

Speech van Hedy 'd Ancona

Dames en heren. Schreeuwend en wandelend heeft de kunstwereld het afgelopen jaar laten zien hoe verontwaardigd ze was. En hoe vernederd ze zich voelde door de brute aanslag van de Haagse politiek. Zoveel en zo disproportioneel op het budget bezuinigen. Het schofferen van haar belangrijkste adviesorgaan. Het propageren van het ondernemerschap. Terwijl tegelijkertijd de BTW op entreekaarten en kunstwerken meer dan verdrievoudigd werd. Hier werd van overheidswegen gemanifesteerd, dat het om meer ging, dan om geld alleen.

Uit alles bleek een dedain voor kunst. Kunstenaars werden weggezet als verwerende subsidie slurpers wier producten overbodig zijn, dan wel dienen ter bevrediging van een elite. Van een linkse hobbyclub. En dat alles op de zak van de hardwerkende, gewone, Nederlandse belastingbetaler. Nu we een tijdje verder zijn, blijkt zo'n opstelling een soort aanzuigende werking te hebben. Je hoort en leest steeds vaker begrip voor Zijlstra's ingreep: het bed moest ook nodig eens worden opgeschud.

Voor Amsterdam, die creatieve stad, lijkt me die zogenaamd frisse wind, een overbodige afkoeling. Steim, het Schönberg Ensemble, Prensela Instituut, de Rijksacademie kunnen hier wellicht niet behouden blijven. En dat is een verlies. De toezegging van de staatssecretaris, dat hij de top wil sparen, is provocerend. Zoals onze wethouder terecht opmerkte. Waar Amsterdam het grootste deel daarvan betaalt. En dat zal dus ten koste gaan van andere instellingen. En dan is, behalve die bezuinigen, er nog de algemene financiële toestand. Die zware en nare consequenties heeft voor creatieven hier, in deze stad.

Laten we het dus eens hebben over de 'State of the Creative City', over Amsterdam. Welnu, beste aanwezigen. Noch het dichtkraaien van de geldkraan, noch de paranoïde opstelling ten opzichte van kunst, kan kunstenaars zelf de mond snoeren. Dwars door alles heen is er de onstuitbare behoefte om fantasieën gestalte te geven, om iets te realiseren dat moet worden gehoord, of gezien.

Voorbij de verontwaardiging, zien we nieuwe allianties ontstaan met onconventionele partners, zoals in de creatieve industrie. Die daardoor haar kracht als innovatiemotor kan aantonen. Er wordt geëxperimenteerd met alternatieve financieringsmodellen, die het nodig maken dat er een extra oriëntatie en een sterkere oriëntatie op het publiek plaatsvindt. We zien het begin van rafelranden in de stad doordat de onderbenutte infrastructuur wordt gebruikt voor pop-up ateliers, informele broedplaatsen en culturele buurtcentra. Het gewone leven wordt ingelijfd. Waardoor wijken prachtiger en mensen krachtiger worden. En de betrokken kunstenaars leveren daarbij niet hun artistieke autoriteit in, maar wel hun maatschappelijk isolement. Hun verbindingen met subculturen dienen er niet toe om wijkbewoners op te voeden, maar om hun leefwereld als inspiratiebron te gebruiken.

Crowdsourcing en crowdfunding, ze maken abstinenter tot deelnemers en mede-eigenaars. zoals bij de Straatkunstprijs, een transmediale campagne en publieksverkiezing van kunst in de openbare ruimte. Dat stimuleert het debat en creëert betrokkenheid. Het beeld wordt ons beeld. Of het Zina platform, Moes, dat samen met de bewoners van de volkstuinten Buikslotermeer, verhalen verzamelt voor een muziektheatervoorstelling, waarbij regisseur Adelheid Roosen samenwerkt met Paul Koek en zijn acteurs en muzikanten van de Veem-fabriek. Of, ook van Zina, de Wijksafari in Amsterdam West voor niet-bewoners. In Noord is de stichting Noorderparkkamer succesvol in het leggen van contacten tussen wijkbewoners via allerlei projecten. Een extra paviljoen, de Noorderparkbar, werd ontworpen en wordt uitgevoerd door SLA architecten, Overtreders West en Young Designers. Young Designers, die het koppelen van dit alles verrichten met sociale netwerken in Amsterdam Noord. Young Designers en Industry ontwierpen met jongeren in West een nieuwe kledinglijn. En hier, in de Zwijger, is er het zelfbouwcafé. Een maandelijks platform van zelfbouwers die samenwerken

met architecten en met de Gemeente. In Nieuw Sloten is er ACTA, het voormalig gebouw van tandheelkunde, waar studentenhuysvesting gecombineerd wordt met een creatieve broedplaats en bewoners en entrepreneur samen het bestuur vormen. Het zijn natuurlijk maar een paar voorbeelden van de creativiteit die deze stad herbergt.

Ze maken je directe leefomgeving leuker en ze maken telkens ook weer een soort verantwoordelijkheidsgevoel wakker om het leuk te houden.

Op andere terreinen zie je die inzet ook. Bij De Zoete Inval vervangen kunstenaars docenten die zijn uitgevallen. Het wordt je als stad in de schoot geworpen. Net zoals de Amsterdam promotie in China, via Salto. - ik ga het allemaal niet uitleggen, maar het is echt bizar als je het leest. Hoeveel miljoenen er via Salto daar te horen krijgen wat deze stad biedt - Of nu we het over media hebben, de spannende alliantie tussen Salto, AT5, het Parool, RTV Noord Holland en de AVRO.

Het is een fase, dames en heren, waarin de creatieven in deze stad dus tot verrassende coalities komen. Zoals het architectenbureau DUS met het toneelgezelschap de MUG. Of tot verkenning van nieuwe grenzen, zoals ook hier in de Zwijger, Indie Brands; jonge ontwerpers die hun onafhankelijkheid willen aantonen door voor hun eigen duurzame producten hun eigen markt te creëren.

Geldt eenzelfde onafhankelijkheid van de markt, van subsidies, van opdrachtgevers., ook waar het gaat om de politiek? De bestuurders van de Creative City? Kunnen die achterover leunen en het aantal verkochte entreebewijzen als legitimatie beschouwen om de kunst te ondersteunen? Of, nog onzinniger, verlangen dat alle kunst de community dient, de burgerzin stut, de cohesie vergroot? Manifesteren zij hun creativiteit door de mantra: 'horecabestemming' of 'evenement'? Nee. De State of the Creative City behoeft een Overheid die beseft dat, net als in de wetenschap, fundamentele kunst onontbeerlijk is. High culture, waarin onderzoek, experiment en vakmanschap, waardoor thema's worden doorgegeven aan de meer populaire en de toegepaste kunst. Zoals de opera dat deed naar de musical en de reclame. Een overheid die doorheeft dat je, voor de oplossing van urgente maatschappelijke vraagstukken, creatieven nodig hebt.

Hoe breiden we deze stad in, nu aan het uitbreiden een halt is toegeroepen? Hoe wonen, werken en verpozen zich bewoners van de creatieve stad? Waar er anders gewerkt wordt, de bevolking anders is en waar spaarzaam energiegebruik en duurzaamheid wellicht tot vrolijke uitdagingen worden gemaakt? Hoe positioneert de Creative City zich in een globaliserende wereld? Een overheid die niet alleen zelf een voorbeeld is als opdrachtgever, maar ook anderen daartoe uitdaagt, die ruimte creëert voor kweekvijvers en free zones. Die faciliteert waar innovatie daarom vraagt en die ook kleinschalige initiatieven verbindt en verankert. Kortom, een creatieve overheid die blijvend investeert, faciliteert en stimuleert in alles wat deze stad doet en zal blijven tintelen.