

2004

Het dilemma van de creatieve stad

De creatieve stad. Arjan Ederveen had het niet beter kunnen verzinnen. 'Creative cities' dan, dat klinkt al een heel stuk beter. Net zoals 'fantasy cities', of 'center cities' en 'edge cities' – concepten die vandaag over elkaar heen tuimelen en model moeten staan voor actuele varianten van culturele planologie. De Angelsaksische oorsprong van deze trendgevoelige termen verraadt een gelijksoortige oorsprong. Ze zijn namelijk ontsproten uit een even gevleugeld begrip, waarin globalisering en verstedelijking zijn samengebond: de 'global city'. In haar gelijknamige boek uit 2001 legt Saskia Sassen uit dat de postindustriële stad geleidelijk is opgenomen in een wereldeconomie. Dienstverlening en kapitaalstromen gaan de dynamiek van haar grootstedelijkheid bepalen. In die grootstedelijkheid spelen kunst en cultuur een uiterst belangrijke rol door zich duurzaam te verbinden met de economie.

Laaggeschoolde en industriële arbeid maken in de postmoderne stad plaats voor de kenniseconomie. Creativiteit is in dat verband een sleutelwoord geworden.

Sinds de jaren zestig hebben kunstenaars - veelal onbedoeld - in hun bestaanspraktijk een meerwaarde blootgelegd, die economisch kon worden vertaald. Kunstenaars huurden of kraakten oude pakhuizen in perifere stadsdelen of in het verlaten centrum om er ateliers en kunstenaarsinitiatieven van te maken. In dezelfde zones werden vervolgens galleries, restaurants, clubs en winkels geopend en werden de contouren van 'gentrification' voor het eerst zichtbaar. Nog verbaasd over hun eigen succes zagen kunstenaars en activisten toe hoe projectontwikkelaars, planologen en cultuurmakelaars de opwaardering van achtergestelde buurten door creatieve buitenstaanders tot beleidsimperatief wisten te verheffen. New York, Berlijn en Amsterdam bieden treffende voorbeelden van de wijze waarop krakers en kunstenaars vooruit liepen op een economische herstructurering van hun stad. In de 'global city' wordt de subculturele bestaanspraktijk geleidelijk getransformeerd in een design- en lifestylecultuur. Het gaat niet langer om eten, maar om 'cuisine'; niet om kleding, maar om persoonlijke stijl; niet om decoratie, maar om authentieke kunstwerken; niet om voorwerpen, maar om 'design'; niet om de massa, maar om individualiteit. De 'global city' draagt een nieuwe sociale esthetica uit.

Naast 'gentrification' en esthetisering noemt Sassen nog een bestanddeel van de 'global city': culturele buurtverlevendiging. Multicultureel samenleven oefent ook een geweldige invloed uit op maatschappelijke en economische processen. Cultureel verankerde vormen, kleuren, geluiden en geuren drukken een onuitwisbaar stempel op ons grootstedelijke leven. Deze vorm van stedelijke vernieuwing, zegt Sassen, past niet in conventionele opvattingen over herstructurering en zijn een levendig bewijs van de internationalisering van 'global cities'.

Het opwaarderen van achtergestelde stadsdelen, de esthetisering van het dagelijks leven en het intercultureel verlevendigen van buurten en wijken... Ach, het zou wellicht van kwader trouw getuigen indien we kunstenaars en krakers zouden aanmerken als de aartsvaders van de 'global city'. Maar dat dezelfde subculturele groepen de weg plaveiden voor projectontwikkelaars en lifestyle-entrepreneurs staat ook buiten kijf. En dit is nu juist het dilemma van de creatieve stad. Dat, om Sassen nog een keer te citeren, het vermogen van kunstenaars om meerwaarde te genereren, een winstgevende tactiek van de 'global city' bleek. Maar maakt dat gegeven de creatieve stad niet langer de moeite waard?

Hoe gaan hedendaagse kunstenaars en cultuurwerkers om met dit inzicht? Natuurlijk kunnen ze tijdig verkassen naar elders om hun kunstenaarsinitiatieven en experimentele laboratoria veilig te stellen of te vernieuwen. Zo trokken Amsterdamse kunstenaars naar Rotterdam of Antwerpen en denken Rotterdamse kunstenaars vandaag over een vertrek naar Eindhoven. Ze kunnen zich plooiën naar bestuurlijke nota's, om zich vervolgens te voegen in beleidscategorieën en als 'broedplaatsen' te hopen op een plaatsje in het culturele reservaat. Ook een omscholen tot culturele ondernemers en cultuurmakelaars behoort tot de mogelijkheden, om dan als producenten of bemiddelaars toe te treden tot de plaatselijke middenstand. Hier lijkt het creatieve vermogen doorgaans een halt te houden.

Het dilemma van de creatieve stad resulteert op politiek en maatschappelijk niveau vooralsnog in een armoedig debat. Voorstanders denken dat kunstenaars veelal talentloze navelstaarders zijn, die zich op kosten van de belastingbetaler verliezen in obscure autobiografische projecten. Liever zien ze 'design docks', galerie circuits, museumnachten en 'art fairs' en loven ze de kunstenaar die ten minste zijn eigen broek kan ophouden. Tegenstanders spreken van een trend naar commercialisering, entertainment en vermaak en beschouwen de creatieve stad als een uitvinding van marktfundamentalisten en kunsthaters. Liever zien ze kunstenaarsinitiatieven, vrijplaatsen en marginale festivalletjes en bewieroken ze de kunstenaar die het ideaal van de bohémien belichaamt. Ik vrees dat beide posities de hedendaagse kunst en de hedendaagse stad geen dienst bewijzen.

Gelukkig zijn er ook positieve uitzonderingen. Ik denk aan Locus 010 in Rotterdam en het samenwerkingsverband tussen Vivid & Punch in Birmingham. Beide initiatieven zijn, onafhankelijk van elkaar, een onderzoek gestart naar het fenomeen 'urban culture'. Locus 010 beoogt een Center For Urban Culture en Vivid & Punch werken eendrachtig samen in het project 'What Is Urban Culture?' Niet alleen het Engelstalige vocabulaire verraadt hun lotsverbondenheid met de 'global city'. Ook de marginale rol van autochtone kunstenaars en cultuurwerkers in 'urban culture', illustreert dat de creatieve stad de kunst- en cultuursector verrassende impulsen geeft en nieuwe perspectieven biedt.

Doorgaans uitgesloten van volwaardige deelname in het kunstcircuit of te trots om 'skills' door vooringenomen kunstcommissies te laten beoordelen; door te geloven dat het artistieke niveau afhankelijk is van onderlinge competitie en niet van uitverkiezing door een selecte kaste van curatoren; door de wil zelfstandig een boterham te kunnen verdienen in de culturele sector, zonder daarvoor ontelbare subsidieverzoeken in te dienen bij gezichtsloze bureaucraten, heeft 'urban culture' zich plotseling op de grootstedelijke kaart gezet met een vitaal programma, dat beter toegerust lijkt om te anticiperen op de dilemma's van de creatieve stad.

Sinds het kunstenaarsinitiatief Locus 010 gedwongen werd het gekraakte Hufgebouw aan de Hoogstraat in Rotterdam te verlaten, slaat ze terug met een ambitieus programma. Commerciële en artistieke activiteiten wisselen elkaar af en versterken elkaar. De nieuwe huisvesting moet een zaal voor optredens gaan krijgen, studio's, een restaurant, platen en boekenwinkels, maar ook een tentoonstellingsruimte, werkplaatsen, ateliers, gastverblijven en zelfs een opleiding voor 'urban culture & business'. De aloude 'dub plate cultuur', een uitvinding van de muzikscene op Jamaica, staat model voor de artistieke methode. Musici, deejays, geluidstechnici, kunstenaars en schrijvers die Locus 010 aandoen, worden contractueel verplicht workshops, clinics en gastlessen te verzorgen. Andersom wordt lokaal talent in de gelegenheid gesteld optredens en tentoonstellingen te verzorgen. Jong talent en gearriveerd talent worden met elkaar geconfronteerd,

waardoor artistieke competitie het niveau moet gaan verhogen. De scheiding tussen broedplaats en culturele instelling wordt daarmee afgebroken. Bovendien melden ook andere culturele instellingen zich bij Locus 010 aan, omdat ze denken dat huisvesting in zo'n Center For Urban Culture hun aspiraties en speurtocht naar talent zal versterken. Tijdschriften als *Passionate*, televisiemakers als Video 2000 en instellingen als Digital Playground hebben al toegezegd te willen verhuizen.

In de Rotterdamse zusterstad Birmingham proberen twee organisaties, Vivid & Punch, artistieke ontwikkelingen en 'urban' productontwikkeling samen te voegen. Vanuit motieven als sociale cohesie en maatschappelijke verantwoordelijkheid combineert Punch culturele activiteiten, productontwikkeling, marketing en educatie, door jongeren in contact te brengen met gearriveerde kunstenaars en musici en hen te begeleiden op hun weg in de wereld van muziek, kunst en lokale infrastructuur. Vivid is een soort laboratorium of instituut, dat zich bezig houdt met nieuwe media en mediakunst – een soort V2_Organisatie. Ze beschikt over tal van faciliteiten en heeft een 'guest house programme' waar nieuw talent kan rijpen en onderzoek kan verrichten. Het samenwerkingsprogramma dient niet louter voor onderzoek en presentatie, maar ook voor de ontwikkeling en marketing van nieuwe culturele producten en diensten. Op kleine schaal vinden we meer van deze initiatieven: van de 'Kef'-netwerken van jonge, creatieve Turken, die in Rotterdam een samenwerkingsverband met Video 2000 en Locus 010 zijn aangegaan, tot uit vooral Hindoestaanse jongeren ontsproten subculturele initiatieven als 'Cool Asia' in Rotterdam en 'Sutra Funk' in Amsterdam.

Locus 010, maar ook Vivid & Punch, zijn lichtjaren verwijderd van snobistische 'art fairs' en 'design docks', maar even ver van in zichzelf gekeerde kunstenaarsinitiatieven en broedplaatsen. Ze proberen artistieke vooruitgang te verbinden aan een culturele infrastructuur, en realiseren zich dat het succes van de eerste niet zonder het succes van de laatste kan.

De beweging van kunstenaars en krakers van het Amsterdam van eind jaren zeventig en de jaren tachtig, de erfenis waarop Amsterdam nog steeds nostalgisch terugblijkt, vertoont zeker parallellen met het 'urban culture' van nu. Ook daar gloorden de contouren van de 'global city' - zonder haar snobistische nasmaak - en werd de kloof tussen kunstproductie en culturele infrastructuur vaak opmerkelijk succesvol gedicht. 'Urban Culture' wil dat ook, maar weigert te verkassen naar achtergestelde buurten, naar steden met een lagere globaliseringsgraad of zich te plooiën naar cultuurnota's en subsidiecircuits.

Willen kunstenaarsinitiatieven en broedplaatsen opnieuw een rol van betekenis spelen, dan zullen ze ook culturele infrastructuur moeten willen worden en zich een stuk economie moeten toe-eigenen. Met andere woorden, een plek worden waar je ook wat kan kopen, eten en iets beleven. Een plek waar je kan werken en clinics kan volgen, maar ook een plek waar je geld kan verdienen en die kan wedijveren met Pathé-bioscopen, Paradiso of het Stedelijk Museum. Wie zou in zo'n stad niet willen wonen? Een stad die dan nog niet bereid is te investeren in je creativiteit verdient niet alleen een exodus van creatieve mensen, maar ook het predikaat provinciestad.