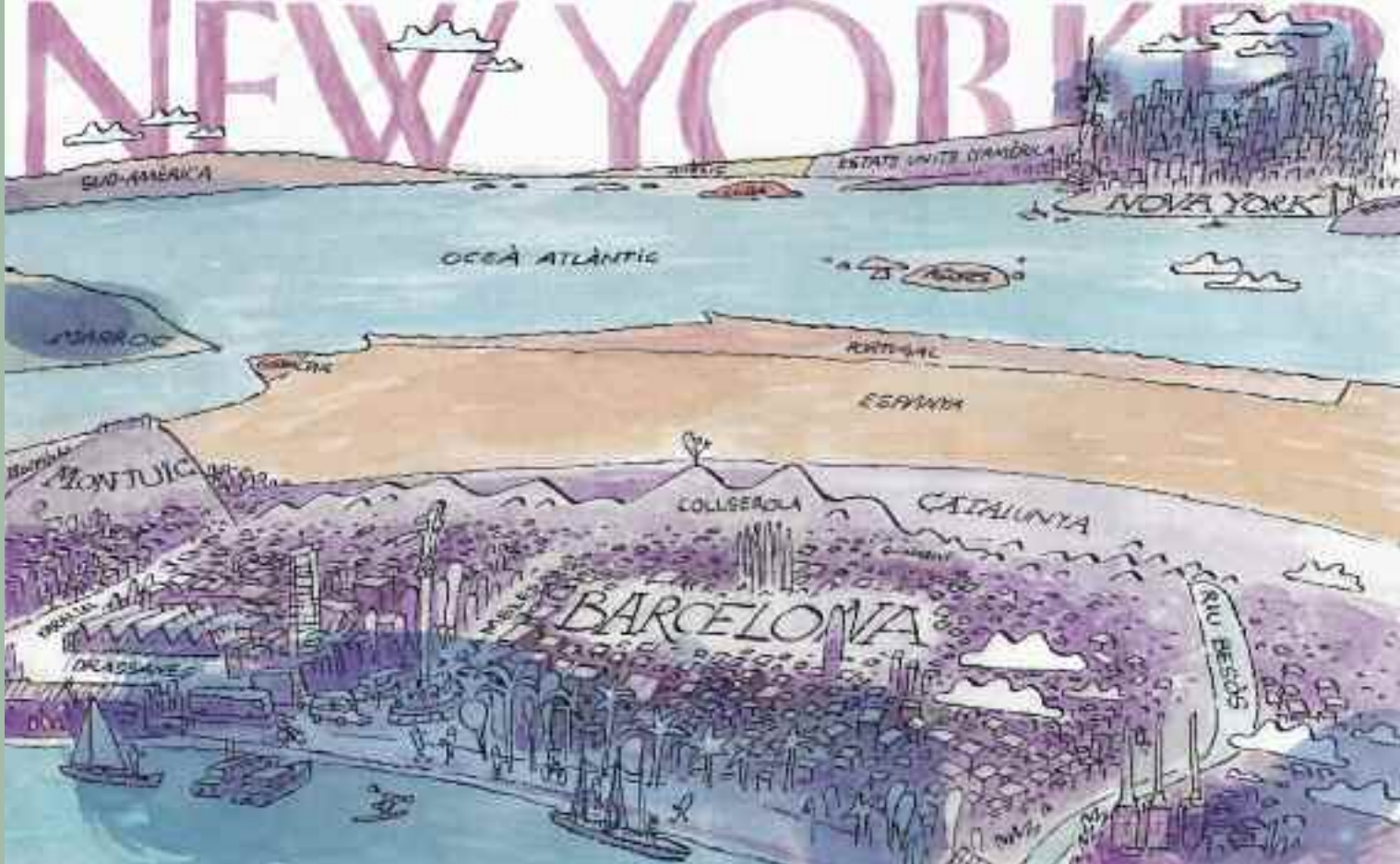
La existencia de nuestros hijos nos proporcionó oportunidades extra para ampliar nuestro radio de actividades. Trabajamos amistad con los padres de muchos de sus compañeros. En Barcelona, a diferencia de lo que sucede en Japón, es habitual que la gente te invite a su casa para que los niños jueguen. Eso ayuda mucho a romper el hielo. Si tu hijo te dice que quiere ir a jugar con un amigo, tienes que relacionarte con sus padres aunque no les conozcas bien.

Gracias a la colaboración de mi esposa y de mis hijos, la estancia de tres años en Barcelona resultó todo un éxito. Pude obtener el título de doctor en Filología Catalana en la Universitat de Barcelona. Pero, principalmente, todos nosotros tuvimos unas experiencias preciosas. Si Barcelona me parecía más luminosa que antes, no debía de ser solo por la campaña de "*Barcelona, posa't guapa*".

Nuestros hijos aún conservan amistades de entonces. Y nosotros mismos tenemos más amigos en Cataluña que en Japón. Mi mujer dice que se encuentra más a gusto en Cataluña porque la gente dice lo que realmente piensa y siente. En Japón, muy a menudo, tienes que adivinar qué esconden los demás tras sus palabras. Para mi esposa, que es una persona muy sencilla, esta costumbre es difícil de asumir.

¿Cuándo será nuestro cuarto encuentro con Barcelona? Nuestros hijos ya son independientes. Nos acercamos a la jubilación. Sería ideal que nuestra vida transcurriera entre Barcelona y Kobe, publicando yo traducciones y escritos. ■

En esta página, a la izquierda, el autor del artículo por la época de su segunda estancia en Barcelona, en el año 1990. Debajo, el libro que publicó en 1993 como fruto de aquel viaje y de su amistad con Josep Maria Espinàs.



© Oscar Julve

Jordi Graupera
Periodista

Bajo la lupa de 'The New Yorker'

El semanario *The New Yorker* se asocia a un periodismo antiguo, pausado, de artículos largos y minuciosamente documentados. Barcelona aparece en uno de cada veinte de los 4.100 números publicados por la revista desde 1925: dos veces al año de promedio, aunque durante la dictadura franquista apenas se menciona diez veces. Algunos de los textos más destacados, tomados en conjunto, ofrecen una clara visión de las fases por las que ha pasado la ciudad y de su relación con el país, y también de los pecados que aún no hemos expiado. Y en todos los artículos se puede encontrar nítidamente un patrón: cuando un barcelonés intenta andar erguido, los *newyorkers* lo miran como a un igual.

La capital del reportero literario

Las revistas publicadas en Nueva York son la ventana al mundo cosmopolita que las leyes y las costumbres norteamericanas quieren expresar. La presencia de Barcelona en *The New Yorker* empieza en 1935, con una descripción del carnaval que prefigura ya la sombra de la moral de posguerra, en fuerte contraste con la alegría de vivir de la Segunda República, aún vigente.

Fundado en 1925 con la intención de ser un semanario satírico y culto, *The New Yorker* enseguida se vendió muy bien. Representa con absoluta exactitud la relación de hermanastros que mantiene la capital cultural de Estados Unidos con su traspás: se quieren por la media sangre que comparten. A menudo parece que tengan que mantener encuentros incestuosos, pero se mantiene una distancia hecha de resentimiento.

Las revistas publicadas en Nueva York son la ventana al mundo cosmopolita que las leyes y las costumbres norteamericanas quieren expresar, y funcionan como un poderoso incentivo para los jóvenes artistas que sueñan con hacerse un lugar en el Olimpo literario de la lengua angloamericana y del arte en general. El periodismo es un instrumento de poder, explica con total transparencia las deudas que cada escritor tiene con su país y el precio que paga por el lugar que ocupa en el concierto de las naciones. Por eso las revistas americanas del siglo XX son portaaviones culturales. Pum-pum-pum, gran calibre.

The New Yorker se asocia a un periodismo antiguo, pausado, de artículos largos. Diez o veinte páginas sin perder las buenas formas, escritas con voluntad de apoderarse del lenguaje y las conversaciones, y minuciosamente documentadas: siempre hay anécdota y categoría. Es la capital del reportero literario, pagan bien. Miras a una ciudad potente, que se hace cargo de un país en pie, y enseguida ves el calibre cultural y una casta de creadores con tiempo para escribir y margen para jugársela.

La tristeza de un carnaval

Si escribes la palabra "Barcelona" en el buscador de la hemeroteca de *The New Yorker* aparecen 223 resultados. Desde 1925 se han publicado 4.100 números de la revista, lo que significa que Barcelona aparece en uno de cada veinte, dos veces al año. Pero ese es el promedio, ya que durante la dictadura franquista apenas hay diez menciones. La primera referencia a la ciudad es un breve articulito de 1935, en la sección "Talk of the Town", que es el popurrí de curiosidades que se supone que circulan por las conversaciones locales. Se titula "How sad" (Qué triste) y reproduce la carta de un barcelonés que había vivido en Nueva York en la que describe una *parade* de carrozas de carnaval en el paseo de Gràcia. Y acaba:

"En la calle, centenares de personas disfrazadas casi exclusivamente de Charlot o Gandhi pasean e intentan convencerse de que se lo pasan bien [...] Patrullas de la policía a caballo, fuertemente armadas, les recuerdan a todos las drásticas prohibiciones vigentes, como la de no llevar máscara ni banderolas de colores que puedan ofender la moral, los sentimientos políticos o los religiosos. Me apresuro hacia el American Bar." La imagen es elocuente: barceloneses disfrazados de Charlot y Gandhi, es decir, de payaso

o de pacifista (o, para decirlo elogiosamente, de antifascista o independentista), rodeados de patrullas armadas. Han pasado cinco meses desde el 6 de octubre y falta un año y medio para el estallido de la Guerra Civil. ¿Qué colores debe tener una banderola para ofender los sentimientos políticos? La reacción del cronista, que se precipita al American Bar, también es premonitoria: el hedonismo como salida a la tristeza, el cosmopolitismo de cóctel como ascetismo. Prefigura ya la sombra de la moral de posguerra y contrasta con la alegría de vivir y la agitación mítica de la República, aún legalmente vigente.

El resto de los artículos centrados en Barcelona son ya de reporteros a sueldo. Uno en 1944, dos en los años cincuenta y dos en los sesenta. A partir de la Transición,



© Pérez de Rozas / AFB

los artículos se multiplican y se vuelven más variados y concretos en sus temas: sobre todo pintura, danza, arquitectura y últimamente gastronomía y Woody Allen. Hay uno de 1992 que, aprovechando las Olimpiadas, pasa revista al catalanismo con detalles de lupa y poca visión de conjunto. Si lo colocamos junto a los cinco artículos que se publican centrados en Barcelona durante la dictadura, quedan explicadas las fases por las que ha pasado la ciudad y su relación con el país, así como los pecados que no hemos expiado. ■

Las primeras referencias a Barcelona aparecen en *The New Yorker* en un breve artículo dedicado a una rúa por el paseo de Gràcia, durante el carnaval de 1935. La imagen es del carnaval barcelonés del año siguiente: comparsa "El castillo de la torre de Jauja".



© Fox Photos / Getty Images

Año 1957: la calle de Pelai, descrita por la agencia fotográfica Fox como “una ajetreada calle de Barcelona, famosa ciudad española y capital de Cataluña”. Pocos años antes, todavía en plena posguerra, la escritora y crítica Marya Mannes destacaba en *The New Yorker* “el espíritu americano” de Barcelona, una ciudad enérgica, progresiva, culta y cosmopolita.

Lejos, muy lejos de Madrid

El texto publicado en 1944 por Marya Mannes es un artículo de guerra. Los aliados hace ya seis meses que han desembarcado en Normandía, y París ha sido liberada en agosto. La pregunta implícita es si cruzar los Pirineos con el ejército aliado es una empresa aconsejable.

El tema del artículo, publicado en forma de “Letter from Barcelona”, era candente: guardo en casa una portada de la revista *Time*, también de 1944, en la que se ve un mapa de la península con la cara de Franco sobreimpresa, y en ella se lee: “Franco de Iberia. Un avance contra él es un avance contra Hitler.”

Mannes pone en relación las virtudes y los defectos de los catalanes con los intereses americanos. El artículo no puede desprenderse de un aire de informe para el Departamento de Estado, hasta llevarlo al extremo: “Los catalanes de todas las facciones estarían en la primera oleada en una revuelta”, dice al final. Aunque hay un pero: no se sabe si son lo bastante serios. El párrafo de apertura ya deja claro que Barcelona es Cataluña, y Madrid es Franco, y a partir de aquí el resto del texto profundizará en la dicotomía:

“Barcelona está muy, muy lejos de Madrid. Barcelona es catalana y Madrid es castellana, y las montañas que separan Cataluña de Francia no son tan altas como la barrera invisible entre Cataluña y Castilla. Madrid es el pasado y Barcelona el futuro de la que fue una gran nación. Como todos los puertos, Barcelona es una ciudad natural, que ha crecido a partir de la geografía. Madrid es una ciudad artificial, una capital arbitraria.” La razón por la que Barcelona puede ser

“**El carácter de la Barcelona que retrata Mannes contrasta con el oscuro nacionalismo de la España central.**”

una aliada es la existencia de una nación detrás, una nación oprimida por los fascistas españoles –son los años dorados de los falangistas. El tema no podía serle extraño al lector que hubiera seguido la Guerra Mundial en la prensa americana. Los catalanes vistos como si fuesen franceses o austriacos dibujan un mapa de alianzas transparente, y una conclusión inevitable.

La Barcelona de Mannes parece Manhattan: museos de arte contemporáneo, muchas librerías, gente culta y liberal. El misticismo de Montserrat y la ligereza mediterránea “son una gran mezcla creativa”. El Liceu juega en la liga de La Scala y París, y el ballet ruso tiene aquí parada fija; Pau Casals, “el mejor violonchelista del mundo”, es catalán; e incluso hay un director de orquesta japonés que es un clásico del bar del Ritz, donde lee el *Daily Mail*. Los catalanes, dice, leen mucho, y puesto que casi todo está censurado, los libros de moda son una biografía de Churchill y un cómic de Mickey Mouse: ¡son de los nuestros! Los industriales son proamericanos, y todo el mundo trabaja más y está abierto al cambio y al progreso, no como en Madrid, donde viven del cuento y son cerrados.

Menciona la revista *Destino*, que “ha conseguido mantenerse proaliada” pese a Franco, y *La Codorniz* –“una revista apolítica y repleta de *cartoons* humorísticos”–, únicas excepciones a un periodismo plano y emocional, completamente entregado a la propaganda gubernamental. E incluso “las muchachas de Barcelona caminan seguras y libres, casi como las *American girls*.” Y concluye: “Barcelona tiene, en general, un espíritu americano; la energía, las ganas, la curiosidad y el sentido del humor contrastan con el oscuro y profundo nacionalismo de la España central.”

Después se centra en la situación de injusticia que sufre la ciudad y, con ella, el país. Da voz a la reivindicación catalanista por delante de la comunista o anarquista, lo que sugiere que quiere poner al público a favor de una intervención aliada en España, como la revista *Time*. Pero también plantea una cuestión más profunda: el futuro de Barcelona es Cataluña, y la potencia de la ciudad se sustenta en la cultura en sentido amplio, en su historia y en su ambición, más que en la ideología. ■

Caos, derrota y humillación

Los artículos de los años cincuenta muestran un país derrotado y vulgar, que solo se salva por el exotismo mediterráneo. Cristaliza el mito de la buena vida barcelonesa, sustentada en el desorden, el calor, la bohemia, la impuntualidad, el sexo y, en general, en un *carpe diem* relajado, embrutecido y sin cultura. Pero tras ello se detecta una tristeza, un silencio.

El reportaje de 1955 va firmado por Joseph Wechsberg, escritor, periodista y músico checo, conocido luchador antinazi desde los años treinta. Secretario parlamentario del partido judío checo y defensor de la causa sudeta, adoptó la ciudadanía norteamericana al comienzo de la Segunda Guerra Mundial, para volver a Europa en 1943 como corresponsal de guerra. Tras el conflicto trabajó para la Comisión de Crímenes de Guerra y escribió *The Murderers Among Us* (1967), libro en que desenmascaraba a ex oficiales nazis ocultos en Latinoamérica o desmemoriados en Berlín. No es para bromear.

El artículo de Wechsberg, sin embargo, no tiene nada que ver con el de Mannes. No es político, ni siquiera cultural en un sentido amplio. Es una caricatura muy entretenida del viaje de una compañía de ópera vienesa que estrena un Mozart y un Wagner en el Liceu. Vale la pena consignar la diferencia entre las definiciones de Barcelona que daba Mannes y la de Wechsberg, quien afirma: “Barcelona no es tan solo la segunda ciudad más grande de España, sino que también es la más ruidosa. La parte más ruidosa es el viejo Barri Gòtic, atravesado por la Rambla, la avenida más pintoresca de la ciudad.”

El resto del largo reportaje desarrolla esta idea. Si Mannes lo leyó, debía de pensar que el proceso “de nivelación” orquestado por el régimen –como consigna en su artículo de 1944– había alcanzado sus objetivos con un éxito notable. La ciudad culta y moderna, que participaba del progreso espiritual y material de Occidente, se ha transformado ahora en un antro de corruptelas y dejadez; la habitación del hotel parece la celda de un monje, y las cotorras y las conversaciones hasta altas horas de la madrugada en medio de la Rambla no dejan dormir a las *prime donne* y a los directores que intentan conciliar el sueño en las habitaciones nobles del Hotel Oriente.

Fanáticos del fútbol, los toros y la ópera

Los barceloneses son fanáticos del fútbol y de los toros; por lo que parece, además, son grandes amantes de la ópera, y aunque no asistan al Liceu comentan la jugada. Los cantantes, acostumbrados a Viena, echan de menos el hogar –el barítono está hasta las narices de comer pescado tres veces al día– y se constipan de tanta vida nocturna y tan poco descanso. No paran de quejarse: ¡qué país más incivilizado! La ciudad es nocturna: las tiendas cierran pasada la medianoche y no abren hasta el mediodía siguiente; los espectáculos empiezan a las diez de la noche, sin apenas público en la sala, que se va llenando poco a poco; los descansos son largos para permitir largas conversaciones y que las muchachas luzcan sus coloridos vestidos; y los técnicos y los figurantes, una vez acabada la función, pasadas las dos de la madrugada, aún salen de copas hasta las seis. Los bomberos, a su vez, se pasan la función fumando entre bastidores.

“Siempre son cooperativos, y jamás se irritan. Debe de ser el pescado fresco que comen”, dice el director de la compañía. Nadie diría que solo han pasado once años desde el artículo anterior.

El cuadro estético debía de parecerle muy exótico al lector de *The New Yorker*, y Wechsberg seguramente jugaba a exagerar, pero el resumen moral era que ni había país ni normas elementales. Bajo la costra del régimen, sin embargo, emergía una fuerza que escapaba hacia el hedonismo. No había espíritu combativo, pero sí un buen espíritu, alegre y bohemio, un poco como de siglo XIX, popular y pringoso.

De hecho, al volver a Viena, después de un éxito brillante y exquisitamente nórdico, los cantantes que tanto se quejaban echan de menos el calor de los barceloneses y la impudicia de sus *girls*. Es la Barcelona española y la España africana. Sol, sexo y vino. Los Pirineos son ya frontera. El hecho de que a un judío sudete, histórico combatiente, le pase Barcelona por delante y no vea nada más indica el estado de total descomposición de la ciudad, pero también un cambio en los intereses de los lectores y de los gobernantes norteamericanos. El artículo está rodeado de anuncios de trajes de baño para señoras y de whisky para señores. En esta época el precio de la entrada más cara del Liceu vale como ocho números de *The New Yorker*; el gobierno americano ya tiene cuatro bases en la península; España está en proceso de incorporación internacional –Unesco, ONU, pacto preferencial con la CEE– gracias a la guerra fría, y estamos a cuatro años de la intervención del FMI y a punto de empezar el gobierno de los tecnócratas del Opus. El país y la ciudad han tocado fondo y aún no ha llegado la recuperación.

© Pérez de Rozas / AFB



Salida de una función de gala del Liceu, en noviembre de 1958. Joseph Wechsberg aseguraba en su artículo de 1955 que los barceloneses eran fanáticos del fútbol, los toros y la ópera, y aunque la mayoría no iban al Liceu, eran capaces de comentar las novedades.

El artículo del año 1956 también lo muestra. Es una extraña pieza de Frederick L. Keefe, guionista de Hollywood, sobre un viaje en coche de Madrid a Barcelona. No hay documentación, ni ninguna intención política o ideológica. Es todo descripción. Keefe va en coche y a la altura de Medinaceli recoge a un historiador catalán formado en Cambridge, con cara de pasar hambre. Después de criticar la estupidez del franquismo a lo largo del trayecto, el historiador acaba vitoreando a la comitiva de Franco ante unos guardias civiles en una escena que recuerda a *Bienvenido, Mister Marshall*. En una descripción que te llena de pena, Keefe explica cómo el historiador pasa el resto del viaje en una actitud taciturna e incómoda. Finalmente, cuando Keefe, muy educadamente, le pregunta qué le sucede, el historiador se disculpa por su incoherencia. Acomplejado ante el americano, solo sabe justificarse con una frase que para el licenciado de Cambridge debía significar una humillación: "En España a menudo tienes que pensar de un modo y actuar de otro. ¿Sabes a qué me refiero?" El cuadro de los años cincuenta queda, por tanto, completado: caos colectivo, derrota cultural y humillación intelectual: provincianos, cobardes y supervivientes.

Recuperación y acomodamiento mental

Los dos artículos de los años 1961 y 1963, en cambio, muestran que el país ha reaparecido. Los firma un escritor americano de origen escocés, Alastair Reid. Como en 1944, son un compendio documentadísimo de tópicos catalanistas, culturales y políticos, y muestran claramente que Barcelona depende de la fuerza del país, y viceversa. Cuanto más catalana es Barcelona, cuanto más profundiza en las posibilidades de su historia, más cosmopolita es, más moderna, más europea; y más comprensible para el lector. El artículo de 1961, también titulado "Letter from Barcelona", ocupa

cuarenta páginas y es el reportaje central. Reid dice que Barcelona ha tenido dos historias diferentes: una larga y gloriosa que empieza con su fundación, puerto marítimo comercial y estratégico desde los romanos, capital de una de las grandes naciones del Mediterráneo, independiente de espíritu, industriosa y valiente; y la otra, una historia corta y brutal que empieza con la industrialización. Sobre esta base histórica describe la realidad de los sesenta, económicamente deprimida y culturalmente "castrada". Pero se adivinan movimientos; todo respira de nuevo y permite ver en ello al país.

La España de los sesenta es fruto del crecimiento económico puesto en marcha gracias al crecimiento de Europa, la ayuda norteamericana y el Plan de Estabilización de 1959. Si el artículo del año 1961 mostraba un país pobre pero vivo, sometido al shock de las reformas de 1959, el del año 1963 muestra que las reformas han funcionado. Esto desemboca en un acomodamiento mental que acepta la fortaleza histórica del franquismo y en una entrega absoluta al mito del *milagro español*. Fraga es el publicista de la apertura del régimen y el candidato más plausible a la sucesión del viejo dictador. En el otro platillo de la balanza está una minuciosa descripción del estado mental de los supervivientes de la guerra, que viven entre pesadillas, angustias y silencios.

Pero de todas las explicaciones que Reid da, el catalanismo acaba siendo su tabla de salvación. Reid nos mira con simpatía y se lamenta del fracaso del Estado catalán "una tragedia dentro de una tragedia", pero a la vez no se abstiene de hacer ver que políticamente es un movimiento muerto. A principios de siglo, dice, el separatismo lo tenía todo para ser un movimiento serio: cultura propia, economía e ideas políticas modernas, pero ahora es solo un cadáver que nadie reclama, ignorado en una nevera de la morgue. Como le parece que el país tiene condiciones para ser, intuye que la única respuesta al hecho de que no haya llegado a nada debe ser antropológica. Sobre la manera de vivir barcelonesa edifica un discurso que ya será definitivo: la buena vida del sur hace que los españoles no sepan siquiera qué es la más elemental responsabilidad política. Y los catalanes viven atrapados entre el régimen de un pequeño militar sádico con voz de mujer repelente y los límites mentales de su sensualidad, lo que explica la falta total de disciplina, las explosiones de ímpetu que nunca llegan a nada, el pragmatismo económico y una endémica preferencia por la congelación del instante presente, en una eterna perplejidad de sol y gozo interior, antes que la velocidad y el coste del futuro. El precio del anarquismo moral es esta vida sometida, y esta derrota permanente, que sólo se debe poder aguantar por una disposición metafísica del carácter.

Eso no significa que no se le escape cierto optimismo, como si detectase un latido. Barcelona le desconcierta porque, pese a la voz moderna y a punto para lo que sea, culta y con cuerpo, ni las elites ni el pueblo tienen ninguna musculatura o determinación para hacerlo real, más allá de una gana retórica. Dos veces usa la palabra "castrados". El artículo daría para una tesis doctoral, y demuestra que para entender a Cataluña y Barcelona, y para explicarla, no queda más remedio que recurrir a la psicología y colocarla en un contexto histórico de siglos. ■

Las bandurrias y las guitarras de la tuna universitaria amenizan la inauguración de los nuevos locales del Ministerio de Información y Turismo en Barcelona, el 20 de mayo de 1957. En el centro de los músicos, Manuel Fraga, titular del ministerio.

© Pérez de Rozas / AFB



1992 y el cenagal posmoderno

Con motivo de los Juegos Olímpicos, la revista vuelve a publicar un reportaje central dedicado a Cataluña. Barcelona aparece en él anclada en el consumismo, como paradigma de la sociedad tardocapitalista del bienestar. La ley de poner el contador de la memoria a cero da sus frutos, pero ficción y realidad acaban confundándose.

Pasada la Transición, los artículos se multiplican y se dispersan en cuanto a los temas hasta el año 1992, cuando, con la excusa de las Olimpiadas, la revista vuelve a publicar un reportaje central, esta vez titulado "Catalonia", firmado por una de sus plumas más conocidas, William Finnegan. Es un prodigio de periodismo anglosajón, por el detalle, por la profesionalidad y por la agudeza del diagnóstico. Barcelona aparece en él como un cenagal posmoderno, anclado en el consumismo, paradigma de la sociedad tardocapitalista del bienestar. Las ideologías se han diluido a base de televisores de muchas pulgadas y la economía de los servicios. El catalanismo aparece como una corriente de fondo, burguesa y conservadora, que ha tomado la forma blanda del "cosmopolitismo socialista" de Maragall, de quien dice que es un hombre que se siente cómodo con los equilibrios impuros de la política contemporánea.

Los catalanes y especialmente los barceloneses sentimos una punzada cuando pensamos en el año 1992. Es a partir de los Juegos cuando los barceloneses descubren un nuevo orgullo y lo pasean por el mundo sin vergüenza. Ver la reacción que los extranjeros tienen cuando dices que eres de Barcelona hace evidente que sacar pecho está más que justificado; pero, en paralelo, el barcelonés puede parecer un jactancioso enamorado de sí mismo. Exageramos nuestro amor propio porque es el único amor que tenemos. Y miramos a los clientes como a amantes. Mi hermana, cuando vivía en Londres, recibió una lección al respecto. Un holandés le preguntó de dónde era, y ella contestó que "de la mejor ciudad del mundo". "De Barcelona," dijo el holandés. "Sí, ¿cómo lo sabes?", inquirió mi hermana. "Solo una persona de Barcelona diría algo así", respondió el otro.

Históricamente, los Juegos son un punto de inflexión. La ciudad se libera de algunas deficiencias obvias y construye. Se descongelan los sesenta. El mundo se enamora de ella con la codicia de los turistas termita. El artículo de 1992 es bueno precisamente porque es capaz de ver más allá del cartón piedra y describe con precisión de taxonomista el estado psicológico de un país que ha decidido concentrarse en ser una industria de servicios aprovechando su geografía. El aviso que daba Reid en el artículo de 1961 sobre la tendencia a vivir del sol encuentra una réplica perfecta en el artículo de Finnegan de 1992. En 1963 Reid citaba a un economista español que, interrogado sobre la *industria* turística, hablaba directamente de la prostitución del país. Y un mecánico le decía: "Hace cinco años, si hubiera sido necesario, hubiera quemado a mi abuela; ahora solo quiero



© AFB

Vista aérea del litoral durante la construcción de la Vila Olímpica, en una imagen tomada el mes de septiembre de 1987.

trabajar." En perfecta continuidad, en el artículo de 1992, Finnegan explica la evolución ideológica de un alcalde periférico, el de Castelldefels, que de ser comunista y representar a la inmigración obrera pasa a aprovechar la construcción del canal olímpico para repensar la ciudad como un centro de acogida de hedonistas. Sus votantes, dice, ya no son obreros, son técnicos.

La amnesia como paradigma cultural

La generación que hace las cosas en 1992, educada en el tardofranquismo, impone el paradigma cultural de la amnesia y contiene los traumas con ansiolíticos. Es un cémitic psicotrópico, y todo el mundo se siente responsable del éxito. Finnegan entrevista a Rubert de Ventós, quien alerta sobre el peligro global que representa el nacionalismo, y cita a Aristóteles para decir que para organizar bien una polis hay que tener el control sobre la amnesia colectiva. Pero también aparece un periodista local de Castelldefels que dice sentirse solo porque es un catalanoparlante en medio de una ciudad castellanoparlante.

La imagen que desprende el artículo combina el éxito económico que ha permitido convertir a los obreros inmigrantes españoles de la dictadura en una clase media propia de las democracias occidentales, con la disección de la estirpe cultural que supone la presencia y el número de estos "andaluces, murcianos y extremeños". En general, no obstante, la alquimia ha conseguido mantener el catalanismo en el centro de la política, que aparece como un sistema de protección mutua basado en equilibrios, no en la justicia o la dignidad. Es la seguridad y no la libertad. El ejemplo es un empresario que deambula por una recepción en el Palau de Pedralbes –"residencia de Franco en sus visitas a la ciudad"– en la que se evidencia que las elites catalanas son poca gente y se conocen todos. Pujol y Maragall han aparcado sus diferencias, y Samaranch gobierna la alegría y el consenso. El empresario en cuestión se pasea entre canapés y risas. Primero se hizo rico construyendo las viviendas con aluminos de los inmigrantes de los sesenta y ahora es uno de los grandes patronos del nuevo museo de arte contemporáneo de Barcelona. Alehop, todos caen de pie. Las elites castellanas han desaparecido del espacio de los focos, pero son una capa finísima que está encima de todo, y la burguesía catalana, antes industrial, ahora brinda por el éxito económico de la Barcelona turística e inmobiliaria.

Unos cuantos se enriquecen, y en general todo el mundo sale beneficiado materialmente de ello. Además, la ocasión

de ser el punto de fuga de todas las grandes televisiones del planeta activa las fuerzas vivas y muertas, de todos los bandos, para colar su verdad en una cuña. Pero sin alterar el tono moderado y complaciente. Incluso los críticos oficiales, como por ejemplo Vázquez Montalbán, han conseguido sacar provecho de ello, publicando artículos y novelas policíacas ambientadas en esta Barcelona nueva y desmemoriada. Y recibe en su casa de Collserola a las televisiones de todo el mundo. Es el portavoz de la inteligencia local. No sin ironía, Finnegan describe a Montalbán como un comunista democrático y un *gourmet*.

Es la época de la guerra de Bosnia y los contrastes entre Sarajevo y Barcelona están en la balanza de todo análisis y de toda emoción. También en el artículo, como era de esperar: se ven adolescentes repartiendo panfletos de *Freedom for Catalonia*, pero cuesta de creer que esta sociedad satisfecha y despreocupada esté oprimida. Calma absoluta entre gesticulaciones y fajos de billetes. La ley de poner el contador de la memoria a cero da sus frutos, pero se acaba confundiendo con la realidad: como si el país y la ciudad realmente hubieran empezado de cero veinte años antes. Y la ciudad hubiera aparecido por generación espontánea.

La ciudad y el país arrastrarán las consecuencias de este vacío hasta estallar en el presente, veinte años más tarde. La ciudad renace y a la vez queda destrozada. La ingenuidad y la bondad del *Amigos para siempre* nos dejará solos y desarmados; imagen y resumen del Fórum de las Culturas de 2004. La emergencia del *esplendor y la gloria de la Internacional Papanatas*.

Un caso aparte es Samaranch, a quien el artículo dedica mucho espacio. A cada entrevistado –político, profesor, periodista, ciudadano anónimo– Finnegan le pregunta por Samaranch y su pasado falangista. El retrato resultante tiene más punta que los obituarios que hace poco le escribieron, cargados de deudas. Fue más falangista de lo que le era necesario; aniquiló sus raíces catalanas; se dedicó al deporte, que es el instrumento de adoctrinamiento principal de los totalitarismos; siempre supo caer de pie; llegó a lo más alto del COI gracias al apoyo de las elites poco o nada democráticas de la antigua URSS, a quienes conoció como embajador en Moscú; se aferra al cargo con un estilo nada anglosajón, y es el principal artífice de la designación de Barcelona como sede de los Juegos. El rey le ha hecho marqués. A él y a los suyos ya les va bien la Barcelona olímpica. Y se le perdona el pasado porque el paradigma es la amnesia y porque, puestos a prostituirse, tener un chulo que sabe ponerte guapa y elegir buenos clientes es mejor que hacer la carretera. Claramente es un enemigo de los valores del lector de *The New Yorker*. Y Finnegan intenta entender cómo funciona un país que es capaz de perdonar un pasado fascista hasta el extremo de la gloria.

Catalanismo y banalidad

El catalanismo aparece como una fuerza desconcertada, pasada por el filtro de la banalidad posmoderna. El texto se hace eco de las críticas de la oposición convergente al alcalde del PSC de Castelldefels, y las ridiculiza por historicistas y demagógicas –“dudo que los antiguos obreros castellanos compren un discurso sobre Carlomagno”. No hay nobleza, pero sí la *pax* de la abundancia. Si alguna vez se

produce una gran crisis, dice Finnegan, puede emerger el tribalismo o un nacionalismo más consistente y violento. Por ahora, ni siquiera los Juegos Olímpicos muestran que las patrias sean relevantes: ni los bloques este-oeste ni las banderas; el presente son las marcas. Michael Jordan se opone a vestirse de Reebok porque es de Nike; y los jugadores cubanos de béisbol sueñan con contratos multimillonarios en la liga norteamericana.

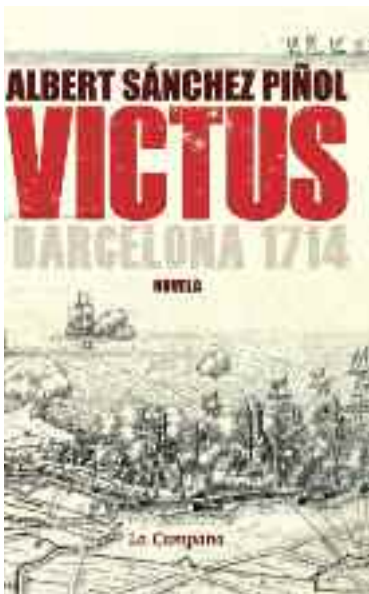
En conjunto se consolida la Barcelona gran anfitriona, moderadamente bohemia, alegre, bonita. Todo el mundo está tan cómodo que no hay ninguna necesidad de creer en nada demasiado seriamente. Los únicos descontentos son los que no han acabado de poder *meterle mano* con toda tranquilidad, y son pocos. El hecho de que no haya ninguna referencia histórica emparenta el artículo con los de los cincuenta, y es también un síntoma del desinterés del lector y de los aborígenes. Y de Finnegan, *for that matter*. El artículo hace de contexto perfecto para otros posteriores a la Transición: gastronomía, arte, viajes y poco más.

Tenemos, pues, la Barcelona aliada de los años cuarenta, la Barcelona africana de los cincuenta, la Barcelona *mito catalán y milagro español* de los sesenta y la Barcelona turística de los noventa. El resto de los artículos posteriores a la Transición despliegan el detalle de la cultura: sobre todo Picasso, Dalí y Gaudí, pero también Savall, Bolaño, Ferran Adrià y Portabella. Barcelona aparece como el continente de una tradición plástica importante, pero también como un destino turístico de primer orden.

Entusiasmo matizado

En los años ochenta las críticas son graníticamente elogiosas, pero a medida que avanzan los noventa y especialmente cuando se llega a la primera década del siglo, el entusiasmo se va matizando. El extremo es la crítica de una exposición del año 2007 en el Metropolitan de Nueva York titulada “Barcelona and Modernity: Gaudí to Dalí”. El autor, después de decir que las obras de Picasso, Dalí y Gaudí hacen que te den ganas de llamar a la agencia de viajes, acaba sobrecargado. El exceso de Picassos innecesarios y de autobombo hace presagiar que Barcelona debe de ser una ciudad jactanciosa, pagada de sí misma. Picasso, Dalí y Gaudí son genios, dice, pero al fin y al cabo todo el mundo ha de ser de algún lugar. Qué importa el lugar.

Cualquier mirada extranjera sobre una ciudad está viciada por los intereses que defiende. La revista *The New Yorker*, aunque sea de izquierdas y en algún momento se haya querido contracultural, es un arquetipo biempensante, que se permite el humor y la crítica, pero no la autodestrucción. Una ciudad, a ojos del lector de *The New Yorker*, ha de ser o un sujeto político –como Londres o París– o bien un objeto de consumo –como Bali. Cuanto más sujeto político quiere ser una ciudad, con más respeto se consume; y cuanto más insignificantes son sus ambiciones, más invita a la recalada de los piratas. Así, el único patrón que se puede encontrar nítidamente en todos los artículos es este: en cada contexto, cuando un barcelonés intenta andar erguido, los *newyorkers* lo miran como a un igual. ■



Esteve Plantada

Las razones de 'Victus'

Victus. Barcelona 1714
Albert Sánchez Piñol
La Campana Edicions
Barcelona, 2012
608 páginas

“He aquí la gran verdad que encierra esta historia: que la razón está en la sinrazón”, nos dice Martí Zuviría, el protagonista de *Victus*, en uno de los afilados diálogos que abundan en la última novela de Albert Sánchez Piñol, quizás la mejor definición de los argumentos de esta historia contundente. Sánchez Piñol diseña los acontecimientos con el estilo que hace de él un narrador terriblemente eficaz, con un discurso compacto, sólido y adictivo que logra provocarnos la convulsión a través de la viveza del espanto. Como ya pasó con una fuerza inusual en *La piel fría* (Edhasa, 2005), y como ya subrayó el ingenio sorprendente de *Pandora en el Congo* (Suma de letras, 2005), los hechos trascienden la ficción para instalarse en el corazón de nuestros propios miedos, nuevamente a través del recurso del acoso y la defensa. En esta ocasión, sin embargo, la trama nos remite, sin poderlo evitar, a los acontecimientos del presente. El horror que proviene de 1714, y que provenía aún de más allá, hoy impacta en nosotros con una intensidad que estremece.

Con todo, uno de los argumentos que carga de razones a *Victus* es que trasciende el hecho nacional sin ningún tipo de indulgencia, con seiscientas páginas en las que queda claro que todo es fruto de la dimensión vulgar –y a la vez maravillosa– del hecho de existir y de querer ser, sin héroes y con una sinrazón exasperante que hace avanzar el curso de los hechos. Una novela que muestra el hundimiento

moral de un siglo que vive en la pugna entre el empirismo y el racionalismo, entre la luz y la oscuridad. La novela es una deliciosa ficción humanista que muestra las vergüenzas y la putrefacción de la razón, de los egoísmos, de las necesidades, de los instintos que acaban venciendo al intelectualismo y al raciocinio. En tal sentido, esta fabula sobre la caída de Barcelona está imbuida por el espíritu con el que John Locke supo iluminar los caminos del nuevo siglo: el mundo de Martí Zuviría como reflejo de lo que desconoce, como la Palabra que busca, insistente. Una sola palabra que contiene todo el conocimiento que antes ha sido negado y que será la verdadera razón que mueve al mundo. Enorme y brillante resultará este antihéroe, Zuvi Piernaslargas, pero aún más acertado será el contrapeso narrativo de la *horrenda* Waltraud, la escritora alemana que se convierte en el verdadero narrador de la historia. Afortunadamente, el resto de los personajes son, todos ellos, artefactos brillantes al servicio de una historia poliédrica y riquísima, lo que construye una novela con una ambiciosidad argumental que queda perfectamente camuflada en el engranaje minucioso de datos, fechas, preguntas, respuestas, tecnicismos y desgracias. Eso sin perder nunca la chispa de un ritmo endiabladamente adictivo.

Dividida en tres partes, *Victus* se convierte en un manual de aquella gran y primera guerra mundial, pero también se convierte en un homenaje

fiel a la forma clásica de narrar. Tres actos perfectamente marcados por tres partes generosas y pulcras, con una primera de presentación brillante en la que vemos la formación del personaje central, Zuviría; un mentor brillante, Vauban; el descubrimiento del amor, Jeanne, y el posicionamiento de los antagonistas del relato. Una segunda parte de transición hacia el clímax del desastre, en el que incluso creemos que la salvación es posible. Y un tercer acto con la decrepitud de unos tiempos de horror y de vergüenza. En este engranaje hay que destacar la voz del narrador, un prodigio de ausencia total de efectismo y sensiblería. *Victus* es así, contundente, necesaria y germinal. Es una novela catalana que no está escrita en catalán. Es una conquista de la normalidad de este país que dobliga el peso de una derrota de hace trescientos años con un futuro que empieza a escribirse. Es la conquista de un episodio que habíamos escondido en la memoria de las vergüenzas de la nación, es el espíritu que revive de una tradición literaria huérfana de épica.

Sánchez Piñol demuestra en *Victus*, una vez más, que domina la narratividad, la pulsión y los recursos magnéticos del relato. Demuestra, con la buena nota de siempre, que el estilo está vivo en la manera de interrogarnos, de acecharnos y de ofrecernos un entretenimiento que nos explica mucho más de lo que digerimos con un estilo mordaz, resolutivo y exento de atributos. ■



Jordi Llavina

El viaje en autobús

No hace muchos días me vi obligado a poner orden en cosas que se habían ido acumulando en casa durante los últimos veinte o treinta años. Quién sabe cuánto tiempo hacía que no me decidía a seleccionar con cierta severidad —es decir, con el ánimo de tirar antiguallas, objetos inservibles, trastos— qué salvaría de varios archivadores que la inercia del vivir había dejado crecer en lo alto de un armario. Siete archivadores, en concreto, llenos de todo tipo de papeles.

Abrí uno al azar. El polvo me hizo toser: eran suplementos de libros coleccionados sin orden ni concierto, a los que enseguida otorgué un destino inapelable: el contenedor de papel. El mismo que di a los dos archivadores que lo flanqueaban: uno que guardaba centenares de artículos recordados de cinco o seis periódicos durante los últimos años y otro con trabajos mecanografiados de la carrera. Todo iría directamente al contenedor azul. Solo en el último de los archivadores, cuando ya no me quedaban muchas esperanzas de rescatar algo que valiera la pena, cuando ya no contaba con amnistiar ningún papel que me permitiera escribir siquiera un artículo sobre todo lo que se traga el olvido sin consideración, encontré un fajo de cartas de 1986. Todas estaban escritas por la misma mano y llevaban el mismo remitente: M.M.V. Santuaris, 55. Barcelona.

No había código postal. No estaba escrito el nombre extendido de María: María Mora Vicente; al recuerdo le bastó con esas tres iniciales. Llevaba veintitantos años sin saber nada de ella. Hacía mucho que no pensaba en María.

Yo cogía el autobús 28 en la plaza Catalunya, frente a la librería Catalònia. Era la época en que empezaba a interesarme por la literatura y, por culpa de ese escaparate, rebosante de novedades que contemplaba con anhelo, más de una vez llegué tarde a la cita con mi chica, que solía esperarme en las gradas desiertas de la plaza Salvador Allende.

El 28 arrancaba en la plaza Catalunya y, subiendo por el paseo de Gràcia, enfilaba Gran de Gràcia. Recuerdo la tienda de un sastre, pero el nombre ahora se me borra de la memoria. Y antes veo la sombra de los árboles en los Jardins. Hacía muy poco que Salvador Espriu había fallecido en uno de los pisos que daban a ese espacio, mezcla de plaza y ramblita. La ciudad acababa de ser proclamada sede de los próximos Juegos Olímpicos; todo era euforia. Hasta coronar la plaza Lesseps, nuestro autobús se había visto sometido a paradas constantes: semáforos, coches parados en doble fila, la calle que se estrechaba. Pero al llegar a

Lesseps todo iba mucho mejor. Habían descendido los pasajeros de Gràcia y tan solo quedaban los que se dirigían a barrios extremos, allí donde la ciudad prácticamente perdía su nombre. Recuerdo muy bien la impresión que me producía dejar la Barcelona elegante y menestral para adentrarme, poco a poco, en una ciudad mucho más popular.

He tenido la tentación de volver a subir hasta el Carmel en ese autobús, que ya no sé si conserva el mismo número. De hecho he venido expresamente desde mi ciudad, he conducido los cuarenta y cinco kilómetros que me separan de Barcelona, he aparcado el coche en la plaza Urquinaona. Como el trayecto duraba unos cuarenta minutos, solía entretener la espera y la ansiedad de ver y abrazar a María leyendo un libro. Puedo afirmar, por ejemplo, que en dos o tres de aquellos viajes urbanos me ocupó la lectura de *Ferdidurke*, de Witold Gombrowicz. También seguí con delectación el relato de la intimidad de los personajes de *El bello verano*, de Cesare Pavese. El joven que toca la guitarra en un rincón, haciéndose el desentendido de las chicas, ese joven desgastado era yo mismo. Cuando enfilábamos la avenida del Hospital Militar ya sentía que habíamos realizado la parte más ingrata del recorrido. A partir de entonces ya no habría muchas más interrupciones. Pasado el puente de Vallcarca empezaba a sentir un cosquilleo en la tripa, como una comezón. ¿Estaría esperándome María? Había algunas bonitas villas de principios de siglo y, no mucho más arriba, unos bloques de pisos de finales de los sesenta, de color de hierro y de un cemento muy triste. La ciudad había cambiado como un calcetín. Las tiendas eran de barrio muy pobre y en los escaparates mostraban telas pasadas de moda y objetos que no habían visto la luz del diseño. Los bares tenían nombres castellanos, e incluso los carteles anunciadores eran patrocinados por empresas cerveceras que nada tenían que ver con las más conocidas del centro de la ciudad. Al final, en la última curva, aparecía la plaza con aquellas gradas grises, cuyos únicos colores y cuya única presencia eran los de María. Al verme sonreía y me saludaba con la mano. Esas calles no salían en ninguna guía, pero en ellas, durante unos años, me sentí como en casa.

No he comprado ningún billete de autobús para volver a visitar el Carmel veintimuchos años después. He preferido caminar en dirección contraria. He decidido que llegaré hasta la calle Marina y, desde allí, bajaré hasta la orilla del mar. La torre Agbar entonces no existía. ¡Cuántos edificios llegan a construirse en pocos años! Con María también habíamos paseado algún domingo por el puerto. Quién sabe dónde deben de estar, ahora, ese Carmel, ese puerto, esa María. Me cuesta reconocer la Barcelona de las nuevas instalaciones. Sé que durante una temporada, cuando ya no nos tratábamos, estuvo muy enferma. Me parece que fue al poco de las Olimpiadas, no lo sé con seguridad; me suena vagamente. Me suena haber pensado: todo el mundo, en Barcelona, desborda de pasión y alegría, menos ella, que debe de estar en cama. Hace demasiado tiempo de todo. Volví a pensar en ella hace unos años, cuando se produjo aquel enorme hundimiento en el Carmel, pero no la llamé. Siempre les toca padecer a los más desfavorecidos. Y yo he salido de la vida de algunas personas por la puerta de servicio. No sé, creo que jamás volveré a ese barrio. Me dolería no ser capaz ni de sentir tristeza. ■





www.bcn.cat/bcnmetropolis
<http://twitter.com/bcnmetropolis>



**Ajuntament
de Barcelona**

