

Una 'Agenda' per transformar el país

El món es transforma a gran velocitat. Es fa més complex i imprevisible. Com podem veure en les darreres setmanes, tenim al davant reptes locals i globals de gran abast: culturals, socials, econòmics, tecnològics. I sovint mirem de fer-hi front amb vells instruments creats per a contextos més estables i previsibles, amb polítiques excessivament compartimentades i fent valer velles jerarquies. En el cas de Catalunya, a aquest context de complexitat hi hem d'afegir els reptes polítics que tenim entre mans.

Conscients de tot plegat, fa pocs dies la Plataforma Coneixement, Territori i Innovació (CTI) presentava públicament l'*Agenda per a la innovació i la competitivitat de Catalunya 2015-2020*. La Plataforma CTI la promou l'Associació Catalana d'Universitats Públiques (ACUP), en col·laboració amb l'Obra Social La Caixa, Foment del Treball Nacional i Pimec. Ara mateix, conformen la Plataforma CTI un grup de 23 organitzacions del país entre associacions empresarials, empreses, universitats i institucions. El seu objectiu: promoure el desenvolupament social i econòmic de Catalunya a partir del treball conjunt entre empreses, universitats i institucions públiques. L'*Agenda 2015-2020* vol esdevenir una eina troncal en la transformació de la societat i l'economia del país. Per fer de Catalunya un país intensiu en coneixement, talent i innovació. Per integrar les agendes social i de competitivitat. L'*Agenda 2015-2020* pretén situar la innovació al centre de les prioritats col·lectives i les polítiques públiques al

nostre país. Com diu el mateix document, els agents econòmics, socials, institucionals i acadèmics han d'internalitzar que la creació de valor i la innovació permanent formin part de l'ADN de la seva raó de ser. Per al govern de la Generalitat i la resta de governs locals, les polítiques d'innovació, en un sentit ampli, han de constituir el nucli dur de l'agenda política i vertebrar l'acció de govern; per a les empreses, la innovació és tot allò que els permet crear valor afegit i ser competitives en els mercats locals i globals i d'acord amb la seva responsabilitat social; per a les institucions acadèmiques, innovació vol dir tenir en compte en el desenvolupament de les seves missions el progrés social i el desenvolupament



JOSEP MARIA VILALTA

SECRETARI EXECUTIU ASSOCIACIÓ CATALANA D'UNIVERSITATS PÚBLIQUES

Cal establir un observatori permanent de la innovació a Catalunya

la innovació social, passant pel capital humà i els seus nivells de formació i capacitat. En aquest context, la situació actual de Catalunya mostra clarobscur: d'entrada, el progrés que ha fet la societat i l'economia catalana en els darrers trenta anys ha estat espectacular. En recerca científica, ens hem posicionat a la primera divisió europea en producció científica internacional amb una alta eficiència. En competitivitat

econòmic, cultural i tecnològic; per a les entitats del tercer sector, comporta vetllar per la innovació social i treballar per una societat més justa i solidària.

L'*Agenda* parteix d'un concepte ampli d'innovació: des de la clàssica innovació tecnològica i la competitivitat empresarial fins a

tat, però, la crisi ha comportat una davallada important en la posició catalana en els índexs europeus: d'acord amb el Regional Competitiveness Index, Catalunya ha passat d'ocupar el lloc 103 l'any 2010 a ocupar el lloc 142 l'any 2013 (d'un total de 260 regions europees). En l'àmbit de la formació, trobem encara desajustos greus, com l'alt grau d'abandonament i de fracàs escolar o la manca de prou població amb estudis secundaris postobligatoris, sobretot per a la formació professional. Amb greus problemes d'atur i d'un mercat de treball de baixa qualificació, amb xifres d'atur juvenil insostenibles (40% de la població de 20 a 24 anys aturada) i unes desigualtats socials creixents. Per fer front a aquestes problemàtiques, el país ha estat molt prolífic a l'hora de generar plans i projectes, però força maldestre a l'hora d'aplicar-los amb estabilitat, amb recursos suficients i mesurant els seus impactes reals.

L'*Agenda 2015-2020* promou, doncs, una aliança estratègica entre Govern i actors empresarials, acadèmics i socials per treballar amb un full de ruta comú que es concreta en dotze objectius específics, entre els quals arribar a invertir el 3% del PIB en R+D. Vol treballar per més concertació, horitzontalitat i governança compartida entre els actors. I preveu l'establiment d'un sistema d'indicadors i un observatori permanent de la innovació que actualment no existeix al nostre país. Reptes complexos requereixen objectius de país ambiciosos. I impliquen agendes compartides entre els diferents actors del país. Fem-ho possible: és a les nostres mans.



XAVIER BERTRAL

CARTES I MISSATGES

No més bombes en nom meu

Lamento terriblement tots els actes terroristes contra gent innocent, però lamento també tots els atacs perpetrats contra innocents en nom de la pau.

No hem de permetre que es matin més innocents per lluitar contra uns quants terroristes, perquè això va contra els principis dels drets humans.

Amb els recursos tecnològics de què disposem avui en dia i amb milers d'agents policials vetllant per la nostra seguretat i controlant tots els nostres moviments, no crec que no sigui possible determinar i aïllar els veritables culpables i anar a buscar-los on siguin, i evitar els bombardejos indiscriminats sobre la població innocent.

No podem culpar dels atemptats un poble, una religió, una ètnia, una cultura.

Els culpables tenen noms, cognoms i documents d'identitat. Cal lluitar contra ells i buscar la pau i no la guerra.

JAUME PUJADAS I RAS
FIGUERES

El consumisme ens consumeix

El consumisme ens consumeix. Consumeix la nostra vida, la nostra ment i les nostres relacions. Ens hem convertit en una societat consumista, guiada per les compres, els diners i tot el que és material. Hem integrat tant aquesta filosofia, que fins i tot incorporarem com a pròpies tradicions que ens són totalment alienes. He de reconèixer que sóc d'aquell tipus de persones que gaudeixen celebrant-ho absolutament tot. Però no des del punt de vista materialista, sinó des del factor humà. No hi ha res que m'agradi més que celebrar qualsevol cosa celebrable per tenir una excusa i reunir-me amb els que més m'estimo.

Tot i això, crec que, com a societat, hem perdut el nord. Què és això de celebrar el Black Friday? ¿Des de quan s'ha fet tan famós? Per què ens deixem endur per aquest sentiment consumista que només porta a comprar, comprar i comprar?

Em sembla molt estúpid celebrar que s'acosta el Nadal (perquè aquest és el motiu real d'aquest dia) utilitzant des-

comptes de marques que saben que aquell dia faran l'agost (a finals de novembre). Celebrar aquest fet i d'aquesta manera tergiversa totalment el que és el Nadal a Catalunya.

Les festivitats nadalenques a la nostra terra versen sobre la família, sobre la trobada amb els que estíem. El Nadal a casa nostra no és materialista. És passejar-se per Barcelona i gaudir de l'alegria que es respira a la Fira de Santa Llúcia. És cantar nades mentre ens omplim de torró. Sí, és cert. Ens caga el tió i vénen els Reis Mags. Però és increïble que vulguem celebrar que s'acosta el Nadal amb uns quants descomptes a les multinacionals de torn.

ANA JIMÉNEZ NÚÑEZ
SANTA COLOMA DE GRAMENET

La guerra kafkiana

L'economia actual viu del procés en si, no del resultat. Les coses (ben) acabades no interessan.

D'una manera semblant, Franz Kafka descriu societats i individus que mantenen el fil de la seva pròpia existència grà-

cies a, per exemple, processos jurídics sense fi, burocràtics, sense importar ni tan sols el delictes de què se t'acusa ni la resolució del cas. El mitjà es justifica a si mateix.

I la guerra que s'està lliurant, també: una guerra contínua, amb enemics poc o gens clars, que es desdibuixen.

L'enemic ja no és un país, ni una ètnia, ni una filosofia econòmica. ¿L'enemic entra o surt? És a dins o a fora? ¿És entre nosaltres o a milers de quilòmetres? Definir perfectament un enemic podria portar a acabar les batalles massa ràpidament: és molt millor fer una guerra kafkiana basada en una economia kafkiana.

Si no hi hagués gent que guanyés diners amb la guerra, no es faria. Cal tenir-ho clar.

ENRIC MAS AIXALÀ
BARCELONA

Les cartes enviades pels lectors han de tenir un màxim de 1.000 caràcters. El diari es reserva el dret de resumir-les. Els seus autors hi han de fer constar nom i cognoms, adreça postal i electrònica, número de carnet d'identitat i un telèfon de contacte. Les cartes no es respondran.

Podeu expressar-vos al diari a través de la web www.ara.cat, i per les següents vies:

[@diariARA](https://twitter.com/diariARA) facebook.com/diariARA [@cartes@ara.cat](mailto:cartes@ara.cat) Carrer Diputació, 119, 08015, Barcelona Fe d'errades: opinio@ara.cat

