

I AQUÍ

## L'agonia de la classe creativa cultural

CARLES CAPDEVILA | Actualitzada el 30/04/2015 19:16

---

L'ECONOMISTA Richard Florida va encunyar l'expressió *classe creativa* com una classe en expansió, un motor de la societat postindustrial. Scott Timberg descriu la seva agonía, sobretot la del sector cultural, al llibre *Culture crash: the killing of creative class*. El seu assaig té un punt de depriment per realista, i fa una descripció de com la crisi, els canvis socials i la tecnologia estan matant de gana els creadors culturals. Timbers és un periodista nord-americà especialitzat en arts, que ara col·labora a *The New York Times* i que ha patit en primera persona la pèrdua de llocs de treball a la premsa (era redactor de cultura a *Los Angeles Times*). I que ha anat veient amics seus -artistes, músics, pintors, llibreters- passant penúries econòmiques. No són només els llocs de treball directes, també els propers a aquests sectors, que facilitaven opcions per guanyar-se la vida a gent creativa: dependents de videoclubs o botigues de discos, per exemple. L'autor no té la pretensió d'escriure cap esquela, sinó més aviat d'alertar sobre el perill de la desaparició dels treballadors de la cultura. Sense classe mitjana no es pot garantir una democràcia veritable, i sense classe creativa no se'n pot garantir l'alimentació intel·lectual. Internet ha democratitzat l'accés a la cultura, però el pastís digital se'l reparteixen el de l' *smartphone*, el de l'ADSL, Google i companyia. Timberg fa un cant a un món que es preocupi i pagui per la cultura, en què no només els poetes llegeixin poesia, no només els músics vagin als concerts. Si en un mercat com el nord-americà el cant ja és tan desesperat, és fàcil deduir el perill afegit que té ser de la classe creativa cultural en llengua catalana.

