

CC K

AMÉRICA LATINA CREATIVA

Germán Rey
George Yudice
Ernesto Piedras

Educación, talento e innovación
José Antonio Marina

Excedente cognitivo y procomún
José Ramón Insa Alba

Arquitecturas colectivas
Santiago Cirugeda

Número 5
Octubre-Diciembre 2018



CCK Revista es una iniciativa del programa **Ciudades Creativas de Fundación Kreanta**.

CCK Revista está disponible gratuitamente en formato pdf, por suscripción, y sus artículos son accesibles en la web www.ciudadescreativas.org

Director: Félix Manito

Consejo Editorial: Roser Bertran
Coppini, Félix Manito, Emilio Palacios

Comunicación: Cristina Rodríguez

Diseño de la portada: Vicenç Viaplana

Diseño y maquetación pdf: Anna Julià

Edición web: José David Valero
Cabrejas

Contacta con nosotros en:

ciudadescreativas@kreanta.org

Suscripción gratuita de la versión pdf en:

<http://www.ciudadescreativas.org/revista/>

Acceso a la versión web en:

<http://www.ciudadescreativas.org/revista/>

Síguenos en redes sociales:

www.facebook.com/ciudadescreativas/

<https://twitter.com/jornadaskreanta>

www.youtube.com/user/ciudadescreativas



Edita: Fundación Kreanta

Córcega, 102

08029 Barcelona (España)

info@kreanta.org

Tel. +34 934 301 427

www.kreanta.org

© de la edición y del texto: Fundación Kreanta

© de las fotografías: Afro Reggae (págs. 23, 25, 27, 29 y 31); Recetas Urbanas (págs. 77, 79, 81 y 83) y del resto Fundación Kreanta.

Fundación Kreanta no se hace responsable de las opiniones expresadas en los artículos firmados de esta revista. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización expresa por escrito de Fundación Kreanta.

Sumario

Editorial

Dossier: América Latina Creativa

- 10 *Industrias creativas, ciudades y políticas culturales de nueva generación* de [Germán Rey](#)
- 23 *Creatividad para todos* de [George Yudice](#)
- 33 *Cultura y Creatividad en la nueva geografía económica: apuntes sobre la experiencia mexicana* de [Ernesto Piedras](#)

Visiones

- 53 *Educación, talento e innovación* de [José Antonio Marina](#)

Tendencias

- 65 *Excedente cognitivo y procomún: elogio de las culturas tímidas* de [José Ramón Insa Alba](#)

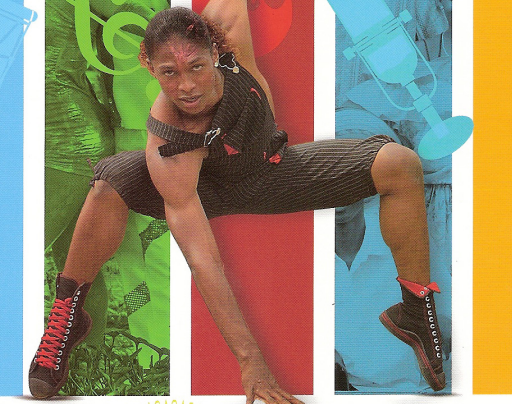
Experiencias

- 77 *La autoconstrucción como estrategia de mayor participación* de [Santiago Cirugeda](#)

Autores



Imagen correspondiente a las VII Jornadas Internacionales Ciudades Creativas Kreanta celebradas en Monterrey (México) en octubre de 2014.



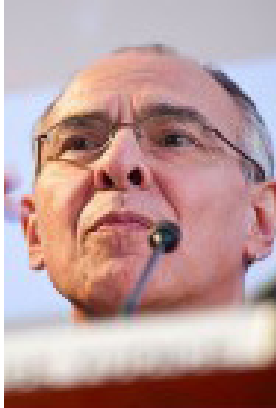
Editorial

El número 5 de **CCK Revista** mantiene la misma línea editorial que los cuatro anteriores: contiene un resumen de las aportaciones realizadas en diferentes artículos escritos o intervenciones realizadas por ponentes que han participado en alguna de las, hasta ahora diez (2018), Jornadas Internacionales Ciudades Creativas Kreanta realizadas desde el año 2008 –I Jornadas Ciudades Creativas Kreanta, Sitges (Barcelona)–. La temática de cada número de **CCK Revista** responde a un enunciado genérico y el contenido de las aportaciones de los ponentes se ha realizado en diferentes Jornadas, sin que haya una relación directa entre el tema que trata la Revista y una Jornada específica.

En este número, se recopilan artículos y contenidos de ponencias realizadas en las siguientes Jornadas Internacionales:

- II Jornadas Internacionales CCK (Barcelona, 2009):
 - ✓ *Cultura y Creatividad en la nueva geografía económica: apuntes sobre la experiencia mexicana*, de Ernesto Piedras
 - ✓ *Educación, talento e innovación*, de José Antonio Marina
- III Jornadas Internacionales CCK (Zaragoza, 2010):
 - ✓ *Industrias creativas, ciudades y políticas culturales de nueva generación*, de Germán Rey.
 - ✓ *Creatividad para todos*, de George Yudice
- V Jornadas Internacionales (Medellín, 2012):
 - ✓ *Excedente cognitivo y procomún: elogio de las culturas tímidas*, de José Ramón Insa Alba.
- VI Jornadas Internacionales CCK (Buenos Aires, 2013):
 - ✓ *La autoconstrucción como estrategia de mayor participación*, de Santiago Cirugeda.

En el capítulo **Dossier**, el profesor **Germán Rey** reflexiona sobre *Industrias creativas, ciudades y políticas culturales de nueva generación*. Para el profesor, “la conformación de las cadenas productivas, la relación entre creación y lógicas de la producción, la inser-

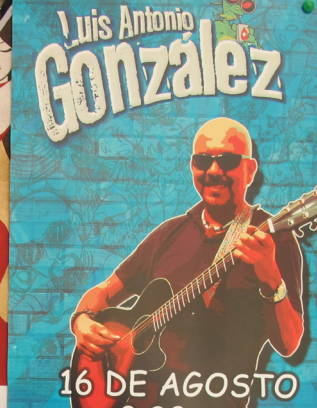
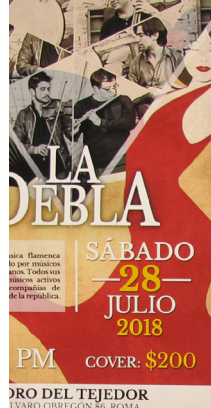


ción en los mercados o las necesidades de profesionalización son problemas comunes” a todas las regiones del mundo, desde las consideradas más desarrolladas a las señaladas como de menor desarrollo. Sin embargo, a su parecer, las industrias creativas latinoamericanas ofrecen características diferenciadoras: desnivel en la balanza comercial, debilidad y fragmentación de las infraestructuras industriales, fragilidad de la cadena de valor, debilidades en la formación, hegemonía de determinados formatos y géneros... A ello, hay que unir “los problemas de equidad cultural que se manifiestan más dramáticamente en los jóvenes, las mujeres, los adultos mayores y los habitantes de provincia”.

Ahora bien, en las ciudades latinoamericanas y en el colectivo joven se está produciendo un cambio de tendencias que, mediante el uso de Internet, está favoreciendo interesantes desplazamientos del consumo cultural, principalmente, gracias a la televisión o la telefonía celular. “Fue en estas industrias creativas nacientes (aunque no de forma exclusiva) en las que las mayorías hallaron referentes de identidad, motivos de cohesión y posibilidades de contraste y diálogo hasta entonces inexistentes”. Las industrias culturales, la diversidad, las artes, la memoria y la “política de los sentidos” envuelven la acción del cambio de tendencias. En este cambio, las políticas llevadas a cabo por las ciudades y los poderes públicos han tenido un rol de capital importancia.

Por su parte, **George Yudice**, profesor titular del Departamento de Lenguas y Culturas Modernas y del Programa de Estudios Latinoamericanos en la Universidad de Miami, en su artículo ***Creatividad para todos*** centra sus reflexiones en el cambio experimentado en la favela Vigário Geral (Río de Janeiro), después de que, en 1993, la policía masacrara a 21 de sus inocentes habitantes “no para mantener el orden sino para capturar las drogas y revenderlas”. Según Yudice, en este entorno, y en otros similares de Latinoamérica, las teorías sobre ciudades creativas “son inaplicables”, al menos tal y como las contempla Richard Florida. Más bien, hay que considerar que la creatividad es un producto nacido desde abajo, con el objetivo de superar una situación dada y proyectar la ciudad (en este caso, la favela) al exterior. Se trata de iniciativas que “buscan la sociabilidad y hasta cierto punto han logrado reticular a colaboradores de todos los sectores de la ciudad”.

Al igual que Germán Rey, Yudice considera que, a pesar de la brecha digital, Internet, con la ayuda de la televisión y la radio, ha tenido un papel protagonista en el cambio de visibilidad y proyección externa de Vigário Geral. Sin embargo, considera que fue el



trabajo llevado a cabo por un grupo de jóvenes músicos –Afro Reggae– en cooperación con otras personas de la vida social de la ciudad (actores, presentadores de tv, músicos reconocidos, líderes de ONGs, intelectuales diversos...), quienes han conseguido “crear un puente... en donde se integren las clases sociales diferentes, negro, blanco, rico, pobre, y todo el mundo se encuentra en la misma conexión”. Concluye su aportación con una reflexión final: “No he hablado de grandes equipamientos, de inmuebles insignes, de miles de millones de generación de ingresos ni de la elitización de zonas urbanas, pero creo que he mostrado que un espacio público, aun en condiciones de violencia, puede ser construido y disfrutado por todos, *with a little help from their friends*, de sus redes de colaboradores. Entre esos colaboradores está el Estado y su programa Puntos de Cultura”. El programa *Pontos de cultura* del gobierno brasileño está destinado a acompañar proyectos culturales que llevan adelante organizaciones y redes comunitarias en el territorio nacional, tomando como modelo el programa Cultura Viva que funciona en Brasil desde 2004.

El economista **Ernesto Piedras**, Director General de Nomismæ Consulting, consultora dedicada al análisis económico de las industrias culturales, aporta sus reflexiones en el artículo *Cultura y Creatividad en la nueva geografía económica: apuntes sobre la experiencia mexicana*. El autor considera que las economías creativas son consecuencia directa de la “economía de la aglomeración” ubicada en un determinado territorio – “nueva economía, basada, principalmente, en la información”- y, bajo esta óptica, analiza la economía de la cultura y la creatividad en **México y, especialmente**, en Ciudad de México y su área metropolitana y en Puebla.

Según Piedras, en el 2003, la economía creativa representaba el 8,29% del PIB de Ciudad de México y su área: “Este elevado porcentaje resulta de efectos combinados tanto de oferta (aglomeración de creadores y artistas, infraestructura cultural disponible, capacidad de divulgación, por mencionar tan solo algunos) como de demanda (poder adquisitivo, hábitos culturales, etc.)”. En el caso de Puebla, las industrias culturales y creativas contribuyen con el 7,26%. Sin contar, en ambos casos, con el componente de la economía sumergida (*economía sombra*) de importante peso en ambos territorios.

¿Por qué las industrias creativas se desarrollan básicamente en zonas urbanas de importante conurbación? Al parecer del autor, en la Nueva Geografía Económica (NGE) la cultura



representa una industria de rendimientos crecientes “tanto por sus altos costos fijos como por la especialización necesaria. Por esto, las industrias creativas no están distribuidas de manera homogénea sobre un territorio dado, sino que se concentran en determinados lugares”. Existen otros elementos clave que fundamentan esta economía de la aglomeración: la reducción de costos de transporte, la mejora en la eficacia de los procesos de abastecimiento, la reducción de tiempos de entrega, la mayor concentración de trabajadores especializados, la interacción entre empresas y hogares, la interacción entre empresas para obtener mayores beneficios. A todo ello, por sus características contribuye la Cultura, considerada de manera integral, que, a decir de Ernesto Piedras, constituye “una fuente de desarrollo, entendido no solamente en términos de crecimiento económico, sino también como medio de acceso a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria”.

En el apartado **Visiones**, el catedrático de filosofía **José Antonio Marina** reflexiona sobre *Educación, talento e innovación*. **Marina** se pregunta si la creatividad es algo que se puede enseñar y se responde que sí. ¿Por qué?, porque “cuando hablamos de creatividad hablamos de la capacidad de enfrentarnos creativamente a los problemas y darles buenas soluciones. No poner en marcha recetas tradicionales, sino buscar soluciones”. Y la capacidad de crear es una competencia que puede formar parte de los programas educativos, porque desde ellos puede ser fomentada e impulsada. Ahora bien, esto solo será posible si se cuenta con “entornos sociales inteligentes que fomenten, potencien, animen y favorezcan nuestra inteligencia”. Estos entornos únicamente pueden crearse de forma colectiva, colaborativa.

¿Cuáles son, al parecer del profesor **Marina**, los componentes propios de las ciudades creativas? Dice: “Cuando hablamos de ciudades creativas hay que distinguir tres cosas: la ciudad creativa como ciudad, que es la que es capaz de favorecer el bienestar mediante unos servicios públicos y de diseño que aumentan la comodidad de los ciudadanos. Otra, que aumente la riqueza y la calidad de la vinculación social y ahí entra el tema educativo ya que es el que debe estar en el origen de formas de convivencia profundas, sociales, solidarias, bien educadas... Y tercera, ver cómo se consigue favorecer la creatividad individual”.

En el capítulo dedicado a **Tendencias**, **José Ramón Insa Alba**, agente e investigador cultural, nos habla sobre *Excedente cognitivo y procomún: elogio de las culturas tími-*



das. Título con elementos sugestivos que el articulista explica al inicio de su aportación. Así, toma de Clay Shirky el concepto de *excedente cognitivo*, “que pone de manifiesto el potencial que existe cuando contemplamos la cultura como algo fundamentado sobre las teorías de la abundancia en contraposición con la consabida gestión de la escasez”. Define el *procomún* como un concepto que “busca una alternativa al binomio mercado-Estado, como hipótesis política y de autoorganización-creación-difusión cultural. Finalmente, para Insa, las *culturas tímidas* son “aquellas que no contabilizan, que no cotizan en bolsa, pero que son la base sólida y consecuente de la cultura de nuestras sociedades. La cultura de los comunes”.

¿Por qué esta triple visión? Básicamente, por dos motivos: uno, por el carácter mercantilista que se está dando a la cultura [“para dignificar la cultura como paradigma de desarrollo de la humanidad”]; dos, porque las administraciones públicas no ofrecen a la sociedad, en el campo de la cultura, lo que requiere, produciéndose un “déficit cultural” que es la diferencia entre lo que la ciudadanía espera y lo que las administraciones realizan”.

Insa desarrolla su visión partiendo de la idea de que las políticas de cultura tienen que enfocarse desde un diálogo coherente con la realidad digital. Por ello, “la cultura expositiva, narrativa y programática necesita ser revisada. Debe ser dispositivo e *interface* que traduzca e interprete, que comunique”. Además, a su entender, la cultura ha de entrar en el mundo del *procomún*, de lo que es de todos y no es de nadie. Hemos de evitar la “trangenización” de la cultura, “compuesta por “clones” a la medida, sin personalidad, sin ideas propias, homogeneizados”.

El agotamiento de la gestión pública de la cultura lleva a **Insa** a proclamar “la necesidad de construir nuevos espacios de reflexión y conocimiento en los que los saberes opten por la cooperación y la coproducción abiertas; potenciar y liberar la creación así como dotar de instrumentos para la construcción y consolidación de una cultura del *procomún* y desde el *procomún*; retomar la práctica colectiva y los procesos de confianza mutua para la construcción y reconstrucción de las experiencias de comunidad”. Con esta lógica, la gestión de la cultura ha de estar en manos de lo local, quien, además de desinstitutionalizarla, debería trabajar por sacar a flote las *culturas tímidas* - ¿ocultas?-, aquellas a las que el mercantilismo no les permite salir porque está “muy lejos de los principios básicos del *procomún*, de la comunidad que decide”.



En este punto, el autor conecta dos mundos, el cultural local y el digital. La desinstitucionalización de la cultura vincula con la cultura conectada “que no pertenece a nadie sino que está contenida en una masa compleja, que no muestra sino que interactúa, que traspasa el canal unidireccional de oferta-consumo, que es proactiva como objetivo”. Ello permite “contribuir, colaborar, comunicar, cooperar”.

En el último capítulo de este número de la Revista CCK, **Experiencias**, el arquitecto Santiago Cirugeda reflexiona sobre ***La autoconstrucción como estrategia de mayor participación***. Una visión del procomún desde la arquitectura. Con su acción en *Recetas Urbanas* y la red *Arquitecturas Colectivas*, Cirugeda nos sitúa en el trabajo desarrollado con el fin de practicar la “subversión en distintos ámbitos de la realidad urbana”, situada entre la legalidad y la ilegalidad. Bajo esta visión, presenta algunos proyectos que ejemplifican sus métodos, el trabajo de mediación que han exigido algunas de las acciones y el compromiso político que manifiestan, en la búsqueda de una “conciencia crítica” frente al urbanismo oficial.

Las cinco experiencias que nos presenta **Cirugeda**, diseminadas por el territorio español, nos hablan de reutilización de materiales; de ocupación temporal de solares para ubicar en ellos espacios aéreos, que no ocupan terreno; de creación de espacios culturales multidisciplinarios; de autoconstrucción y autogestión de lo construido. Todo ello llevado a cabo en cooperación con diferentes colectivos ciudadanos y con el apoyo de personas individuales, conscientes de que es necesario hacer otro tipo de política urbana que “recogiendo los derechos de todos, y mejorando los soportes legales” permitan al ciudadano “usar la ciudad en la que vive”.

CCK Revista 

**CC
K
Dossier**

Industrias creativas, ciudades y políticas culturales de nueva generación

Germán Rey



Panorámica de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara 2017.

Creatividad en América Latina

Pensar las industrias creativas en América Latina no es un ejercicio totalmente diferente a hacerlo en otras regiones del mundo, incluyendo las más desarrolladas. La conformación de las cadenas productivas, la relación entre creación y lógicas de la producción, la inserción en los mercados o las necesidades de profesionalización son problemas comunes a unas y otras. Sin embargo, las industrias creativas latinoamericanas tienen impor-

tantes particularidades. Una primera es el bajo aporte de las exportaciones locales al conjunto mundial. América Latina apenas representa un 3% del total de exportaciones de bienes y servicios culturales y hay un claro desnivel de la balanza comercial, caracterizada por el peso de las importaciones, especialmente de los Estados Unidos. A ello se agregan problemas en la producción como la debilidad y fragmentación de las infraestructuras industriales, la fragilidad de

ciertos momentos de la cadena de valor, la asimetría de las industrias en los países y entre los países, el desarrollo prevalente de industrias como la televisión, la radio y la industria editorial, los cambios en el cine, los problemas en la música y los retardos y brechas en las nuevas tecnologías; también la concentración urbana de las industrias culturales, las modificaciones en la producción generados por los Tratados de libre comercio y las normativas de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) y la unión, cada vez más protagonista de empresas tecnológicas con empresas de contenidos. La situación de las industrias creativas también se revela en el carácter selectivo de su circulación determinada por la rentabilidad, los tamaños y particularidades de los mercados internos, las exigencias de los mercados internacionales sobre la creación, las debilidades de la formación, la hegemonía de formatos y géneros y la vinculación de la distribución con las tendencias sobresalientes del consumo. Un tema interesante es lo que sucede con la creación local y la diversidad cuando los productos culturales se inscriben en contextos de mercado, algunos más agresivos y exigentes que otros. Entre 1996 y el 2005, se incrementó la importación de bienes y servicios culturales de 190,5 billones a 350,9 billones de dólares. Los mayores importadores fueron los países desarrollados. En el 2005, los países en desarrollo importaron el 17,3% de todo los bienes culturales del mundo, con un valor de 60,8 billones de dólares. (UNCTAD, 2008). Las importaciones de productos creativos que más crecieron en las economías en desarrollo, entre 1996 y 2005, fueron diseño, publicaciones, música y nuevos medios. (UNCTAD, 2008).

Estos cambios en la producción y la distribución están relacionados con modificaciones del consumo y la apropiación cultural: a la estratificación del consumo explicitada en la mediatización de la cultura, el lugar social de la lectura y la ubicación de las expresiones de la cultura culta, se unen los problemas de equidad cultural que se manifiestan más dramáticamente en los jóvenes, las mujeres, los adultos mayores y los habitantes de provincia. Crece la importancia del consumo de niños y jóvenes y se acentúa el peso de la educación, la edad y el nivel socioeconómico en las prácticas de consumo, se destacan las músicas como expresión de la diversidad cultural, se generan desplazamientos en algunos consumos como, por ejemplo, el aumento de la lectura en Internet, se acentúan los contrastes entre lectura por placer y lectura por deber, el acceso al cine a través de otros soportes y la creciente importancia del espacio privado como ámbito físico y simbólico de la convergencia de los consumos. Las interacciones culturales y sociales de los latinoamericanos con las industrias creativas no son nada uniformes sino ampliamente heterogéneas, no solo por la estructuración social sino por las diversas temporalidades, memorias y usos sociales de la creación¹. Las ciudades son lugares del consumo y la apropiación cultural, con evidentes particularidades: junto a la espacialidad pública urbana en la que se escenifican desde la exhibición callejera de un violinista o un tragafuegos hasta las presentaciones públicas de festivales de rock o de orquestas sinfónicas, está la conformación de un nuevo entorno

1 Rey, Germán, *Las tramas de la cultura*, Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2008.

comunicativo convergente y de carácter doméstico. Sobre todo en las ciudades se están produciendo unos desplazamientos del consumo muy interesantes: el consumo del cine se está desplazando hacia otros soportes tecnológicos y sobre todo hacia otros modos de mirar. El alquiler de video era una de las prácticas profundamente ligada a la ciudad; durante años crecieron las tiendas de alquiler de videos barriales que desaparecieron progresivamente, como también sucedió con los grandes centros internacionales de alquiler de videos arrasados por la compra informal, la televisión por cable y el crecimiento del acceso a Internet. La tienda barrial de video era punto de encuentro de los vecinos y lugar del compartir del gusto, un elemento de cohesión de las comunidades de proximidad. Sería interesante hacer una exploración de los efectos de estos cambios, así como Ana Wortman estudió juiciosamente la desaparición de las librerías de barrio en Buenos Aires. El comercio informal del cine en Colombia es de gran amplitud. La oferta además es continua y diversificada, lo que quiere decir, que se rompe con la relación entre tiempo y exhibición que domina el mercado comercial del cine, debido a que es posible conseguir tanto películas que están siendo exhibidas en las salas como muchas de las que ya fueron presentadas y existen en los catálogos de los reproductores y comercializadores informales. Estos catálogos tienen siempre una oferta bastante amplia de películas de todos los tipos, aunque en ellos se repiten las realidades hegemónicas del cine comercial; sin embargo, a diferencia de los mercados comerciales del video, es posible encontrar películas clásicas y de cine arte y ensayo que muy difícilmente circulan por los circuitos formales.

En los últimos años, el mobiliario tecnológico de los latinoamericanos ha aumentado de manera muy significativa, hasta el punto de conformarse nuevos “ecosistemas comunicativos”, con un entorno digital creciente, una privatización del consumo cultural y una interesante convergencia de bienes culturales en el hogar. Porcentajes importantes de la población tienen reproductores de dvd's, acompañados por una tenencia universal de televisión en los hogares; asimismo ha crecido la tenencia de computadores y el acceso a los servicios de Internet. Algunos datos de la realidad colombiana nos pueden mostrar la dimensión de las transformaciones culturales que están ocurriendo, y por tanto también, de los cambios en los procesos de apropiación y formación de públicos del cine, la televisión, el video y los contenidos digitales en las ciudades latinoamericanas. El 31,32% de los bogotanos tiene acceso al reproductor de video en su casa, el 6,36% en casa de sus amigos o familiares, el 1,79% en bibliotecas y el 2,69 en el lugar de estudio. El 96,63% tiene acceso a la televisión en su casa y el 51,48% tiene computador en su casa, mientras el 15,87% utiliza los cafés Internet para usar el computador y navegar en la red. El 38,30% tiene acceso a Internet en la casa y el 8,49% en el trabajo, el 22,11% en cafés Internet y el 6,79% en casa de familiares o de amigos². Obviamente la situación de Bogotá difiere de otras ciudades del país y muy especialmente de las poblaciones asentadas en las zonas rurales del país en que los índices anteriores son mucho más bajos.

2 Encuesta Bienal de culturas de Bogotá, Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Observatorio de Culturas, Bogotá, 2009.



Conjunto instrumental de la Red de Escuelas de Música de Medellín.

Además de ver cine a través de películas que circulan por los circuitos informales, hoy se accede también al cine a través de la televisión por cable y por Internet. Estos dos soportes son claramente urbanos, ya que la infraestructura tecnológica y el acceso a Internet son aún muy bajos. En un Informe de la Comisión Nacional de Regulación de las Comunicaciones de Colombia, se lee que “especialmente respecto de las características que miden la apropiación de las TICS, existe aún bastante por avanzar en cuanto al desarrollo de infraestructura asociada para la provisión de este tipo de servicios”³.

3 Análisis del sector TIC en Colombia: evolución y desafíos, Bogotá: Comisión de Regulación de Comunicaciones, CRC, 2010.

En el mismo documento, se advierte que la capacidad de crecimiento de la banda ancha puede estarse frenando, pues son los sectores más bajos de la población los que poseen los menores niveles de suscripción y la penetración de la banda ancha en el país está tocando la base de la pirámide socioeconómica. Aunque el grueso de los ingresos en las TICS está ubicado en los servicios tradicionales de telecomunicaciones, es decir, en la telefonía fija y sobre todo en la móvil, el peso de los servicios de datos y el acceso a Internet ha venido creciendo durante los últimos años. En el documento citado se estima necesario pasar en los próximos cuatro años, entre el 2010 y el 2014, de 2,2 millones de conexiones a 8,8 millones de conexiones, lo que puede indicar el tamaño

del cambio a que se está comprometiendo el país, que muy seguramente incidirá en una transformación radical de los públicos y sus procesos de apropiación de lo audiovisual. Entre el 2006 y 2010, según datos disponibles de la Comisión Nacional de Televisión, el número promedio de usuarios activos en televisión por suscripción aumentó un 125,39%, al pasar de 1.433.686 de usuarios activos en el 2006, a 3.231.402 usuarios activos en el 2010. Este crecimiento ha sido impulsado por el empaquetamiento de servicios, principalmente los “triple play”, en que se venden servicios de Internet, telefonía y televisión por suscripción (cable y satélite).

Las industrias culturales latinoamericanas, como sucede con otros sectores de la economía, son más de ciudades que de países, más de áreas específicas de la creación que de integración entre ellas. Esta realidad se explica por los rumbos que tomó el desarrollo socioeconómico en los países de la región, la topografía de la concentración de la riqueza y la ubicación social de la modernización y la innovación. En el continente, las ciudades concentran no solo a grandes grupos poblacionales (piénsese por ejemplo en Ciudad de México, São Paulo, Lima o Buenos Aires), sino también a los centros de producción, circulación y consumo de los bienes y servicios en general y no solo de la creación. Las ciudades han desarrollado zonas industriales, zonas francas, mecanismos de exportación a través de los aeropuertos o los puertos marítimos y en general una infraestructura de la que adolecen las ciudades medianas y pequeñas y por supuesto las zonas rurales. Pero además de la infraestructura, las ciudades acaparan la oferta de formación, creación e innovación en porcentajes significativamente altos que

las distancian de otros conglomerados humanos regionales y locales. Lo que sucede con la industria en general, que por supuesto tiene excepciones en países que han distendido la presión megaurbana de la producción industrial hacia otros polos de desarrollo, es aún más pronunciado en las industrias creativas. A diferencia de sectores tradicionales de la producción, la creación latinoamericana ingresó en las lógicas productivas y de mercado hace solo unos años, pero a diferencia de áreas que tuvieron la presencia de la industria pesada, su crecimiento casi que se produjo en el mismo momento en que irrumpieron las nuevas tecnologías y se consolidó la sociedad del conocimiento. Esta no es una coincidencia de poca monta. La mayor parte de las industrias creativas han avanzado en el mundo de la mano de la innovación tecnológica, tanto en su producción, como en su distribución y consumo. Sociedades que comenzaron el siglo XX con altos índices de analfabetismo y bajos de educación, se encontraron con la expansión general de la televisión, la radio y más entrado el siglo XX, de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. La supuesta continuidad armoniosa de los medios de comunicación se aceleró, mientras la educación crecía de una manera mucho más lenta y progresivamente más inclusiva, lo que generó un destiempo entre los procesos industrializados de la creación y los procesos de participación de la población en el mundo de la educación y la cultura. A la realidad anterior se sumó el hecho de que los que vivían este destiempo eran las grandes mayorías de países que también pasaban de estructuras campesinas a urbanas, de sociedades rurales a industrializadas y de contextos premodernos a modernos.

Estas mayorías, que fueron además conformando los grandes conglomerados urbanos latinoamericanos, saltaron –como sostienen diferentes investigadores– de las culturas orales a las audiovisuales sin habitar, muchos de ellos, en los territorios de la cultura ilustrada. Esta es una de las razones por las cuales la lectura de libros tiene porcentajes tan bajos y el consumo de televisión niveles tan altos. El destiempo tiende a aminorarse sobre todo por las transformaciones educativas que ha vivido la región, mientras que la velocidad de la innovación tiende a facilitar una mayor armonía entre creación y tecnologías. En Colombia, la televisión necesitó cerca de 30 años para llegar a porcentajes universales de audiencia, mientras que la telefonía celular solo requirió de cinco años para obtener los mismos toques. Las industrias creativas, especialmente, la televisión, la música, la radio y el cine, permitieron que muchos latinoamericanos franquearan las barreras sociales y culturales que durante décadas les impuso la falta de educación, las desigualdades económicas y en general, la pobreza. Pero no se trató simplemente de una modificación del acceso, sino de un portentoso cambio cultural y simbólico, puesto que fue en estas industrias creativas nacientes (aunque no de forma exclusiva) en las que las mayorías hallaron referentes de identidad, motivos de cohesión y posibilidades de contraste y diálogo hasta entonces inexistentes.

El ingreso de los productos de las industrias creativas al mundo simbólico de los latinoamericanos no ha dejado de generar fenómenos y conflictos nuevos. Uno de ellos es el de la tensión entre procesos culturales, profundos y densos –mestizajes, luchas identitarias, multiplicación de formas expresivas locales, identificaciones

regionales, flujos migratorios, riqueza iconográfica– y las lógicas industriales de la creación: masivas, consumidas por los jóvenes, globales. Una tensión que también se produce entre el bienestar de los bienes culturales masivos y la orfandad de expresiones como el teatro, la creación artística o la sostenibilidad de lo patrimonial que por ejemplo, llama a replantear el papel de lo público en el estímulo jerarquizado de las diversas manifestaciones de la cultura. En algunos sectores culturales se observan con recelo las políticas de promoción de las industrias creativas que podrían desviar la atención, que en su opinión, deberían merecer prioritariamente aquellas expresiones culturales que tienen un gran valor simbólico pero poco mercado.

Las ciudades son los centros de las industrias creativas latinoamericanas. Esta centralidad significa muchas cosas. En primer lugar, un sentido urbano de la creación, ya sea en la determinación de los procesos de producción como en los de apropiación y consumo. Sin embargo, las ciudades latinoamericanas tienen la propiedad de ser crisoles de culturas, por la tradición migratoria que poseen, porque en ellas habitan ciudadanos de todas las regiones y provincias y porque simultáneamente se expresan en ellas desde la oralidad más acentuada hasta los gestos más contemporáneos y postmodernos. Al lado de un palenque o de una feria popular barrial está la televisión por satélite, junto a grupos étnicos que recorren con sus mercaderías la ciudad, están las grandes superficies en las que se venden cd's de música y libros. La realidad cultural de las ciudades latinoamericanas es la mezcla, la hibridación. En segundo lugar, las ciudades han desarrollado unas redes de producción, ya sea tecnológicamente



Grabación de una película en el centro histórico de Cartagena de Indias.

avanzadas o artesanalmente conformadas. Una gran parte de la producción de las industrias creativas de la región se sostiene sobre el gran tejido de organizaciones y pequeñas empresas, lo que le confiere una identidad particular a la oferta de la industria de base cultural y creativa latinoamericana. Estas microempresas sirven de canal para las manifestaciones culturales populares que no residen en las ciudades y que se alimentan de la creatividad regional, en ocasiones distante y olvidada. Los fenómenos de fusión no son solamente experimentos formales como encuentros de tradiciones, mundos simbólicos y tiempos. Las músicas del Pacífico colombiano, por ejemplo, que se conservan en pueblos aislados y empobrecidos conectan con estos circuitos de producción y distribución, ya sea a través

de grabaciones originales o de mezclas. Esta vinculación de regiones aisladas a través de sus músicas con la ciudad puede tener aciertos como profundos desaciertos; para algunos, más que encuentros simétricos, ciertas fusiones reproducen relaciones desiguales, en que las manifestaciones culturales, por ejemplo, las rurales y de comunidades pobres, son cooptadas por las comerciales urbanas de manera hegemónica, desnaturalizándolas y haciéndoles perder su autenticidad. En tercer lugar, las industrias creativas están convirtiéndose paulatinamente en un sector que genera valor, empleo y rentabilidades importantes para las ciudades. Buenos Aires es un buen ejemplo. Según el Anuario 2009 de Industrias Creativas de la Ciudad, “El impacto de este conjunto de actividades en el valor

agregado y en el empleo de la ciudad es de una importancia muy significativa en los últimos años. La participación del sector entre el 2003 y el 2008, se ha movido en el rango entre el 7,8% y el 8,6% del valor agregado de la Ciudad. El aporte de las IC en 2008 ha sido del orden del 8%, valor que resulta muy significativo si se lo compara con las grandes ramas de actividad de la economía porteña, superando 11 de las 16 grandes ramas de la actividad económica local. En 2008, las IC superaban en participación a ramas como “construcción” (6,32%), “Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria” (5,52%), “Servicios de hotelería y restaurantes” (4,99%), “Servicios sociales y de salud” (4,36%), y “Enseñanza” (3,52%), actividades que por sí mismas representan participaciones significativas. El conjunto de las IC ha crecido un 68,1% en términos reales (a precios constantes), a un ritmo superior que la economía porteña en su conjunto, la cual tuvo un crecimiento del orden del 63%. En 2008, el valor agregado por el sector fue del orden de 17.535 millones de pesos de ese año (unos 4.700 millones de dólares)”⁴.

Si se toma el período 1999-2009 se encuentra que existió una tasa de crecimiento del 70% en materia de empleo dentro de la ciudad. En cuarto lugar, las ciudades suelen conectarse globalmente con mucha mayor eficiencia y facilidad que los propios países. Los festivales internacionales suelen ser un escenario de circulación de los productos creativos, así como los mercados culturales y las rondas

de negocios cada vez más frecuentes. Los sistemas de distribución de la creación suelen estar también concentrados en las grandes ciudades que sirven de centro de circulación y sobre todo de envío de los bienes culturales a través de la televisión o la radio.

Las políticas culturales de nueva generación: el traslado de los ejes

Enfrentadas a un cambio de época las políticas culturales están transformándose. El concepto de política pública ha evolucionado conceptual y operativamente desde que se inició el debate sobre las políticas culturales en la segunda mitad del siglo pasado en la UNESCO. Han perdido el mayor peso que residía en el Estado, han ablandado las fronteras rígidas que las circunscribieron a una arquitectura institucional de carácter sectorial y han sido rebasadas por actores que acrecentaron la importancia de su presencia en la sociedad, como la comunidad internacional y los conglomerados empresariales. También se identifican más con percepciones y lugares globales, transnacionales y se han deslocalizado de los arraigos más firmes en que estaban ancladas en el pasado. Es cierto que las políticas se han convertido en guías de la gestión pública, sobre todo en Estados, pero también en regiones y ciudades, que aún mantienen su continuidad frente al rol protagónico de los gobiernos, que en algunos temas apenas tienen espacio de maniobra y que convierten en muy similares las propuestas de partidos, ideológicamente diferentes. El desplazamiento de los lugares de decisión de las políticas pone en vilo la capacidad real de negociación de los estados nacionales frente a los procesos y los ámbitos globales, sobre todo de decisión económica:

4 Anuario 2009 de Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires, Observatorio de Industrias Culturales, Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad, 2010, página 11.

algunas de las políticas culturales más importantes se juegan hoy en los tratados de libre comercio, que más que acuerdos arancelarios son determinaciones disciplinarias de hondo calado. La negociación de las cuotas de pantalla, los sistemas de subsidio para la creación y los creadores, las definiciones de los derechos de autor o las prerrogativas de los responsables de servicios de Internet, tienen un impacto inmediato sobre el funcionamiento de los medios y en general el acceso de los ciudadanos a los bienes culturales.

Dentro de los temas emergentes de estas políticas están precisamente los que se refieren a las industrias culturales y la diversidad⁵. Colombia ha generado un conjunto de políticas de los sentidos, la comunicación y las imágenes, que reúne la política de lectura y bibliotecas con las políticas de comunicación–cultura, la de cultura digital, la cinematográfica, el Plan Audiovisual Nacional y la política para el emprendimiento y las industrias culturales. Estas políticas culturales están unidas a las de las artes, la memoria y lo patrimonial, la de internacionalización y cooperación, la de la promoción de personas e instituciones de la cultura a partir de programas en que se invierten dineros públicos y las políticas territoriales.

Las políticas de los sentidos reúnen diversas expresiones de la comunicación, avanzan en áreas nuevas como las nuevas tecnologías, combinan una gran diversidad de actores como las industrias formales de la música, de lo audiovisual y las radios ciudadanas, los grupos de creación de contenidos virtuales o los productores de

video independiente y se mueven dentro de un rango de opciones que tienen que ver con el mercado, pero también con las actividades de organizaciones sociales y los intereses públicos.

La política de comunicación–cultura, se organiza alrededor de la inclusión, la diversidad y la creación y considera como sus niveles la información, la opinión, la expresión, la construcción de saberes y la movilización de la sociedad. Entre sus líneas de acción están el fomento de la cultura digital (centrada en la creación de contenidos), el fortalecimiento de las emisoras comunitarias y ciudadanas, el sistema de televisión pública y el sector de la comunicación comunitaria. La política cinematográfica colombiana ha sido un ejemplo de la incidencia de una política integral en el desarrollo de un sector. Acrecentó el promedio de los largometrajes, creó un fondo para la promoción del cine con recursos fiscales, impulsó el desarrollo de una infraestructura cinematográfica de mayor solidez, ha generado empleo, comenzado a encontrar inversionistas y formar públicos. Se critica los bajos índices de asistencia a las películas nacionales y la relación entre montos de financiación y resultados. La ley de cine fue un momento decisivo en el desarrollo de la cinematografía colombiana. Antes de la creación de la ley 814 de 2003, el promedio de películas nacionales apenas llegaba a 3 por año; esta cantidad se aumentó hasta 10 en el 2007, 13 en el 2008 y 12 en el 2009, un número que tiende a mantenerse en el 2010. Sobre el total de estrenos esto significa, sin embargo, un 5,6%. Evidentemente el cine que ven los colombianos es extranjero y fundamentalmente estadounidense. En el 2003, los espectadores de películas nacionales fueron 577.304, es decir, un 3,38% del total de espectadores de cine

5 Una mayor ampliación de este punto se encuentra en el Compendio de Políticas Culturales, Germán Rey (compilador), Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia, 2010.

Portafolio Comercial

Liderado por:

Cien años cumpliendo

Portada portafolio comercial del proyecto de industrias culturales de Cali.

en el país. En el 2007, fueron 2.373.658 espectadores (10,60%), en el 2008, 2.217.753 (10,02%), y en el 2009, 1.187.567, para un 4,29%. El total de espectadores de cine se ha incrementado en los últimos años pero desde el 2006, el número de espectadores colombianos ha disminuido sensiblemente. Del total de 214 películas estrenadas en Colombia durante el 2009, 136 fueron producidas en los Estados Unidos y tan solo 11 en Francia, 6 en el Reino Unido, 6 en México o 3 en Italia. La pobre circulación del cine latinoamericano en las pantallas nacionales es un fenómeno recurrente y

que no tiende a cambiar. En la práctica películas de otros países apenas se observan esporádicamente en los festivales y las muestras de cine o en las pocas salas de cine y ensayo existentes en las grandes ciudades del país. El promedio de salas de cine por 100.000 habitantes es de 1,2, la proporción de municipios del país con salas de cine 3,91% y las entradas vendidas por habitante, 0,84⁶.

6 Anuario Estadístico 2009, Dirección de Cinematografía, Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia, 2010.

El Plan Audiovisual Nacional, está logrando incorporar a jóvenes de sectores populares a la creación audiovisual como un mecanismo de pertenencia y diálogo con otros y la política de emprendimiento e industrias culturales tiene tres grandes ejes: el de la gran industria cultural, el de las empresas culturales y el del emprendimiento cultural⁷. Los estudios fluctúan la contribución de las industrias creativas al PIB colombiano entre el 1,8% que se encontró en la investigación del Convenio Andrés Bello, hasta el 3,3% que se propuso en el estudio coordinado por la OMPI y la Dirección General de Derechos de Autor⁸. La política de emprendimiento cultural combina la creación del Consejo de Competitividad de las Industrias Culturales, que reúne a los diferentes actores del sector, con la determinación de un CONPES de industrias culturales que es una manera de definir líneas de acción concretas comprometidas con asignaciones presupuestales del Estado. Se propone “visibilizar las industrias culturales como motor del desarrollo, frente a la institucionalidad del Estado, el sector privado y los organismos de cooperación internacional y la sociedad civil en general, para promover la inversión”. Pero también busca promover la investigación y el conocimiento sobre

las industrias culturales, fortalecer el sistema de formación profesional para la creación artística y cultural, fomentar la asociatividad entre creadores, productores, gestores e intermediarios, impulsar canales alternativos de distribución y circulación que valoren la creación local facilitando su acceso a mercados regionales e internacionales y construir un marco regulativo que impulse tanto los eslabones de la cadena productiva como las actividades transversales que le dan sustento⁹.

Políticas culturales como políticas de ciudad

Si en algo se ha avanzado en Colombia es en el papel que han tenido las ciudades en la definición de políticas culturales como parte de las políticas públicas de la ciudad. Más que ciudades creativas, en la más clásica acepción del término, se trata de ciudades que han reconocido la importancia de la cultura y el arte como articuladores de la convivencia, la participación y la integración urbana. Ciudades como Medellín y Bogotá se han pensado como proyectos de convivencia desde la educación y la cultura. Se trata de políticas que resaltan los vínculos entre la comunicación y la cultura urbana, la recuperación del espacio público y la reconstrucción de las ciudades desde la superación de su fragmentación social. Pero también que convocan a los habitantes de la ciudad a interactuar en la espacialidad pública, ya sea a través de la construcción de grandes proyectos de renovación urbana que acercan ciudades aisladas o claramente separadas, festiva-

7 Ministerio de Cultura de Colombia, Compendio de Políticas Culturales, Germán Rey (compilador), Bogotá, 2010. Existe versión electrónica en www.mincultura.gov.co

8 *Economía y cultura. Una aproximación al impacto económico de las industrias culturales en Colombia*, Bogotá: Convenio Andrés Bello y Ministerio de Cultura, 2001. *La contribución económica de las industrias del derecho de autor y los derechos conexos en Colombia*, Bogotá: Organización Mundial de la propiedad intelectual y Dirección Nacional de Derechos de autor, 2008.

9 Compendio de Políticas Culturales, *Política de emprendimiento e industrias culturales*, Bogotá: Ministerio de Cultura, 2010, páginas 566 y 567.

les públicos de salsa, hip hop o rock que promueven la interacción de los jóvenes de las diferentes clases sociales, redes de bibliotecas públicas en que la lectura o las nuevas tecnologías se asocian con las comunidades y estrategias de movilidad que humanizan el transporte, convertido en una tragedia urbana diaria. Los programas de Cultura Ciudadana de Bogotá y de Ciudad Educadora de Medellín, son dos buenos ejemplos. En el primero, la cultura se convierte en el centro de un triángulo cuyos otros dos polos son la moral y la ley y en que a través de estrategias de fuerte contenido simbólico, los ciudadanos interiorizan reglas que les permiten construir convivencia. “Por cultura ciudadana se entiende—dice Antanas Mockus, dos veces alcalde de Bogotá—el conjunto de actitudes, costumbres, acciones y reglas mínimas compartidas por los individuos de una comunidad, que permiten la convivencia y generan sentido de pertenencia”¹⁰. En el segundo, la ciudad se piensa desde el encuentro y éste se hace posible creando espacialidad pública inclusiva, en el que los ciudadanos recobran su sentido de ciudad por hechos concretos como disfrutar de una megabiblioteca en barrios que se habían caracterizado por la violencia y la inseguridad o el de recobrar la dignidad de la escuela pública, con construcciones de arquitectura bella incorporadas a la vida de la comunidad. “La palabra clave para nosotros es volver a encontrarnos—dice Sergio Fajardo, ex alcalde de Medellín—porque la violencia continuada encierra física, social y culturalmente. La gente

se mueve en un espacio reducido en la ciudad, solamente habla con los que se le parecen y quedan físicamente encerrados. Eso es fatal, porque todos somos ajenos a los otros. No hay ciudadanía, no hay solidaridad. Por eso nosotros tenemos que ir tumbando todas esas paredes y donde estaba la violencia cambiarle la piel a la ciudad. Por eso nosotros decimos que hay que construir nuevos espacios públicos en Medellín para encontrarnos. Y en los espacios donde estaba la desesperanza, donde estaban las condiciones mayores de pobreza, de dificultades y de violencia estamos llevando a cabo una transformación urbana”¹¹.

Mientras que algunas industrias culturales se afianzan, la diversidad oscila entre la reducción y la expresión; mientras que las políticas públicas buscan ir más allá del mercado generando mecanismos de creación y circulación más pluralistas, las estrategias comerciales se guían preferentemente por las oportunidades de rentabilidad y la captura de las audiencias. En estos movimientos dobles surgen tensiones que convierten a la cultura en uno de los espacios de concreción de los derechos civiles más importantes en las sociedades contemporáneas, uno de ellos, la diversidad. Hallada en las industrias creativas una vía hacia el desarrollo por el potencial económico que tienen pero también por la fuerza identitaria, de participación y de reconocimiento que poseen, la gestión pública tiene la misión de resaltar lo que siendo importante queda en el olvido, lo que se resiste a

10 Mockus, Antanas, “La ciudad es un aula”, En: *Aprendiendo de Colombia. Cultura y educación para transformar la ciudad*, Roser Bertran y Félix Manito (editores), Fundación Kreanta y CAB, Bogotá, 2008, páginas 69-74.

11 Fajardo, Sergio, “Cambiarle la piel a la ciudad” En: *Aprendiendo de Colombia. Cultura y educación para transformar la ciudad*, Roser Bertran y Félix Manito (editores), Fundación Kreanta y CAB, Bogotá, 2008, páginas 168-174.

involucrarse en las lógicas mercantiles movido por sus propias intenciones creativas, lo que busca que la cultura más que distanciar, incluya. Es en estas

dinámicas en donde se encontrarán de mejor manera las industrias culturales, con la diversidad, el desarrollo y la gestión pública de las ciudades.

Creatividad para todos

George Yudice



Página de inicio de la web actual de AfroReggae.

Especulación inmobiliaria e industrias creativas

Quisiera comenzar refiriéndome a dos de las ponencias dictadas en estas III Jornadas.

En primer lugar, decir que estoy totalmente de acuerdo con Allen J. Scott. En el Observatorio de Comunicación e Industrias Creativas que dirijo, en la Universidad de Miami, venimos mapeando la relación entre la especulación inmobiliaria y el surgimiento de las industrias creativas, y el resultado es justamente lo que dice Scott: la fase actual del capitalismo ha producido una dualización demográfica, por una parte el cognitariado, como lo llama él, y por otra la clase servil que la mantiene. La segmentación en Miami es muy pronunciada. Cuando se reventó la burbuja inmobiliaria, quedaron varias torres de condominios vacías y la pérdida de empleo ha sido brutal. Las campañas de atracción

de las clases pudientes vienen expulsando a los residentes de bajos ingresos, en su lugar se han instalado los clústers de diseño y de artes. El ingreso medio de los pobres no es suficiente para alquilar un estudio (ni un apartamento de una habitación), por lo que los afroamericanos, haitianos y otras poblaciones pobres han sido desplazadas de esta zona donde ahora está el distrito de diseño y el *arts district*.

En segundo lugar, quisiera hacer eco de las palabras de Danilo Santos da Miranda respecto a cierta tendencia a romantizar las favelas, pues mi ponencia tiene que ver justamente con las innovaciones que se ensayan allí y que no habría que entender como estetización de las favelas.

No haré más comentarios acerca de las teorías de las ciudades creativas o de la clase creativa, que se ha comentado muy

inteligentemente hoy. En otras ocasiones he intentado explicar por qué esas teorías son evidentemente inaplicables en los contextos latinoamericanos. Estoy pensando sobre todo en la teoría de Richard Florida. En esta presentación quiero detenerme en las respuestas de la clase servil, de su resistencia y su proactividad a seguir siendo servil. No voy a abordar los casos más obvios de esa resistencia, como serían los piqueteros, los ocupas, o el Movimento dos trabalhadores rurais sem terra (MST). Puesto que estamos en un encuentro que se ocupa de la creatividad, quiero presentar ciertas innovaciones desde abajo, que además no se acomodan a uno de los principios de la llamada clase creativa, la clase altamente calificada. Las iniciativas a las que me referiré las ponen en operación en su mayoría actores sin capacitación formal, pero quiero enfocar sus otros recursos de esos actores.

Sin entrar en detalles, quiero hacer el siguiente planteamiento: que en la transición a la democracia en Brasil a lo largo de los años ochenta y noventa, las nuevas formas de organización, muchas introducidas por ONG's y métodos de organización comunitaria, a veces impulsadas por la cooperación internacional, condujeron a buscar soluciones a los graves problemas de ciudades brasileñas. Desde luego, estos problemas no han desaparecido, pues su origen no está en las comunidades sino que son estructurales, en gran parte debidos a la corrupción en las élites, sobre todo en las fuerzas policiales e inclusive las fuerzas armadas. Los ataques de los narcotraficantes en Río de Janeiro en estos días nos recuerdan esta realidad. Quieren sembrar pánico para así descarrilar las preparaciones para la Copa del Mundo en 2014 y los Juegos Olímpicos en 2016. Se trata de una represalia por el éxito que

una nueva unidad de las fuerzas armadas –las Unidades Pacificadoras– ha tenido en las favelas del centro de la ciudad, justo como medida para mejorar la cara de Río de Janeiro.

Algunas de las iniciativas a que me refiero –iniciativas culturales y creativas– surgieron precisamente para sacar a los jóvenes del narcotráfico, pues suelen morir antes de llegar a los 20 años en las riñas entre bandas rivales o en las redadas policiales, que a menudo toman a cualquier joven negro por traficante. Antes de seguir, quisiera decir, que el modo de presentación hoy se asemeja más al trabajo del antropólogo que al del sociólogo o al del economista. Para entender el fenómeno, se necesita una descripción densa. Comencemos en 1993, cuando se hizo famosa la favela Vigário Geral debido a la masacre de 21 habitantes por parte de la policía, que balaceó indiscriminadamente a los ciudadanos inocentes en busca de la venganza contra los narcotraficantes que controlaban la favela y que habían matado a 4 de sus colegas el día antes, no para mantener el orden sino para capturar las drogas y revenderlas.

En 17 años la situación ha cambiado sobremedida y no se debe al liderazgo público ni a inmuebles icónicos, ni a la invasión de ingenieros de software, ni el cognitariado o diseñadores o arquitectos. Más bien, hoy en día llegan esas clases creativas a conocer Vigário Geral, si bien no a vivir allí, pues la favela habitada por las clases C y D. (Luego incidiré en las razones por las cuales se interesan las clases creativas por el desarrollo de Vigário Geral y de otras comunidades semejantes.)

¿A qué se debe el auge de Vigário Geral?

La puesta en marcha de la conectividad en complejas redes de apoyo y del liderazgo



Bloco AfroReggae 2014.

de individuos que soñaban con cambiar la realidad de la favela. No buscaron cambiar la imagen sino el tejido social mismo de su comunidad. No se trata de una iniciativa de branding. Y si bien sigue habiendo violencia debido al narcotráfico, la realidad y la imagen de Vigário Geral han cambiado, si bien siempre con el peligro de recaer en la violencia (Vigário Geral no fue una de las favelas involucrada en la violencia de estos días).

Si bien las teorías de las ciudades creativas no son muy válidas para situaciones como éstas. En Río de Janeiro —que ya es una ciudad sumamente segmentada— no hacía falta que se establecieran políticas de ciudad creativa para segmentarla, de hecho, en 1994, un periodista, Zuenir Ventura, escribió un libro muy importante llamado *Cidade Partida* [Ciudad dividida] para referirse a la situación urbana de Río de Janeiro y muchas otras ciudades brasileñas, eso no quiere decir que la cultura,

la comunicación y la cooperación no sean factores de cambio en estos contextos. En primer lugar, se viene presenciando un auge y una valorización de la cultura de las favelas y las periferias del Brasil. Ya no la estetización de la favela como en *Orfeo Negro* (por cierto, Cacá Diegues hizo una versión crítica llamada *Orfeu*, donde se ve claramente la violencia y la corrupción que reinan allí). La organización cultural y comunicativa pertenece más bien a otro factor que quiero señalar, y que he comentado más detalladamente en *El recurso de la cultura*. Los líderes de las iniciativas culturales en las periferias han aprendido a organizarse bien entre sí y además reticularse con actores de otras áreas y de todas las disciplinas de sus entornos. Por otra parte, las periferias se han valido de las nuevas tecnologías para incidir en los medios. Este último punto es muy importante, pues los jóvenes de las favelas están presentando una imagen

diferente a la que los noticieros o los romantizadores han presentado de ellos. Sus expresiones culturales son codiciadas, lo cual les proporciona cierta ventaja en las negociaciones con las grandes industrias culturales, ya que tienen la capacidad de difundir su trabajo por un sinnúmero de circuitos alternativos. A pesar de la brecha digital, hay gran capacidad de diseminar las expresiones culturales a través de Internet, de televisiones y radios, etc. No obstante, la televisión sigue reinando entre la mayoría de brasileños, razón por la cual cada vez más estos actores buscan ganar protagonismo en ella. Un ejemplo es el programa *Conexões Urbanas*, del coordinador del Grupo Cultural AfroReggae, que ha promovido la apertura de Vigário Geral al resto de Río de Janeiro. No es muy fácil entrar en las favelas para los que no residen allí, sobre todo si son de clase A o B. Las personas de clase media blanca no suele entrar por miedo a la violencia, pero en Vigário Geral se está creando una apertura no al turismo de favela sino al trabajo social.

Puedo ejemplificar estos puntos con una brevísima historia de AfroReggae. Luego de la matanza antes mencionada, el coordinador de AfroReggae, José Júnior, se propuso crear un espacio a partir de la cultura, y darles mediante el mismo, una alternativa a los jóvenes de las favelas que se encontraban entre la espada de los narcotraficantes, que los reclutaban como carne de cañón para vender drogas, y la pared de la policía, que presumía que todo adolescente negro es un delincuente. Como DJ, Júnior optó por la música que más gustaba a estos jóvenes: funk y rap. Creó una banda de percusión que con el tiempo fue incorporando otros instrumentos y músicas. En el contexto de la grave crisis de violencia a mediados de los noventa,

Júnior entró en una red de actores que colaboraban en estrategias para eliminar la violencia. Entre ellos estaban los líderes más creativos de las llamadas Acciones Ciudadanas Contra el Hambre (Betinho) y contra la violencia Viva Río (Rubem César Fernandes), y también periodistas de prensa y televisión, funcionarios públicos, abogados, y sobre todo grandes personalidades del mundo de la cultura y las artes, algunos de los cuales, como los músicos Caetano Veloso y Gilberto Gil, la actriz y animadora televisiva Regina Casé, la funkeira Fernanda Abreu, el rapero MV Bill, y el productor y antropólogo Hermano Vianna se convirtieron en padrinos de los jóvenes; éstos y otros ofrecieron pasantías para que los jóvenes se profesionalizaran en música y medios.

Al cabo de 7 años ya estaban preparados para lanzar su primer CD, *Nova cara*, que se refiere a la nueva cara de la favela, que usa la cultura para combatir la exclusión. En 2006, lanzaron su segundo CD, *Nenhum motivo explica a guerra* y en la actualidad están grabando el tercero. Júnior y su amplio círculo de colaboradores fueron multiplicando las bandas y otros actos, como las tropas de circo y teatro. AfroReggae opera como un centro cultural, pero no creado por la institucionalidad pública sino por ellos mismos, con sus propios esfuerzos y los recursos que provienen de los colaboradores en red. Y ya en los primeros años de existencia de AfroReggae, fueron llevando sus obras a otras favelas donde hacían conciertos, pero también talleres con los habitantes, talleres donde trataban temas como el problema de la droga, la educación, como salirse de la relación con el narcotráfico. También llevaron sus actos a la televisión y a través de una red de colaboradores, constantemente en



Afro Lata, grupo artístico de AfroReggae en Rock in Rio.

expansión, lograron llevar sus conciertos a capitales europeas, latinoamericanas y estadounidenses. Eso les dio una enorme visibilidad, y legitimidad, que es justamente lo que se necesita hoy en día para sentar una base para la intervención pública. Es decir, no pueden ser invisibles; tienen que presentarse, y hacerlo en sus propios términos y no los términos que les crea la prensa.

Hoy en día son una gran empresa que maneja 12 bandas, otras tantas compañías de circo, entrenadas por el Cirque du Soleil, programas educativos, y un nuevo centro cultural que costó 6 millones de reales (más o menos 3,5 millones de dólares o 2,5 millones de euros). Aportan, la parte que es empresa, el 30% de sus ingresos a la ONG AfroReggae, que, junto con subsidios, donaciones y otros ingresos, financia su trabajo social en las favelas de Río de Janeiro, que no se

limita al arte y el entretenimiento sino también a educación, capacitación, etc.

La importancia de AfroReggae no radica solo en el hecho de que dan una alternativa a los jóvenes de las favelas; reside más bien en la articulación a lo largo y ancho de la sociedad carioca, brasileña e internacional, pues así se busca dar valor a estos jóvenes. Cabe decir, que a lo largo de los años se vienen capacitando junto con Júnior y los otros jóvenes que crean nuevas iniciativas, sea en música, en nuevos medios, en publicidad, y en servicios sociales. Esta labor de conexión y apertura de espacios públicos es de lo más importante en la constitución de una cultura con pretensiones a la igualdad. Digo con pretensiones, porque Brasil está muy lejos de una socialdemocracia equitativa, si bien el gobierno actual ha logrado sacar a 20 millones de la pobreza en sus 8 años de gestión. Es decir, este entorno político y de gestión pública ha creado grandes

posibilidades para el trabajo de estas iniciativas de acción cultural. El trabajo de AfroReggae, como el de otros colectivos en favelas: Nós do Morro, iniciativa que hace su acción cultural y social por medio del teatro en muchas favelas; Central Única das Favelas (CUFA), iniciativa que proporciona entre otras cosas equipamientos de cine y video para que los residentes puedan hacer sus propias narrativas acerca de sus vidas (por cierto, una de las primeras narrativas audiovisuales se hizo en respuesta a la imagen que la película *Ciudad de Dios* creó de los favelados, ya que algunos de los fundadores de CUFA son de la favela Ciudad de Dios; Observatório das Favelas, aprovechan las expresiones culturales para incidir en espacios públicos que trascienden su localidad, atrayendo así a otras clases, si bien no para convivir en sus barrios pero sí para colaborar. Contra la segmentación que prevalece, estas iniciativas buscan la sociabilidad y hasta cierto punto han logrado reticular a colaboradores de todos los sectores de la ciudad.

Esa capacidad de convocatoria no se logra solo con la acción interpersonal, también requiere de una proyección mediática. Por una parte se logra “construir o ampliar una visibilidad positiva para los habitantes de las áreas segregadas,” y también generar “otro tipo de discurso sobre la periferia” (Freitas, 2009: 43), adueñándose, por así decir, del encuadramiento de sus valores, sus modos de vida, sus expresiones, en fin, su cultura. El antes mencionado programa televisivo *Conexões Urbanas*, del coordinador de AfroReggae, José Júnior, ejemplifica estas aseveraciones. “En el mundo de hoy, más de mil millones de personas viven en periferias: muros, alarmas, perros guardianes son parte del paisaje urbano. El apartheid social, la inercia del miedo, la

falta de información, el prejuicio. Éste no es un programa de televisión, es el brazo televisivo de un movimiento sociocultural. Es el coronamiento de una trayectoria que finalmente llega hasta la televisión y a través de ella se articulan los próximos pasos. El objetivo es crear un puente... en donde se integren las clases sociales diferentes, negro, blanco, rico, pobre, y todo el mundo se encuentra en la misma conexión. A partir de ahora, vas a conectarte al pensamiento más innovador en salud, educación, medio ambiente, arte, tecnología social y sobre todo paz. Esto es conexiones urbanas.” Lo que quiero mostrar aquí es que son las clases faveladas mismas que están manejando la innovación cultural, social y tecnológica. En otro de los programas de *Conexões Urbanas* vemos el planteamiento sobre la innovación. Júnior entrevista a innovadores en todas las áreas de la vida social, desde la moda a la innovación empresarial, siempre y cuando tengan como objetivo la inclusión social. “Un emprendedor es un tipo que hace que las cosas acontezcan. Un tipo que inventa una cosa desde cero y pone la rueda a girar. Hoy *Conexões* tira el puente entre Río y São Paulo. Entre el mayor fomentador de la cultura funk en el Brasil y un joven empresario paulista. Dos emprendedores de universos opuestos, pero con una meta en común: inclusión social.” Júnior y los jóvenes de AfroReggae pueden codearse hoy en día con emprendedores innovadores sin haber terminado la secundaria en la mayoría de los casos, si bien esa realidad ha empezado a cambiar debido a las capacitaciones que AfroReggae proporciona para tomar los exámenes vestibulares para entrar en la universidad.

La gestión de AfroReggae y los otros colectivos que he mencionado genera



Fotograma de la producción audiovisual de AfroReggae de la segunda temporada de *Conexoes Urbanas*.

ingresos, desde luego. Ya hace 6 años la rama empresarial de AfroReggae generaba 6 millones de reales por año, un millón provenientes de la comercialización de productos de vestuario y de eventos (Freitas, 2009: 43) y emplea directamente a más de 170 personas, muchas de ellas de clase media, como promotores y abogados. Además, creó el programa *Empregabilidade* [Empleabilidad] en alianza con instituciones financiadoras como el Banco Santander, que confían en la efectividad de AfroReggae para conectar a miembros de su comunidad local con empleos legítimos. En agosto de 2010 *Empregabilidade* contaba con 1.125 personas con contratos formales y derechos laborales, 685 de ellas ex-prisioneros o individuos antes involucrados en actos criminales (Keller, 2010).

AfroReggae tiene actividades en 61 favelas y en muchas ciudades alrededor del mundo, con el apoyo de decenas de fundaciones, empresas y gobiernos municipales. Más allá

de los beneficios que generan para estas comunidades, también aportan una serie de instrumentos de efectiva democratización a los diversos actores que transitan por esa red. Un buen ejemplo es la intervención de AfroReggae en las políticas de seguridad. A partir de su experiencia como negociadores de conflictos, por necesidad, y de su búsqueda de concienciar a la policía acerca de los abusos policiales cometidos en las favelas, AfroReggae entró en el *Projeto Juventude e Polícia*—un programa diseñado conjuntamente con el Centro de Estudos de Segurança e Cidadania, de la Universidade Cândido Mendes y la Secretaria de Defesa Social—para trabajar con cuerpos policiales para reformar el concepto y la práctica de la seguridad.

Para dar una idea de la densidad de las redes que fomenta y en que participa AfroReggae, cabe mencionar que el proyecto de Juventud y Policía también involucró a Luiz Edoardo Soares, entonces

secretario de seguridad de Río de Janeiro y luego co-autor con dos policías de la novela *Elite da tropa* en que se basa la exitosa película *Tropa de elite*. Soares colaboró, además, con otro padrino célebre de AfroReggae, el rapero MV Bill, en unos estudios sobre el impacto del narcotráfico en los jóvenes de las periferias de nueve ciudades de Brasil: *Falcão: Los niños del tráfico*. Y con su productor, Celso Athayde, escribió otros libros sobre *Cabeça de porco* (que en jerga carioca quiere decir “problemas sin soluciones”) y *Falcão: Mulheres e o Tráfico*. Celso Athayde, a su vez, es el fundador de Central Única das Favelas o CUFA, que como AfroReggae, es una iniciativa mixta, entre empresa (tienen un sello de hip hop y una productora de audiovisual) y organización sin fines de lucro dedicada a la acción social.

CUFA pone a la disposición de los moradores varios equipamientos de video y les ofrece capacitación y espacios de proyección y comentario. Como explica el sitio de CUFA Ceará, “CUFA es una organización nacional que surgió de la unión de jóvenes de varias favelas de Brasil, especialmente jóvenes negros que buscaban un espacio en la ciudad para expresar, de diversas formas, sus inquietudes e intereses. En su mayoría pertenecían al movimiento Hip Hop o estaban influenciados por él. A partir de diferentes encuentros, descubrieron que juntos sus capacidades crecían y así se organizaron en torno a un ideal: transformar las favelas. De este modo, la función de CUFA es organizar, incentivar y legitimar el discurso de las comunidades de la periferia, en una sociedad donde los prejuicios sobre el color, la clase social y el origen, aún no han sido superados” (CUFA, Ceará). El espacio que CUFA

ayuda a abrir, no se encierra en la favela sino, como en el caso de AfroReggae, se expande e interesa a otros en lo que hacen los favelados.

Otro integrante de AfroReggae, Ecio Salles, ex-jefe de prensa del grupo, luego integrante del consejo editorial de la revista *Conexões Urbanas*, es ahora secretario de cultura de la ciudad de Nova Iguaçu, que queda a una hora al noroeste de Río de Janeiro. Fue vice-secretario de Marcos Vinícius Faustini, que fundó uno de los proyectos más interesantes en barrios periféricos: La Escola Livre de Cinema. Es un modelo de política cultural para la nueva época. “Captar del territorio imágenes que revelen su mirada y su lugar en el mundo recibiendo estímulos de diversas técnicas, circulando por las artes-plásticas, cordel (folletines populares), literatura, técnicas fotográficas, edición de imágenes, de sonido, de luz y el universo de la palabra. En este ambiente de descubrimientos y experimentaciones los alumnos van construyendo sus imaginarios y hacen posible el acceso a los recursos digitales. Construyen, transforman y exhiben sus universos.” Faustini también creó la Escola Livre de Música Eletrônica, que ya se integró a la primera y sirve para la creación de las bandas sonoras de las películas. Estas escuelas son parte del proyecto Reperiferia en el barrio Miguel Couto de Nova Iguaçu. Los estudiantes desarrollan relatos audiovisuales sobre su experiencia en la ciudad. Incluso algunos estudiantes han ganado premios por sus videos. Además de asistir a clases, los estudiantes visitan iglesias, clubes, parques de bomberos... que se transforman en lugares de estudio y construcción del conocimiento. Por lo tanto, se integra la enseñanza, la vida comunitaria y los nuevos lenguajes. Asimismo, Ecio creo un programa para



Fotografía que ilustra la noticia de la celebración de los 24 años de AfroReggae.

la democratización del libro y la lectura, pues si bien como comunicador promueve las nuevas tecnologías, como escritor promueve la lectura. En los espacios de su biblioteca circulante, ha reunido a muchos de los intermediarios que vienen abriendo espacios públicos en las ciudades del Brasil: Helóisa Buarque de Hollanda, gran promotora de la producción cultural de las periferias en los programas de posdoctorado y de investigación que ha creado en la Universidad Federal de Río de Janeiro y en su editorial, que tiene una colección dedicada a estos temas, y que ha publicado libros de Júnior, Êcio, Faustini y otros, como Sérgio Vaz, que es uno de los mayores creadores de espacios abiertos en São Paulo. En su cooperativa de la periferia, Cooperifa, Sergio reúne unas 500 personas semanalmente en su sarau o sesión de micrófono abierto, muchas de ellas de los barrios de clase media y media alta.

Podría seguir tirando del hilo de estas redes de intermediarios que abren espacios y zurcen esfuerzos, pero concluiré con otra enorme red que ha dinamizado a las ciudades periféricas del Brasil. Debido a la dificultad de producción y diseminación, un grupo de estudiantes universitarios en la ciudad periférica de Cuiabá en el Estado de Mato Grosso empezó a intercambiar servicios (grabación, diseño para carátula de CD, promoción y notas de prensa, programación de conciertos, etc.) sin cobrar. Al poco tiempo acuñaron su propia moneda (el cubo) que lograron que fuera aceptada en negocios, restaurantes y eventualmente en bancos. Luego de esta experiencia, se van formando otros puntos con la asesoría de Cuiabá, y al poco tiempo surgen puntos fuera de eje en ciudades como Rio Branco, Uberlândia y Londrina. Hoy hay 72 ciudades con sus puntos fuera de eje que organizan festivales, tiradas de CD, grabación, capacitación, no solo en música

si no en todas las competencias que fueron adquiriendo en organización, difusión, promoción, contabilidad alternativa, esta última que les permite administrar y aprovechar su patrimonio de trabajo, es decir, gestionar. Todas estas competencias operan con programas de software libre. Podría decirse que han dinamizado un mercado alternativo de colaboraciones, sumando cada vez más pequeñas iniciativas periféricas de música. Se han sumado áreas de trabajo creativas como diseño, artes visuales, comunicación. Los 72 puntos están distribuidos en los 27 estados de Brasil, administran 44 portales/blog y alimentan diariamente el portal Fora de Eixo, central de noticias del Circuito. Tiene su propia TV en la web y producen más de 59 festivales al año, incluyendo el más grande, Grito Rock. En 2009, pusieron en circulación 1.000 bandas. También han entrado en Argentina, Uruguay, Bolivia y más recientemente en Centroamérica.

No debe sorprender que el Circuito Fora do Eixo y CUFA se hayan unido para integrar a los jóvenes de clase media y a los de los barrios periféricos en una nueva visión para el país. Cabe añadir que están creando su propia universidad para investigar y propagar los conocimientos logrados en la práctica.

Para finalizar, simplemente quiero referirme al argumento que articulé al comienzo: hay una enorme creatividad en las favelas y otros contextos periféricos. Los jóvenes a que me he referido

han logrado innovaciones que no han podido ni imaginar muchos egresados de universidades, y que ahora son tema de investigación, como lo es también la economía solidaria. No he hablado de grandes equipamientos, de inmuebles insignes, de miles de millones de generación de ingresos ni de la elitización de zonas urbanas, pero creo que he mostrado que un espacio público, aun en condiciones de violencia, puede ser construido y disfrutado por todos, *with a little help from their friends*, de sus redes de colaboradores. Entre esos colaboradores está el Estado y su programa Puntos de Cultura que según su creador, Célio Turino, representan ese punto de mediación entre vida e sistemas, promoviendo una ‘acción comunicativa’ entre ellos (Turino, 2009: 137). “Son nuevas formas de romper el silencio y ejercer el protagonismo” (Turino, 2009: 21). El programa proporciona a las iniciativas 180.000 reales y un “estudio multimedia” para que puedan aprovechar las nuevas tecnologías, así que se van convirtiendo en cognitariado desde abajo, reivindicando sus modos de vida y compitiendo cada vez más en el entorno mediático. Así van buscando extender sus derechos de ciudadanía y proyectarse como protagonistas de la sociabilidad.

Agradecimientos

Al Ayuntamiento de Zaragoza y a la Fundación Kreanta.

Cultura y Creatividad en la nueva geografía económica: apuntes sobre la experiencia mexicana

Ernesto Piedras



La Biblioteca Vasconcelos en Ciudad de México.

*“¿A qué te suena la Ciudad de México?
Para constatar que son los géneros musicales los que han rebasado
los límites geográficos, y no la geografía la que los identifica.”*

María Fernanda Olvera, Sonidos Urbanos¹

Introducción

Más allá de la relación conceptual entre la cultura y la economía, es en tiempos recientes que en América Latina se aplica el enfoque de lo que podría ser denominado el Sector Económico de la Cultura y la Creatividad, inicialmente

con la medición de su contribución o generación de valor en términos del Producto Interno Bruto, inversión, empleo y comercio, entre otros.

¹ Olvera, María Fernanda (coordinadora), Sonidos Urbanos, (México, 2007).

En la región recién se han comenzado a explorar y a desarrollar algunas más de sus implicaciones como sector económico, como la generación o identificación de indicadores cuantitativos y estadísticos, el diseño y ejecución de una política económico-cultural, estrategias de eslabonamiento del sector económico cultural con otros sectores económicos, y en fin, de aquellos aspectos que llevan al reconocimiento integral de la cultura como un motor de crecimiento y de desarrollo económicos.

Todo, hasta el momento, en una escala nacional, en el más avanzado de los casos.

Así, más novedoso aún resulta cuando todo esto se busca transferir a la dimensión urbana y municipal en la región latinoamericana, en donde típicamente escasea la información primaria necesaria para la elaboración de estudios al respecto. Recientemente se han elaborado estudios de cuantificación del sector económico en algunas ciudades y áreas metropolitanas como es el caso de la Ciudad de México y Puebla, en México, Medellín en Colombia y Buenos Aires en Argentina.

El Reino Unido, Europa y Norteamérica han migrado la unidad del análisis hacia las ciudades creativas, en la cuantificación y análisis de su economía creativa.

En México, diversos estudios ya replicados a lo largo del tiempo han demostrado que la cultura es, simultáneamente, un motor de crecimiento y desarrollo económico a través de las denominadas Industrias Culturales. Es decir, que al contar conjuntamente con los componentes de crecimiento y de bienes, cuenta también, de manera destacada, con el carácter dual del desarrollo integral, al ser el único sector de la económica que simultáneamente conjuga ambos efectos, bienestar y crecimiento.

En el ámbito latinoamericano, la pregunta frecuente de la academia, de los responsables de la política pública, del grueso de la sociedad, e incluso en limitadas ocasiones de los responsables de la política cultural, ha sido para qué sirve este cúmulo de reflexiones y ejercicios aplicados de las ciencias sociales y, en particular, de la Ciencia Económica Aplicada. La respuesta se orienta a que las Industrias Creativas y Culturales, cuyo insumo distintivo es el de la creatividad como un insumo productivo, se constituye como un insumo productivo que da lugar, detona y maximiza el aprovechamiento social de un insumo productivo que es ese, la creatividad.

Se puede proponer que ese insumo puede traspasar fronteras a través de una creciente diversidad de canales de distribución.

Pero es importante para los fines de este foro que, en este tipo de actividad económica, la aglomeración de la actividad económica basada en la creatividad es un proceso normal en nuestros días que sucede por consideraciones de eficiencia económica. En estos términos, son las personas y las empresas las que determinan el desarrollo de estas aglomeraciones, de la misma forma que las aglomeraciones culturales son determinadas por las personas y las Industrias Culturales y Creativas.

Típicamente, la repartición de recursos naturales en el territorio global no se ha dado de manera homogénea. Algunos países han tenido la fortuna de contar con una cantidad y diversidad importante de éstos, mientras que otros, ya sea por su tamaño o su ubicación, no cuentan con una dotación significativa de ellos. Esto, entre otras cosas, ha contribuido a generar una brecha de desarrollo entre los países. Sin embargo, la creatividad es



Actuación de grupo de hip hop en las Jornadas Ciudades Creativas de Monterrey.

un insumo cuya distribución no toma en cuenta consideraciones geográficas. Así, las industrias creativas representan una oportunidad irremplazable para generar desarrollo en diversas regiones y ciudades en todo el mundo, especialmente en los países en desarrollo. Aunque la repartición inicial de la creatividad es relativamente homogénea, ésta puede cambiar en función de los incentivos que tengan los creadores y demás participantes en este tipo de industrias.

En México, como en todos los países del mundo, la creatividad, y consecuentemente la cultura, tiende a concentrarse en regiones específicas o clústers.

Un claro ejemplo de la experiencia de los Estados Unidos de América es Silicon Valley en California, un clúster de desarrollo tecnológico compuesto de miles de empresas, muchas de las cuales tienen como insumo principal la creatividad (desarrollo de software, por ejemplo). Es claro también que el enfoque de este ensayo no es tan solo la creatividad, sino la creatividad de carácter simbólico, es decir, nuestra cultura.

La concentración de las actividades económicas se puede atribuir solo en parte a las diferencias en las características subyacentes, como la geografía del lugar

o los recursos que ahí se encuentren. De hecho, una explicación de la concentración espacial de las empresas, los consumidores y trabajadores se encuentra directamente relacionada con la existencia de externalidades positivas dentro de las llamadas “economías de aglomeración.”² Esto es, que la concentración por sí sola crea un entorno favorable para la ubicación de la actividad económica, aumentando la productividad e incentivando el crecimiento. De esta manera surgen las ciudades creativas, clústers urbanos que por su tamaño y aglomeración propician la creatividad y el consumo de bienes y servicios derivados de ésta.

Así, por ejemplo, Ciudad de México es identificable como una unidad social, económica, con demarcaciones políticas, pero también con una dinámica y vibrante unidad cultural, que contiene elementos patrimoniales, que genera y atrae creatividad en términos de una vasta diversidad. Y que, con todo, se constituye en una fuente de generación de riqueza artística, económica y cultural.

Economía basada en la Cultura y la Creatividad en México, Ciudad de México y Puebla

La creatividad es cada vez más un elemento central de las economías contemporáneas.

Ello se debe fundamentalmente a la migración de las economías desde la predominancia de la industria hacia

la predominancia de los servicios y el surgimiento de la denominada “Nueva Economía”, basada principalmente en la información.

Esta información necesita de medios para su difusión y de contenidos cuyo insumo esencial es la creatividad. Las tendencias mundiales apuntan hacia la cuantificación de otras actividades con el mismo insumo esencial, como la publicidad y el diseño, en conjunto con las Industrias Culturales tradicionales.

Pero nuevamente surge el esencial de la creatividad, como el insumo esencial para la hoy llamada sociedad de la información y el conocimiento.

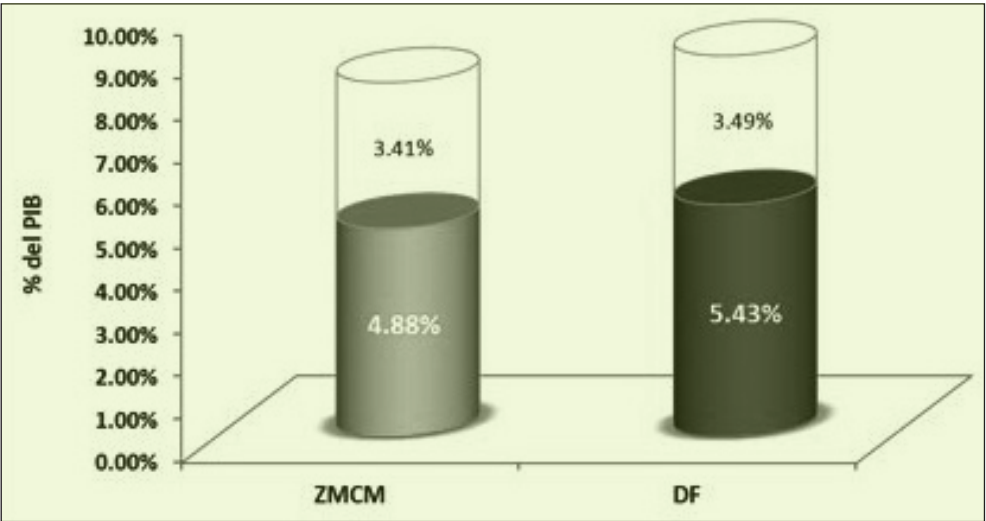
Si bien existen estudios que cuantifican la importancia de la economía creativa en la economía nacional, apenas se han realizado. Mucho menos aún en los ámbitos municipales y de ciudad específica.

Así, se ha demostrado en numerosos estudios, en México y en el mundo, que la cultura es un sector económico importante para cualquier país e incluso cuenta con mayor importancia relativa si se le compara con otros sectores más tradicionales como la construcción o la agricultura. En el caso de la creatividad urbana, esta no es la excepción. Incluso se puede decir que los efectos positivos del sector económico de la cultura se multiplican en ese ámbito urbano, debido a la cantidad de oportunidades y opciones que las ciudades presentan tanto a consumidores como a productores de bienes y servicios de sus servicios derivados.

En este análisis se repasa la contribución de las Industrias Culturales y Creativas en la economía de Ciudad de México y Puebla en la producción de sus respectivas dimensiones geográficas.

2 Una externalidad es un beneficio o un costo que no refleja su precio real en el mercado. Las externalidades pueden ser tanto positivas como negativas. Una externalidad positiva se produce cuando las acciones de un agente aumentan el bienestar de otros agentes de la economía, mientras que la negativa se produce cuando las acciones de un agente reducen el bienestar de otros agentes de la economía.

Actividades Culturales y Creativas. Porcentaje del PIB de la ZMCM y el DF 2003



Fuente: Elaborado con base en los Censos Económicos 2003 del INEGI.

Valor añadido de Ciudad de México

La Zona Metropolitana de la Ciudad de México se constituye por un conjunto de 57 municipios y/o delegaciones que incluyen las dieciséis delegaciones que integran el DF y que, por cuestiones de crecimiento demográfico, fue creciendo hasta abarcar cuarenta municipios del estado de México y uno del de Hidalgo.

Es importante señalar que la mayoría de las estadísticas que hacen referencia al PIB de México se encuentran desagregadas a nivel nacional y estatal, razón por la cual es difícil encontrar un PIB específico para la ZMCM; sin embargo, algunas estimaciones señalan que la ZMCM es equivalente al 93,7% de la suma del PIB del estado de México con el PIB del Distrito Federal.

Para el año 2003, las cuatro primeras categorías de las actividades basadas en la cultura y la creatividad registraron una aportación al PIB, sin incluir a la Economía Sombra (actividades infor-

males, ilegales y otras no consideradas por las estadísticas generadas de manera oficial) de la ZMCM del 4,88%. Al incluir el componente de la Economía Sombra asciende al 8,29%. Este elevado porcentaje resulta de efectos combinados tanto de oferta (aglomeración de creadores y artistas, infraestructura cultural disponible, capacidad de divulgación, por mencionar tan solo algunos) como de demanda (poder adquisitivo, hábitos culturales, etc.).

Al acotar la medición geográficamente para considerar solo al Distrito Federal, las cuatro categorías de la economía formal tuvieron una aportación del 5,43% con respecto al PIB del DF, que se eleva al 8,92% al incluir la Economía Sombra.

Actividades Culturales y Creativas. Porcentaje del PIB de la ZMCM y DF 2003

La diferencia de 0,63 puntos porcentuales que se presenta entre la aportación de las actividades económicas totales (0,55



Zócalo de la ciudad de Puebla.

puntos porcentuales, si se excluye el componente Sombra) basadas en la cultura y la creatividad de la ZMCM y del DF se debe principalmente a la aglomeración de actividades culturales que presenta el DF a diferencia de los municipios restantes que conforman a la ZM.

Como en otro tipo de sectores, la aglomeración de industrias culturales es un proceso normal en nuestros días, que sucede por consideraciones de eficiencia económica. En estos términos, son las personas y las empresas las que determinan el desarrollo de estas aglomeraciones, de la misma forma que las aglomeraciones culturales son determinadas por las personas y las actividades Culturales y Creativas.

Valor añadido de Puebla

En el caso de la ciudad de Puebla, las industrias culturales y creativas contribuyen con el 7,26% del Producto

Interior Bruto del ámbito geográfico en análisis. Las cuatro primeras categorías de industrias, base, interdependientes, parcialmente relacionadas y no dedicadas, generaron el 5,12% del producto. Esto representa la economía formal y legal de las industrias culturales de la ciudad. Adicionalmente, el componente de Economía Sombra representó un piso cuantitativo de 2,12 puntos porcentuales de la producción local.

Actividades Culturales y Creativas. Porcentaje del PIB de la Ciudad de Puebla 2003

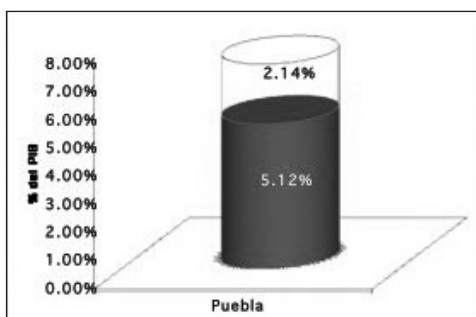
A partir de estos resultados, se puede concluir que Puebla es también una ciudad creativa equiparable, pero a la vez contrastable, con la correspondiente al área metropolitana de la Ciudad de México.

De manera sorprendente, la autoridad del gobierno local (conjuntamente su

Instituto de Cultura y la Secretaría de Desarrollo Social) ha identificado esta realidad y este potencial. Sin duda, un evento que, más que novedoso, resulta pionero para México y Latinoamérica.

Así, hoy día se desarrolla un proyecto integral basado en la cultura y la creatividad locales, que además del análisis estadístico de su peso en la economía de la capital poblana, comprende un censo económico de la cadena productiva de los creadores en la región y un mapeo georreferenciado de la cadena productiva de las distintas unidades económicas del sector.

Actividades Culturales y Creativas. Porcentaje del PIB de la Ciudad de Puebla 2003



Fuente: Elaborado con base en los Censos Económicos 2003 del INEGI.

Todo, con el fin de fundamentar mejor el desarrollo de políticas públicas integrales, que también sean puntuales y eficientes para detonar la economía de la cultura en la región y así promover el desarrollo de la ciudad.

Economía de la Cultura y la Creatividad en México: una Perspectiva Comparada

Esta sección revela el valor calculado para las ICCs como aportación al PIB de cada ámbito regional, a nivel nacional,

del Distrito Federal y de Puebla. Destaca el Distrito Federal, la mayor ciudad del país, que cuenta con una participación del 8,92% del PIB de su cobertura geográfica, por encima del promedio nacional del 7,3% del PIB.

Actividades Culturales y Creativas. Porcentaje del PIB de la Región Respectiva 2003

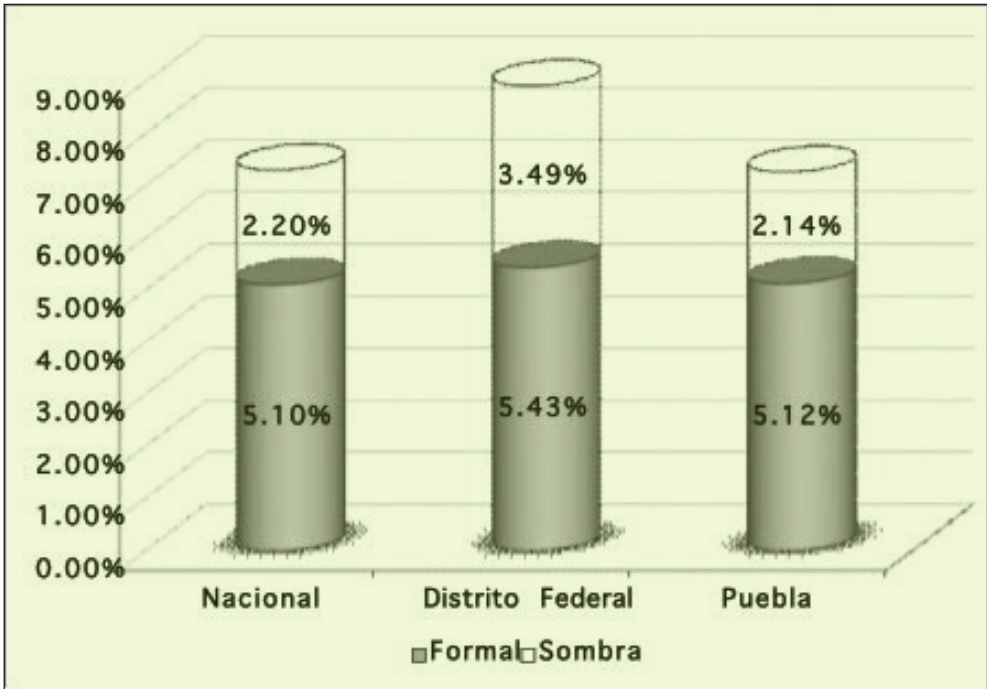
Llama la atención que la Economía Sombra en el sector cultural en las ciudades creativas derivados de la aglomeración, los goza la economía informal por lo que atañe al DF. Esa ciudad, capital de México, cuenta con un elevado componente de Economía Sombra (3,49% en comparación con el 2,20% nacional).

Acerca de la Economía de Aglomeración

Tanto la actividad económica basada en la cultura y la creatividad como las demás actividades e insumos económicos, se distribuyen de manera desigual en el espacio.

Tradicionalmente, se ha pensado que la principal explicación de las diferencias de las estructuras de producción entre las regiones se debe a sus características subyacentes (geográficas, tecnológicas y de disponibilidad de recursos). En este marco, la integración económica lleva a que las regiones se especialicen únicamente de acuerdo con sus ventajas comparativas. En este contexto, dado que la creatividad es un insumo cuya distribución no toma en cuenta consideraciones geográficas, deberíamos observar que las Industrias Creativas se desarrollen de manera homogénea en regiones similares. Siendo que no se observa este fenómeno, necesitamos un marco conceptual más amplio que nos ayude a explicar el por qué de la

Actividades Culturales y Creativas. Porcentaje del PIB de la Región Respectiva, 2003



Fuente: Elaborado con base en los Censos Económicos 2003 del INEGI.

agrupación de las Industrias Creativas típicamente en centros urbanos.

Contribuciones teóricas de la llamada Nueva Geografía Económica (NGE) han desarrollado un novedoso enfoque acerca del modo en el que se estudia la localización de la producción, en la que una empresa o ente económico tiende a agruparse en cierta región o clúster, y que regiones con características similares puedan tener aglomeraciones totalmente diferentes. Esta rama de la economía trata de responder preguntas como: ¿por qué la actividad económica se suele concentrar geográficamente?; ¿cómo evoluciona la distribución económica?; y ¿qué factores hacen que evolucione? Todo esto bajo un enfoque de retornos crecientes a escala³,

costos de transporte y movilidad de los factores de la producción como principales explicaciones de la concentración de la actividad económica.

El primer paso para entender el enfoque que da la NGE a las aglomeraciones es percatarse de que muchas industrias muestran rendimientos crecientes a escala, lo cual implica que el beneficio generado por una unidad adicional de un insumo aumenta conforme aumenta la producción de ese bien. Gracias a esta característica en la producción existen las aglomeraciones;

unitarios del producto. Por lo tanto, decir que una industria tiene retornos constantes a escala significa que el costo unitario de producir un bien es el mismo que producir en mayor cantidad. De la misma forma, en una industria con rendimientos crecientes a escala, los costos unitarios de producción disminuyen en cuanto la cantidad producida aumenta.

3 Los retornos a escala se definen como la relación que existe entre la producción y los costos

es decir, si existieran rendimientos constantes en todas las industrias convendría producir cada elemento prácticamente en el mismo lugar en el que se va consumir, puesto que el costo unitario no disminuiría en función del volumen.

Por lo tanto, la lógica económica establece que el producto sea producido en gran escala en un solo lugar, aprovechando los rendimientos crecientes, y sea distribuido al lugar donde será consumido. Con esta distribución de la producción, los costos de transporte son menores que el costo de producir localmente, lo cual genera las ya mencionadas aglomeraciones, derivadas de la minimización de costos que hacen todas las empresas.

No cabe duda de que este principio es frecuentemente contradictorio con la experiencia de los artistas y creadores, quienes es de reconocer que no frecuentemente se interesan en aprovechar ese beneficio de eficiencia derivado de la escala de producción.

Pero en general, la cultura es un claro ejemplo de una industria con rendimientos crecientes a escala tanto por sus altos costos fijos como por la especialización necesaria. Por esto, las industrias creativas no están distribuidas de manera homogénea sobre un territorio dado, sino que se concentran en determinados lugares. Además, es importante mencionar que el principal insumo de las industrias creativas, la creatividad, es fácilmente desplazable hacia grandes centros de consumo y producción.

Así, los rendimientos crecientes a escala no son el único factor para determinar la existencia de aglomeraciones. Otro elemento clave utilizado por la NGE es el análisis del costo de transporte como determinante de la concentración. Cuando se tiene en cuenta que las em-

presas tienen que cubrir ciertos costos de transporte derivados de la distribución de los bienes a los centros de consumo, se puede observar que las empresas tienen incentivos para establecerse en lugares cercanos a los consumidores finales y que los proveedores intermedios tienen incentivos para establecerse cerca de las industrias que abastecen. Esto no solo permite la reducción de costos de transporte sino que también hace más eficientes los procesos de abastecimiento y reduce los tiempos de entrega.

De esta forma, los costos de transporte afectan de manera diferente a cada rama dentro de las industrias creativas debido a la naturaleza de cada bien o servicio cultural y a los diferentes canales de distribución existentes para cada una. Incluso existen bienes como la música cuyo costo de transporte tiende a ser cero conforme la distribución electrónica se vuelve cada vez más utilizada. En cambio, la escultura puede llegar a tener costos de transporte elevados debido a la fragilidad, el tamaño y el peso de las piezas.

Por lo tanto, la decisión de las empresas sobre dónde localizarse estará determinada por estas dos fuerzas con trayectorias encontradas. Cuanto mayores sean los rendimientos a escala, las empresas tenderán a situarse en menores lugares, y mientras mayores sean los costos de transporte, las empresas tenderán a situarse en más lugares para estar cerca del mercado potencial.

Otra dinámica que se debe observar para explicar las aglomeraciones es la interacción que se lleva a cabo entre las empresas y los trabajadores. Debido a los costos de transporte, las empresas buscarán situarse cerca de donde encuentran sus insumos de producción. Siendo que el trabajo es un insumo esencial para



El Foro del Tejedor es el foro de Cafebrería El Péndulo de Ciudad de México.

la producción, las empresas buscarán situarse cerca del lugar en donde lo puedan adquirir.

De manera similar, los trabajadores buscarán situarse cerca de donde puedan conseguir trabajo, por lo que se agruparán cerca de las empresas. De esta manera, la dinámica de aglomeración se refuerza, las empresas buscarán situarse donde estén los trabajadores y los trabajadores se ubicarán donde estén las empresas.

En el caso aún más específico de la creatividad y la cultura, dicha aglomeración se refiere a otros creadores y artistas, pero también a de otros profesionales cuyas actividades son complementarias pero muy relevantes para la cultura, como electricistas, carpinteros, transportistas, entre otros. Pero, tal vez más importante, se vincula al grado de concentración de audiencias y públicos,

que sin duda constituyen el fin último de estos ejercicios productivos y creativos.

Así, a concentración de las empresas, los factores móviles de la producción se atraen a este mismo grupo, los trabajadores tienen mejores trabajos y mayor diversidad de oportunidades que se traducen en mayor consumo si se encuentran cerca de donde hay más actividad económica. La concentración de las personas en una región conlleva una mayor demanda de bienes de consumo en esa región, lo que a la vez hace que sea más atractivo para los productores situarse en esa región, generando así un círculo virtuoso. Este efecto se puede observar notoriamente en el caso del teatro, ya que esta industria se encuentra concentrada en ciertas ciudades debido a la masa crítica de espectadores necesaria para una producción teatral, atrayendo así

de todo el país a los actores que quieren participar en esta industria.

Otra interacción importante al estudiar las aglomeraciones es la relación entre empresas que proveen insumos a otras empresas. Es decir, las empresas de bienes intermedios buscarán agruparse cerca de la empresa a la que proveen, y las empresas buscarán situarse cerca de donde encuentren sus insumos. Siguiendo el ejemplo de la industria teatral, ésta cuenta con una serie de industrias relacionadas que proporcionan los insumos necesarios, como coreógrafos, maquilladores, vestuaristas, ingenieros de sonido y asistentes de producción que solo pueden existir alrededor de este medio.

Por lo tanto, la aglomeración de personas y empresas se puede explicar en gran medida a través de la interacción tanto de los costos de transporte como de los rendimientos crecientes a escala enfocados en cada uno de los miembros de la economía y sus interacciones. Cabe resaltar que la dinámica de este proceso es diferente para cada industria: el proceso de aglomeración puede ser gradual o repentino; puede tardar muchos años o suceder en cuestión de meses; su dimensión puede ser internacional, regional o local; puede depender de aspectos tanto económicos como sociales y culturales. Así, el tamaño de cada clúster y su impacto dependerán en gran medida de la dimensión de los costos de transporte y las economías de escala que existan dentro de la producción, además de otros factores indirectos.

La NGE también ha encontrado distintas externalidades que se obtienen cuando se establecen grupos que refuerzan el proceso de aglomeración. En la literatura económica de la NGE se dividen en pecuniarias y no pecuniarias, o aquellas

que pueden ser cuantificadas en dinero y aquellas que no.

Las externalidades pecuniarias se refieren a los efectos de interacción mediada por los mercados. Estas interacciones se pueden dividir en dos tipos:

- **Interacciones entre empresas y hogares:** Estas externalidades se refieren al empleo o el consumo de bienes y servicios. La proximidad entre las empresas y los hogares facilita la coincidencia de necesidades en cuanto a las habilidades requeridas en el mercado laboral y al acceso a una mayor variedad de bienes y servicios. En el caso de las industrias creativas, la mano de obra cualificada tiene incentivos a situarse cerca de empresas que la necesiten y estas empresas tienen incentivos a situarse cerca de personas creativas y de consumidores de sus productos.
- **Interacciones entre empresas:** La proximidad entre las empresas puede reportar beneficios dentro de las industrias y entre ellas. Estos beneficios se obtienen por el acceso a un gran mercado de bienes y servicios intermedios. Un ejemplo concreto de estas externalidades se puede ver en la industria del cine estadounidense. Al existir una gran cantidad de empresas de cine en la misma región (Hollywood), se establecieron cercanas a ésta una gran cantidad de empresas que le proporcionaban tanto productos (vestuario, escenografía, equipo de vídeo, etcétera) como servicios (actores), y al existir tantas empresas de insumos, los costos disminuyeron y la especialización aumentó.

Las externalidades no pecuniarias se refieren a los efectos que surgen

de la aglomeración de los factores de producción y otros agentes pero que no son obtenidos a través de relaciones con el mercado. Estas externalidades se realizan a través de procesos que afectan directamente a la utilidad de un individuo o a la función de producción de una empresa. Se cree que estas externalidades son un factor importante en la creación de aglomeraciones, pero por su naturaleza son difíciles de medir empíricamente. Entre ellas se encuentra la derrama de información entre agentes de distintas empresas que hace que aumente su productividad dentro de éstas. Otro ejemplo pueden ser las actividades de educación superior y los centros de investigación, que proporcionan personal cualificado y mejoras productivas respectivamente.

En el momento de observar los efectos de aglomeración se puede apreciar que existe una relación circular debido a que la demanda de bienes de consumo de las personas de cierto clúster puede atraer empresas, y que las empresas de cierto clúster pueden atraer trabajadores. A esta relación se le conoce como causalidad circular y resulta en una especie de “círculo virtuoso” que tiende a centralizar la producción y el consumo alrededor de las grandes ciudades.

Los lugares con gran población tienden a especializarse en la producción de bienes para los que las economías de escala, diferenciación de productos y costos de transporte son significativos. Con un gran mercado local, los productores con bienes muy diferenciados pueden obtener suficiente demanda local para explotar las economías de escala. Por otro lado, lugares con mercados locales pequeños tienden a especializarse en productos estándar o productos en que los costos de transporte

o los efectos de economías de escala son poco significativos.

La NGE también ha analizado la existencia de fuerzas de dispersión que evitan que más actividades económicas se aglomeren en los mismos centros existentes; a éstas se las suele llamar externalidades de congestión. La competencia entre empresas puede ser una fuerza de dispersión: las empresas deben elegir entre tener mercados concentrados con un alto nivel de competencia o tener un mercado disperso con tal de tener menor competencia. Esto hace que las empresas busquen situarse en lugares con menor competencia, alejándose de los grandes centros de aglomeración.

Los costos por congestión asociados a la limitada existencia de vivienda y otros bienes o servicios no comerciables actúan como una fuerza de dispersión. Conforme las ciudades se desarrollan, el precio de la vivienda en ellas tiende a subir. Para atraer el trabajo a las ciudades, las empresas deben compensar a los trabajadores por los mayores costos de vivienda. La mayor productividad del trabajo en las regiones aglomeradas justifica el aumento de salario. Cuando las externalidades de aglomeración sean lo suficientemente grandes, los clústers seguirán creciendo, pero cuando esto no se dé, tanto las industrias como las empresas buscarán otra región para establecerse.

En el Distrito Federal, como en otras ciudades del mundo, las industrias creativas tienden a concentrarse en distintas áreas específicas o clústers. Un claro ejemplo de esto es el caso del teatro, actividad que tiende al establecimiento en ciudades con la escala de espectadores suficiente para la viabilidad de producciones teatrales, atrayendo así de todo el país a los actores

y espectadores que quieren participar en esta industria. La economía de aglomeración referida es también crítica por el lado de la oferta, con la disponibilidad (en volumen y en precio efectivo) en estas urbes de actividades complementarias, como otros creadores (actores, productores, tramoyistas, coreógrafos, escenógrafos, iluminadores, etc.) y actividades complementarias de la operación teatral (electricistas, carpinteros, transportistas, servicios financieros...).

Otro elemento que contribuye a la explicación de esos niveles inusualmente altos de peso económico de la economía de la cultura y la creatividad es, además de la propia generación y reproducción de elementos creativos en la zona metropolitana, y sobre todo en el DF, la capacidad de atracción de elementos creativos de otras regiones, nuevamente atribuible a los factores de oferta y demanda descritos arriba. Tal capacidad puede ser denominada Fuerza Centrípetas de la Economía de la Cultura y la Creatividad.

Fuerzas Centrípetas y Centrípetas de la Creatividad

La fuerza centrípeta se refiere a la fuerza, o a la componente de fuerza, dirigida hacia el centro de curvatura de la trayectoria, que actúa sobre un objeto en movimiento sobre una trayectoria curvilínea. En el caso de la movilidad del recurso creativo para la actividad económica cultural, se refiere a aquellas ciudades o regiones que atraen el recurso hacia el centro de dicha región o ciudad, desde regiones periféricas en donde ese recurso creativo fue originado.

Por su parte, la fuerza centrífuga es la opuesta, que en lugar de dirigirse al centro del ecosistema cultural y creativo

de su propia comunicad, la expulsa de su propio centro. En ese sentido, esta fuerza resulta centrífuga para su propio ecosistema creativo y centrípeta para otro ecosistema.

La concentración de las actividades económicas se puede atribuir solo en parte a las diferencias en las características subyacentes, como la geografía del lugar o los recursos que ahí se encuentren. De hecho, una explicación de la concentración espacial de las empresas, los consumidores y trabajadores se encuentra directamente relacionada con la existencia de externalidades positivas dentro de las llamadas “economías de aglomeración”. Esto es, que la concentración por sí sola crea un entorno favorable para la ubicación de la actividad económica, aumentando la productividad e incentivando el crecimiento.

En el caso particular de las actividades culturales y creativas en el Distrito Federal, esta propiedad se conserva, generando beneficios económicos, de experiencia, eficiencias y costos de transacción relativamente más bajos para todas aquellas actividades que se encuentren ubicadas en el DF.

Por lo tanto, la dinámica de las aglomeraciones es un proceso complicado en el cual los agentes de la economía prefieren agruparse entre sí para obtener mayores beneficios. Estos mayores beneficios son los que propician el crecimiento económico y mejoran el nivel de vida de las personas.

Ciudades Creativas y Aglomeración en México

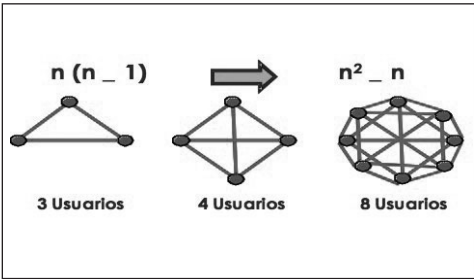
Las industrias culturales y creativas que históricamente han tenido un peso importante para la sociedad mexicana se han agrupado en distintos clústers dentro

del país. Ejemplos de ello encontramos en cada rincón de México: el tequila en Jalisco y el mezcal en Oaxaca, la música de marimba en Mérida y la de acordeón en el norte del país, la talavera de Puebla y el barro negro de Oaxaca, el calzado de Guanajuato y la joyería de plata de Taxco, entre muchos otros. Esto ha permitido que se aprovechen las externalidades de aglomeración que existen, creando ciudades donde la cultura y la creatividad se concentran vigorosamente para impulsar el desarrollo económico y el desarrollo humano.

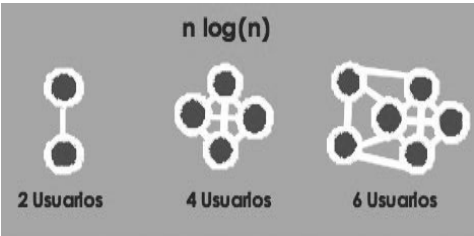
En economía se utilizan dos indicadores para medir y comparar el valor de una red surgida de la aglomeración. En el caso de las industrias creativas, las ciudades tienden a concentrar un número creciente de unidades económicas (UE) culturales en función del tamaño de la ciudad. La aglomeración de UE culturales beneficia tanto a los productores, debido a la concentración de la demanda y de los insumos, como a los consumidores, por la concentración de la oferta y la mayor variedad de bienes y servicios.

En primer lugar, la Ley de Metcalf establece que el valor de una red, de UE creativas en este caso, es proporcional

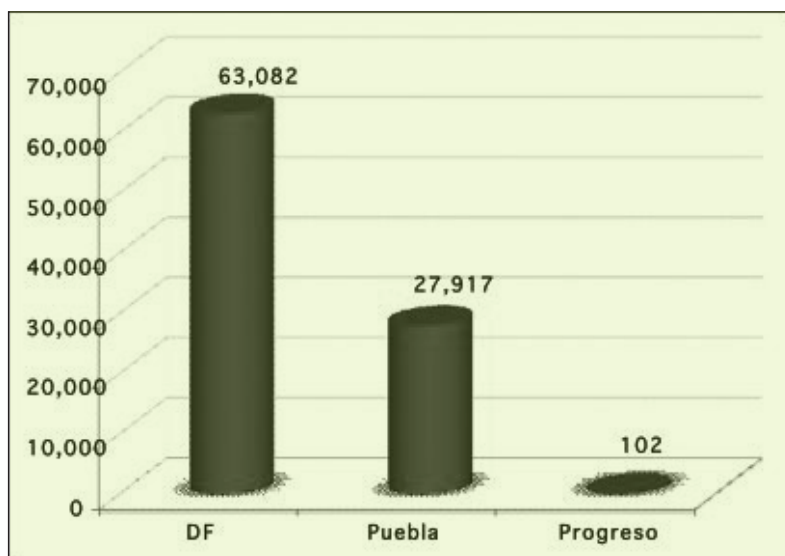
al cuadrado de la cantidad de nodos en la red. En el presente caso, las redes generan más valor conforme aumenta el número de nodos que la integran (tamaño de la red).



Posteriormente, la Ley de Metcalf fue actualizada por Odlyzko y Tilly, quienes proponen una sobreestimación de la Ley con el argumento de que no todas las conexiones potenciales tienen la misma valoración para los usuarios. Así pues, el cálculo queda de la siguiente manera:



	IDH	PIB	Unidades Económicas	PIB UE	PIB como % del Nacional	UE como % del Nacional
D.F.	0.8490	1,094,571 MDP	338,983	3.23	9.60%	11.28%
Puebla	0.8269	119,185 MDP	157,912	0.75	1.05%	5.25%
Progreso	0.7956	1,177 MDP	561	2.09	0.01%	0.018%



Número de Unidades Económicas Culturales por Ciudad. Fuente: Elaborado con base en los Censos Económicos 2003 del INEGI.

A continuación se muestra una cuantificación analítica de las economías de red presentes en tres ciudades mexicanas de distintos tamaños: Progreso, Puebla y el Distrito Federal.

De esta manera, la aglomeración de la producción cultural se explica por los factores mencionados anteriormente y en los cuales la Nueva Geografía Económica basa su análisis: costos de transporte y rendimientos crecientes a escala. La aglomeración genera un “círculo virtuoso” que tiende a centralizar la producción y el consumo alrededor de las grandes ciudades.

Estas tres ciudades sirven para ilustrar de manera clara dos efectos encontrados que son generados por las aglomeraciones. En primer lugar, se observa un efecto centrífugo mediante el cual los creadores salen de ciudades como Progreso o Hidalgo hacia ciudades de mayor tamaño, y posteriormente de éstas hacia la capital. En segundo lugar, el Distrito Federal en el caso de México representa un polo atractor de talento, audiencias y consumidores. Este efecto

centrípeto se vuelve más fuerte cuanto más centralizado sea un país.

El cuadro que se ofrece ilustra cuantitativamente el valor de las redes de consumidores potenciales (población), de productores y de productores culturales (UE y UE culturales), que aumenta conforme aumenta el tamaño de la ciudad.

Esto permite mayores volúmenes de producción derivado de las ya mencionadas economías crecientes a escala y permite entregar los productos y servicios culturales a un menor costo de transporte y en menor tiempo.

Conclusiones

La concentración de la producción, la prestación de servicios y el consumo en aglomeraciones es consecuencia tanto de factores geográficos y localización de los recursos primarios, como de características específicas de cada industria, y al hacerla se obtienen grandes beneficios tanto para las empresas como para la sociedad. Por sus características que las asemejan a otras industrias consideradas como tradicionales, las industrias creativas siguen

este mismo proceso de aglomeración. Por esta razón, es esencial comprenderlo con el fin de impulsar la creatividad en el país y así poder estimular el crecimiento tanto social como económico que nuestro país tanto necesita.

En nuestro país, los avances han sido importantes en la cuantificación de la aportación de las industrias culturales al Producto Interior Bruto del país⁴. El estudio aplicado a México se desarrolló con información oficial del INEGI y empleando la más reciente metodología desarrollada por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), que subdivide en cuatro categorías a dichas industrias culturales de acuerdo con su grado de contribución económica: industrias base, interdependientes, parcialmente relacionadas y no dedicadas. También de manera consistente con los más recientes desarrollos metodológicos de la OMPI, introduce la contribución de la *Economía Sombra*, es decir, la de los sectores informales e ilegales no registrados por las estadísticas nacionales.

Esos primeros resultados son alentadores para todos, autoridades económicas, legisladores, artistas, etc., por cuanto es posible corroborar que las industrias culturales constituyen un sector de actividad económica importante para México. Con este análisis, las industrias culturales se ubican como uno de los sectores más importantes de la economía, el cuarto, de hecho, solo por debajo de la industria maquiladora, del petróleo y del turismo. Superan, entre otros, a sectores como el de las telecomunicaciones y el agropecuario.

Además, nos llevan a la conclusión de que, efectivamente, las industrias culturales son un sector de suma importancia para nuestra economía, por su contribución al PIB, al empleo y que conjuntamente se traducen en bienestar para las familias, en recursos para el gobierno, y no solo eso, sino que también generan la entrada de divisas del extranjero, fortaleciendo las finanzas del país.

De acuerdo con estos resultados es posible entonces formular dos consideraciones, importantes de ser tenidas en cuenta.

De la primera podríamos decir que tiene una aplicabilidad universal, y es que las actividades económico-culturales constituyen en sí mismas un sector de actividad económica. Como tal comparte características semejantes con otros sectores de la economía (por ejemplo, turismo, maquiladora, telecomunicaciones, etc.) y por lo tanto, requiere para su operación de condiciones semejantes a aquellas con las que cuentan otros sectores. Al mismo tiempo, tiene características propias y un significado especial (como la identidad y diversidad cultural de cada país o región) que justifican un tratamiento económico específico por las limitaciones propias de dicho tratamiento.

La segunda consideración parece ser más bien específica de los denominados países de desarrollo intermedio, como México, Brasil y Argentina, en el caso latinoamericano, y se refiere al hecho de que este es un sector económico muy importante en el conjunto de la economía nacional⁵. Así, la cultura constituye en sí misma, además de su valor intrínseco en términos sociales y estéticos, un motor de

4 Piedras, Ernesto, ¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México, CONACULTA, CANIEM, SOGEM y SACM (México, 2004).

5 Organization of American States, Culture as an Engine for Economic Growth, Employment and Development (Washington, 2004), pág. 7.



Librería de Ciudad de México ubicada en colonia Roma.

crecimiento y de desarrollo económicos, como lo refleja su elevada participación en el PIB, la alta productividad de sus numerosos trabajadores, y con todo, que finalmente brinda al país ventajas competitivas en la interacción comercial con el resto del mundo.

Sin embargo, aún queda mucho por hacer en cuanto a la cuantificación local y regional de la importancia de las industrias culturales y creativas a nivel local y regional. En México apenas se están realizando los primeros esfuerzos por analizar el efecto de la aglomeración de este sector de actividad económica y la importancia de las ciudades para éste. La ciudad de Puebla es pionera en este tipo de análisis, y podemos esperar que le sigan otras ciudades y estados de nuestro país.

Con esto, entonces, debemos entrar en una nueva conceptualización en la que atendamos a la Cultura como un sector de manera integral, que constituye “una fuente de desarrollo, entendido no solamente en términos de crecimiento económico, sino también como medio de acceso a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria”.⁶ El reto es aprovechar al máximo este potencial económico de crecimiento y desarrollo de nuestra actividad económica derivada de la cultura, en un marco de respeto de nuestra identidad y de nuestra diversidad.

6 Organización de las Naciones Unidas, “Diagnóstico sobre la situación de los Derechos Humanos en México: Derechos Culturales” (México, 2003).

El autor agradece y destaca el apoyo de su equipo de economistas, jóvenes dedicados a la exploración del tema de la cultura y la creatividad. En particular, destaca Gonzalo Rojón Gonzalez (economista, ITAM). En el caso concreto de este trabajo, Diego Gamboa Sorensen (economista-politólogo, ITAM). Es también de agradecer y reconocer la aportación de Álvaro Carrillo Incháustegui. Con ellos, es un gusto y un privilegio cotidiano desarrollar este tipo de trabajos colectivos.

Bibliografía

- COATSWORTH, John. *Los Orígenes del Atraso*, Fondo de Cultura Económica (México, 1972).
- Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes (CONACULTA), Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales (México, 2004).
- GARCÍA CANCLINI, Néstor, y PIEDRAS FERIA, Ernesto *Las Industrias Culturales y el Desarrollo de México* (México, 2007).
- INEGI, Sistema de Clasificación de América del Norte. www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/clasificadores/scian/menu.asp?c=4966
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 1989, México.
- Instituto Nacional de Geografía e Informática, Base de Datos en Cd-Rom "SAIC 5.0" (México 2005).
- Observatorio de Industrias Creativas, "La Economía Creativa de la Ciudad de Buenos Aires: Delimitación y Primeras Estimaciones 2003-2007", Informe (Buenos Aires, 2008).
- OIC-Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, "Industrias Culturales en Argentina", *Documento de Trabajo No. 1*. Buenos Aires, 2004.
- OLVERA, María Fernanda (coordinadora), *Sonidos Urbanos* (México, 2007).
- Organización de las Naciones Unidas, *Diagnóstico sobre la Situación de los Derechos Humanos en México: Derechos Culturales* (México, 2003).
- Organization of American States, *Culture as an Engine for Economic Growth, Employment and Development* (Washington, 2004), pág. 7.
- Organization of American States. (2004). *Culture as an Engine for Economic Growth, Employment and Development*. Washington.
- OTTAVIANO, G. I., & PUGA, D. (1997). *Agglomeration in the Global Economy: A survey of the "new economic geography"*. Centre For Economic Performance.
- PAJERA-EASTAWAY, Montserrat, "¿Factores 'soft' o 'hard'? Determinantes para la localización de empresas creativas y del conocimiento en la Región Metropolitana de Barcelona", en *Ciudades Creativas Volumen 1: Cultura, Territorio, Economía y Ciudad*, de Félix Manito (editor), Fundación Kreanta (Barcelona, 2009).
- PIEDRAS FERIA, Ernesto, *Guatemala: Un Análisis de la Contribución Económica de la Cultura*, Ministerio de Cultura y Deporte, Banco Interamericano de Desarrollo, The Competitive Intelligence Unit (Guatemala, 2007).
- PIEDRAS FERIA, Ernesto, *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho*

- de autor en México, CONACULTA, CANIEM, SOGEM y SACM (México, 2004).
- PIEDRAS FERIA, Ernesto, *Desarrollo Humano y Cultura en la Ciudad de México*, elaborado para PNUD, Distrito Federal, 2008.
- PRIETO, Jesús Pedro, “Cultura, Economía y Derecho, tres conceptos implicados”, *Pensar Iberoamérica*, 2002.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, “Informe Anual 2008: El Fomento de la Capacidad: Empoderamiento de las Personas y las Instituciones”, 2008.
- RUSSELL, P. (2002). Los mercados culturales y el desarrollo de la nueva economía. *Debates Culturales*.
- SCOTT, Allen. *The Cultural Economy of Cities*. Oxford: Blackwell Publishers, 1996.
- SIMONIS, D. (diciembre 2002). *The New Economic Geography: a survey of the literature*. Federal Planning Bureau. The Economist, *Guide To Economic Indicators* (Londres, 1997).
- THROSBY, David, “Cultural Capital”, en *A Handbook of Cultural Economics*, de Ruth Towse, 166-169. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, 2003.

Este artículo fue publicado en el volumen 2 de la Colección Ciudades Creativas (2010) de Fundación Kreanta correspondiente a las II Jornadas sobre Ciudades Creativas organizadas por la Fundación Kreanta el 26 y 27 de noviembre de 2009, en Barcelona.

**CC
K**

Visiones

Educación, talento e innovación

José Antonio Marina



Feria de la Educación en Barcelona.

La inteligencia creadora: ¿se puede enseñar?; ¿se puede impulsar?

Hablar en estos foros me recuerda una anécdota de dos campesinos vascos en la que uno de ellos sale de la iglesia. Y uno le pregunta: “Hola, Pachi, ¿de dónde vienes?” Y el otro le responde: “Pues de aquí de la iglesia, de oír a hablar al cura”. “¿Y de qué ha hablado?”, le pregunta el otro. “De Dios”, le responde. “¿Y qué ha dicho?”, le vuelve a preguntar. “Pues parecía partidario”, le responde finalmente Pachi.

Todos nosotros somos partidarios de la creatividad pero dedicamos poco tiempo a definir qué entendemos por creatividad. Yo he dedicado la mayor parte de mi tarea de investigación a saber exactamente, primero, a qué podemos llamar inteligencia creadora; segundo, si se puede enseñar;

y, tercero, si se puede impulsar. Enseñar e impulsar son cosas distintas: enseñar es cuando unos estratos no creadores adoptan funcionamientos creadores; mientras que impulsar es cuando a una persona que ya tiene capacidad creadora se la estimula para que cree. De manera que son dos campos distintos.

En primer lugar debemos saber qué es crear. Crear es producir intencionalmente novedades eficaces. Tiene que haber innovación porque sino es rutina, pero tiene que haber también algún tipo de eficacia. Es decir, tenemos que decidir creatividad para qué. Porque una parte del arte moderno ha confundido creatividad solo con innovación y nuestras salas de exposición están abarrotadas de imbecilidades plásticas, repetitivas, aburridas,

monótonas... Porque la espontaneidad no es creatividad, es otra cosa. Por ejemplo, mi burro es un espontáneo fantástico cuando pega según qué coces..., pero su comportamiento no es creativo. De esta manera, hablar de creatividad es hablar de innovación y eficacia para algún proyecto que queremos conseguir. Y de la nobleza del proyecto dependerá la nobleza de la actividad del creador. Por ejemplo, si en la próxima apertura del curso político de la Cámara de los Comunes en Inglaterra la reina Isabel en lugar del discurso de investidura hiciera un espectáculo de striptease resultaría muy innovador pero no sería nada creador, a no ser que tuviera grandes dotes.

Así, tenemos que decir que la creatividad es algo de enorme responsabilidad y dificultad. Y que, por lo tanto, hay que enseñarla y reglarla y siempre ha de que justificarse por criterios. Y si no hay criterios de creatividad hablamos de una cosa extremadamente vaga.

Dicho esto, ¿se puede educar? Sí, se puede educar. ¿Por qué? Porque la inteligencia creadora no es una inteligencia especial que utilice una especie de operaciones rarísimas, sino que utiliza las operaciones de la inteligencia normal integrándolas dentro de un proyecto creador. El proyecto creador se caracteriza, primero, por la novedad, segundo, por la eficacia y tercero, por el talento en elegir los criterios. Por ejemplo, los pintores históricos del siglo XIX eran grandes pintores pero tenían muy mal criterio de evaluación; se dedicaban, por ejemplo, a pintar a Juana la Loca paseando el cadáver de su marido por las tierras de Castilla. ¿Era mejor pintor Monet que uno de los pintores históricos del siglo XIX, o de Francia, o David? La respuesta es no. Simplemente, tenía mejor proyecto; no quería repetir una figura

histórica, sino pintar la luz y el efecto que ésta produce en los nenúfares de su estanque. En ese sentido tuvo talento para buscar el proyecto y luego para ver cómo pueden ir mejorando las operaciones o los procesos creadores de un buen pintor, pero mediocre al estar dirigidos por un proyecto (y con los proyectos lo que hacemos es seducirnos desde lejos, de manera que aunque no sabemos bien lo que es, es el punto el gancho que nos lleva fuera de la rutina). De manera que no hace falta una inteligencia nueva, ni unos poderes mágicos. No es verdad que existe la investigación sino que existen unos hábitos creadores. Por supuesto que no todos tenemos el mismo talento creador pero sí es un hábito que se puede enseñar y que se debe enseñar.

Sobre si se puede educar la creatividad, cabe añadir otro aspecto. En Europa se ha producido un cambio educativo muy importante pero que hasta ahora casi solo está en las leyes; en España, por ejemplo, concretamente en la Ley de Educación y en el resto de países de la UE también. A partir de la Conferencia de Lisboa en el año 2000 se decidió pensar qué educación necesitábamos para Europa. Para ello, primero lo importante era definir el proyecto europeo, hecho que fue relativamente fácil. Se pretendía un tipo de sociedad que se moviera bien en una sociedad del conocimiento y de la innovación (es decir, que tuviera una potencia innovadora técnica y de conocimiento muy grande), pero que a su vez tuviese objetivos sociales y de justicia social claramente establecidos. Ver si conseguíamos una sociedad con progreso económico y tecnológico y con progreso social y de protección social al mismo tiempo. Se decidió entonces cuáles deberían ser las competencias básicas

del ciudadano europeo para que fuera capaz de construir esta sociedad y esta tarea la desempeñaron durante cinco años dos grupos de trabajo: uno directamente desde la UE y otro desde la OCDE un grupo llamado DeSeCo (definición de las competencias básicas). Al final se seleccionan ocho competencias básicas que serían las que tiene que tener todo ciudadano europeo. Cinco de ellas eran clásicas: las competencias lingüísticas, científicas, tecnológicas, culturales... Había tres ligeramente distintas. Una era que, puesto que nuestras sociedades son muy rápidas, había que mantener la capacidad de aprender cosas durante toda la vida del individuo. Así, nos vamos a tener que reciclar cada lustro, y especialmente, las generaciones jóvenes actuales. Éstas tendrán que aprender cada cinco años cosas nuevas para permanecer activas en el mundo laboral, y para ello es necesario mantener una especie de capacidad de aprender cosas. Esa era la competencia de aprender a aprender. La segunda competencia estaba basada en el hecho de que están surgiendo muchos problemas sociales y hay que desarrollar algún tipo de competencia para convivir, porque no lo estamos haciendo demasiado bien y hay que desarrollar la competencia social y ciudadana y que, precisamente, fue la que dio origen al lío de la educación para la ciudadanía. Y la tercera es curiosa porque no ha sido llamada igual en todas partes: se trata de favorecer la iniciativa, el espíritu empresarial y, a mi juicio, la creatividad. Y esa era una competencia fundamental en un mundo que se tiene que mover, desde el punto de vista económico y tecnológico, en una innovación continua, y además, donde se tiene que mostrar una postura

activa ante los problemas. Porque en el fondo, cuando hablamos de creatividad hablamos de la capacidad de enfrentarnos creativamente a los problemas y darles buenas soluciones. No poner en marcha recetas tradicionales, sino buscar soluciones. Unas serán artísticas, otras, científicas, otras, éticas o políticas... Pero posiblemente esta competencia era en la que podíamos introducir, dentro de los sistemas educativos y a lo largo de todo el proceso educativo, la competencia para una actividad creadora en sentido general.

A la pregunta sobre si se puede impulsar la creatividad, la respuesta es también afirmativa. Aunque en este caso entran otros elementos. En primer lugar, nos tenemos que preguntar ¿qué es lo que hace que una persona se empeñe en producir tareas creativas? Hay personas que lo sienten desde muy al principio. De pequeños es posible que todos lo sintamos porque no se tienen puntos de referencia todavía y lo que les interesa es explorar sobre todo si tienen cierta valentía. Cuando estudiamos a los niños de tres y cuatro años vemos que nacen con temperamentos distintos y hay tres aspectos del temperamento que tienen relación con la creatividad. En primer lugar, hay niños que nacen activos y niños que nacen pasivos, y el creador tiene que ser activo. En segundo lugar, hay niños que nacen vulnerables y otros que nacen exploradores, y el creador tiene que ser explorador. En tercer lugar, hay niños que nacen con dificultad para mantener una tarea y otros que nacen con facilidad para ello, y los creadores necesitan poder mantener una tarea durante bastante tiempo. Lo que sí sabemos es que esas características del temperamento que son innatas, hay un periodo en el que



Plaza Cataluña, Barcelona.

se pueden educar, de forma que puedan acomodarse mejor a un tipo de vida lo más estupendo posible. Así, ahí también existen formas de poder dirigir la creatividad, de fomentarla o de impulsarla.

Entornos sociales inteligentes

Pero después de estar estudiando durante mucho tiempo la inteligencia, cómo funciona individualmente, llegué al convencimiento de que me dejaba la mitad de la historia fuera porque aunque es cierto que la inteligencia es una facultad del individuo, ésta, sin embargo, se desarrolla siempre en un entorno social que la favorece o no. De forma que cuando hablamos de educación o desarrollo de la inteligencia tenemos que contar no solo con las capacidades individuales que tiene una persona sino también con el entorno social en el que se desarrolla. Hay entornos buenos y entornos malos y además, eso se ve en

todos los niveles educativos. A los padres de mis alumnos les digo que les tienen que importar tanto las notas de sus hijos como las de los amigos de sus hijos. Porque eso va a influir mucho en cómo se esté desarrollando la inteligencia de sus propios hijos. Está claro que todos necesitaríamos y desearíamos trabajar y vivir en entornos muy inteligentes porque favorecen y potencian nuestra propia capacidad de ser inteligentes. Siguiendo a Machado, cuando decía “qué difícil es no caer cuando todo cae”, efectivamente, si vivimos en sociedades, por ejemplo, moralmente encanalladas va a ser muy difícil no acabar encanallados, a no ser que seamos capaces de mantener nuestra independencia, cosa muy difícil.

De esta forma, es una tarea de enorme importancia intentar fomentar entornos sociales inteligentes que fomenten, potencien, animen y favorezcan nuestra inteligencia.

La creatividad y la inteligencia compartida para hacer frente a los problemas

En la definición creadora dada antes creo que queda claro que no es escribir un problema o pintar un cuadro. La creatividad plástica es un fragmento muy pequeño de la creatividad. Las creatividades interesantes vienen por otro lado. Por ejemplo, la social, la afectiva. Ahora necesitamos urgentemente desarrollar una creatividad potente para crear formas de convivencia en la pareja porque es un problema excepcionalmente grave y esa especie de bricolaje del “apáñate como puedas” no da resultado. Hay que hacer uso de la creatividad para crear nuevas formas de vida, formas nobles de vida. De manera que la creatividad es enfrentarse a los problemas de forma eficaz. Y si los problemas son muy urgentes, muy grandes y muy trascendentes, la creatividad también lo será. Una creatividad será ética, otra, social, otra, artística,... pero hablamos de la creación como gran potencia de resolver de manera inteligente y creativamente los problemas.

¿Qué es lo que ocurre cuando hablamos no de la inteligencia individual, sino de la compartida, de la que surge de las interacciones entre inteligencias individuales? Pues bien, suceden dos fenómenos: o aparecen ocurrencias ascendentes o bien descendentes. Esto es, que de la forma cómo colaboren entre sí esas inteligencias, se sube o se baja. Se producen fenómenos de creatividad alta o de empobrecimiento generalizado. Y eso es muy importante, porque como estamos ahí, o favorecemos una cosa u otra. Y cuando hablamos de ciudades creativas tenemos que estar hablando de un tipo de ciudades donde la interacción entre las personas produzca fenómenos ascendentes y no degradantes.

Por ejemplo, un fenómeno degradante que preocupa mucho en Barcelona es el aumento de las conductas incívicas. Si lo que nace de la interacción en una ciudad son fenómenos de incivismo no es una ciudad creadora sino que es una ciudad que está produciendo comportamientos mezquinos, violentos,... Hablamos, por eso, de una tarea creativa en todos los niveles de la vida.

Cuando hablamos de la interacción hablamos de un fenómeno muy elemental. En el fondo, cuando decimos que las inteligencias se comunican, sea a nivel de municipio, de empresa o de pareja, a lo que nos estamos refiriendo es a que hay conversaciones estimulantes y otras deprimentes, y eso se ve muy bien en nuestra vida corriente. Por ejemplo, estamos en un grupo de amigos y de repente la conversación se vuelve miserable; hacemos solo pequeños comentarios malévolos, criticamos por criticar... y acabamos preguntándonos por qué habremos dicho tales cosas, a lo cual la respuesta es que la situación nos lo pide. Y terminamos diciendo que qué mal está el mundo. De esa reunión salimos de un fenómeno de interacción social que nos hace salir con el ánimo por los suelos, pensando que qué tontos somos, que tonto es el mundo, porque no se nos ocurren cosas. Porque el fenómeno de las inteligencias colectivas es el fenómeno de la ocurrencia, y o bien se nos ocurren cosas nobles y brillantes, o malignas y tontas. En las sociedades, de repente, al mirar los periódicos, se nos pueden empezar a ocurrir cosas estúpidas y nos empantanamos en esas cosas estúpidas. Y de ahí quizá no salimos porque eso va hacia abajo. Estamos en espirales que, o bien cada vez van más hacia abajo y cada vez vamos a ser más

tontos, o bien vamos hacia arriba y cada vez vamos a ser más listos, vamos a tener más capacidad de crear grandes y brillantes soluciones.

En cambio, otras veces estamos en otro grupo en el que, por ejemplo, nos aplaudimos las buenas cosas que tenemos. Hay crítica, pero también se subrayan cosas interesantes y empiezan a surgir otras cosas nuevas, mejores y empezamos a pensar en contar cosas nuevas que pueden interesar a nuestros amigos, y comenzamos a sacar antenitas para ver todo lo interesante que hay porque queremos contarlo y sabemos que nuestros amigos van a valorarlo, y nos van a reconocer y nos vamos a sentir más listos y capaces.

Si este ejemplo tan sumamente elemental en una conversación de amigos lo extendemos, empiezan a aparecer fenómenos muy notables de brillantez, de creatividad. Incluso de exigencia. Aquí no se dicen tonterías, ya que, como decía Manuel Vicent, la primera norma al formar parte de una tertulia era “que se viene llorado”. Porque si no sucede que las personas se reúnen a hablar de lo mal que está todo y no se le ocurren cosas mejores. Y eso exige naturalmente un cierto nivel de crítica, porque tonterías y vulgaridades se necesitan las mínimas. Cuando ocurren estas situaciones es una buena señal.

Los fenómenos de inteligencia compartida me han interesado en dos casos: la inteligencia de las parejas y los centros educativos. Respecto al primer caso, repito que creo que en este momento es el problema más importante en el ámbito privado. Hay parejas inteligentes y otras estúpidas. Cada miembro de la pareja puede ser estupendo en sí mismo por separado, pero la clave está en si al entrar en la relación de ésta surgen fenómenos

ascendentes o descendentes. Si surgen fenómenos ascendentes es una pareja creadora, inteligente, y la inteligencia compartida está funcionando. Porque una colectividad creadora o inteligente se define por ser aquella en la que un conjunto de personas, que no tienen por qué ser extraordinarias por el hecho de estar relacionándose de una determinada manera, pueden producir fenómenos extraordinarios. Y ese plus es el que sale de la interacción creadora y es el que todos buscamos.

El segundo caso, el de los centros educativos, me interesó como persona dedicada a la educación. Estoy convencido de que la mayoría de facultades españolas son un conjunto de personas muy inteligentes que han dado origen a una organización muy estúpida, sobre todo, por el modo de trabajar; no se pueden estar peleando por un crédito, en decidirse a investigar y no ocuparse del alumno... No puede ser tan difícil poder colaborar entre ellos... Eso no es un centro educativo. Sin embargo, el mundo educativo no se interesó por este tipo de investigaciones, mientras que el mundo de la empresarial las adoptó rápidamente. Porque las empresas sí saben que lo que necesitan es hacer organizaciones inteligentes que se caracterizan por detectar pronto los problemas, por movilizar todo el talento que tienen dentro de su organización y por resolver los problemas de manera creadora, eficaz y rápida. Y se están gastando mucho dinero en investigar cómo conseguir aprovechar el talento interno para producir fenómenos de creatividad, de innovación, de bienestar, de talento..., ya sea a través del *management* occidental (organizaciones que aprenden) o el japonés (organizaciones que crean conocimiento).



Biblioteca de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Las ciudades creativas

Hace cinco años tuve uno de los momentos más honrosos de mi vida cuando la ciudad de Barcelona me pidió dar el pregón de las Fiestas de la Mercè. El tema de la conferencia eran las ciudades inteligentes. Porque me interesaba mucho ver cómo este proyecto de investigación de la inteligencia compartida podía traerse a las ciudades. Y cómo podíamos definir qué es una ciudad creadora. Una ciudad creadora es la que es capaz, de una manera intencionada, de crear innovaciones eficaces respecto de los tres grandes objetivos de una ciudad. Los tres tienen que ver con la felicidad. De manera que, en último término, la ciudad más creadora sería la ciudad más feliz y con más posibilidades que otra de crear, de inventar, de estudiar, de relacionar, de inventar una empresa...

Cuando hablamos de ciudades creativas hay que distinguir tres cosas: la

ciudad creativa como ciudad, que es la que es capaz de favorecer el bienestar mediante unos servicios públicos y de diseño que aumentan la comodidad de los ciudadanos. Otra, que aumente la riqueza y la calidad de la vinculación social y ahí entra el tema educativo ya que es el que debe estar en el origen de formas de convivencia profundas, sociales, solidarias, bien educadas. No olvidemos que urbanidad significa los modales que tenemos que tener para vivir en una urbe. Y tercera, ver cómo se consigue favorecer la creatividad individual.

Además, sabemos que la ciudad ha sido siempre el eje de la creatividad. Yo lo he estudiado en tres casos concretos: uno, la ciudad de Florencia, que fue el centro del Renacimiento; dos, París desde el punto de vista artístico como centro de la creatividad pictórica en el siglo XIX; y tres, lo que ha supuesto ya no una ciudad sino algo más grande

como es Silicon Valley con respecto a la creatividad tecnológica.

No es muy difícil saber lo que hay que hacer, pero sí es cierto que una de las cosas más importantes que tiene que saber hacer una ciudad o una sociedad es cómo convencer a una persona que debe estar allí si quiere triunfar y no en otro lugar. Entre otros elementos, le debe transmitir que le está proporcionando una serie de características que le van a mejorar tres cosas al tiempo: su bienestar, su creatividad individual y la riqueza de las relaciones sociales. Si solo mejora su bienestar no tiene por qué mejorar su creatividad y además no tiene por qué ser sostenible en el tiempo. Si mejora solo la riqueza de las relaciones sociales es muy importante, pero también puede ser no sostenible si no se favorece la tercera, que es la ampliación de las posibilidades vitales, educativas, industriales, económicas... Es decir, lo que hace que en esa conversación ciudadana a cada uno nos surjan mejores ocurrencias y que hace que sintamos que, además, desde fuera se nos están dando empujoncitos para poder poner en práctica esas ocurrencias.

La inteligencia creadora es siempre una inteligencia práctica, que es mucho más potente que la teórica. La teórica resuelve solo los problemas teóricos y aquellos que se resuelven cuando conozco la solución, mientras que la inteligencia práctica es para los problemas prácticos y que no se resuelven cuando conozco la solución, sino cuando pongo en práctica la solución. Y eso suele ser lo más difícil, ya que tengo que luchar contra el aburrimiento, el cansancio, los miedos, con los intereses ajenos, los propios, las dificultades económicas... De esta forma, cuando pongo en práctica cualquier idea

es cuando pongo en marcha la inteligencia creadora, sea al nivel que sea (social, ético, político, económico, artístico...).

Los efectos de la diversidad cultural en el sistema educativo

En España hemos tenido un problema que se ha dado en muy poco espacio de tiempo y que ha sido el de tener que absorber una cantidad de inmigrantes muy grande. En Inglaterra y Francia también lo han tenido, pero durante un periodo de tiempo más extenso. Aquí se ha hecho bastante bien. Hay escuelas con un porcentaje de inmigrantes muy grande. Recientemente, en la Casa Asia de Barcelona se hizo un congreso al que asistieron escuelas con alumnos de más de 20 nacionalidades distintas. En España, el primer problema que hemos tenido es el de la integración, ya que se trata de inmigrantes con otras lenguas y no se puede intentar establecer ningún tipo de contacto con ellos o de asimilación al sistema educativo si no aprendían la lengua primero. Sí se hacen programas muy buenos en las escuelas y se han hecho de dos formas: pudiendo integrarse en el sistema educativo con respeto a su cultura, sabiendo exactamente lo que deben asimilar de nuestra forma de vida y cultura, y en un segundo nivel, haciendo una educación intercultural para que todos los alumnos valoren el resto de las culturas. Considero que eso en España lo hemos hecho bien, porque hemos insistido en que la multiculturalidad tiene que darse a partir de un nivel común; es decir, la educación en derechos humanos fundamentales para todos tenía que ser el nivel común básico, y eso en el caso de España era muy importante hacerlo con los inmigrantes. Y a partir de ahí, las valoraciones de las nuevas culturas.

En España ha funcionado francamente bien y aunque hay que decir que ha sido más fácil hacerlo en la escuela primaria que en la escuela secundaria, no plantea grandes problemas.

La evaluación que nosotros tenemos sobre qué condiciones correlacionan con la creatividad de una ciudad, si bien no tienen que ver con el número de razas como ha dicho Alfons Martinell, un síntoma interesante es que sí correlaciona con la tolerancia de esa ciudad. Me ha interesado mucho que en las características del programa Educación para la Creatividad de Manchester presentado por Nancy, uno de los asuntos que a lo mejor ha extrañado era la tolerancia a la ambigüedad porque es un concepto psicológico importante. La tolerancia a la ambigüedad es justo lo contrario, por ejemplo, al dogmatismo, o la angustia ante problemas no bien definidos. Así, hay personas que ante una situación compleja lo que adoptan es un sistema de defensa intentando apelar a una solución única, una creencia única,... Es de hecho lo que está en el origen de muchos fanatismos, de la enfermedad de las categorías, del “yo pienso esto y no cambio”. Esta actitud está totalmente en contra de toda acción creadora. Así pues, la tolerancia (sea en la ambigüedad, sea en otras culturas, o la aceptación del otro como posible fuente de posibilidades), sí correlaciona más que el número de culturas. El modelo, por ejemplo, de Canadá, basado no en la integración sino en la identificación de todas las culturas sin que conecten mucho entre ellas no ha dado origen a ningún tipo de fenómeno de explosión creativa. Porque hay muchas culturas, se respetan mutuamente pero no se comunican. Pero la tolerancia sí tiene un índice de correlación con la creatividad.

La importancia de la evaluación de los programas educativos

No se puede hacer ningún programa educativo si no tenemos algún procedimiento para evaluar si vale o no, sea directo o indirecto, y en el tema de creatividad hay que introducir el concepto de eficacia para resolver un problema (por procedimiento antiguo o nuevo) que sí se puede medir. Y es importante la evaluación por un asunto de política de la creatividad. En este momento, yo creo que la comunidad autónoma española que está gastando más dinero y esfuerzo en fomentar la innovación (que es el resultado de la creatividad) en todo el mundo del conocimiento, de la tecnología y de la economía es el País Vasco. Allí había un problema: para fomentar la innovación, el País Vasco estaba dispuesto a dar grandes ventajas fiscales a las empresas que demostraran una capacidad innovadora, pero no podían hacerlo si no aclaraban primero el criterio de qué se entiende por empresa innovadora. Porque puede ser en muchos sentidos: innovación en productos, innovación en relaciones dentro de la empresa, en métodos de trabajo, en lanzamiento y marketing de proyectos, en responsabilidad social... Este criterio era necesario para no dar ayudas por darlas y sin ningún motivo que lo justificara.

La educación creativa: enseñanzas prácticas de la creatividad y técnicas pedagógicas

Lo que nos está dando mayor resultado en las escuelas para fomentar la creatividad es una pedagogía por proyectos. Porque en el momento en que el niño no tiene solo que recibir unos conocimientos sino que tiene que organizar un proyecto y buscar los conocimientos o habilidades necesarias para resolver o realizar ese

proyecto, tiene muchos puntos interesantes desde el punto de vista pedagógico, hasta tal punto que la Escuela Pedagógica de Quebec, que en este momento es la más puntera en didáctica, lo ha introducido incluso en la escuela infantil (antes de los seis años) porque: primero, moviliza mucho el interés de los niños; segundo, fija la atención de los niños, que es un problema grave que estamos teniendo hasta ahora; tercero, les enseña a tener que buscar información; cuarto, tienen que dirigirlo y tener presente el objetivo; quinto, tienen que evaluar si se acercan a ese objetivo o no; y, sexto, tienen que planificar también el tiempo en resolver el problema. Y todo esto son asuntos de una envergadura pedagógica extraordinaria, y la tendencia que estamos observando es que todo cuanto sea proponer a los niños proyectos que han de resolver y luego ver cómo lo resuelven es una forma espléndida de utilizar la creatividad a la vez que se enseñan otras cosas porque sí que es cierto que cuando se hacen planes específicos de creatividad, éstos no funcionan. Lo importante es que la creatividad dentro de la escuela se dé dentro de la escuela a través de todas las asignaturas y entonces la didáctica por proyectos sirve para poder hacerlo en cualquiera de las asignaturas.

Mi experiencia como profesor en este asunto corrobora que existe miedo entre los profesores. En el programa “Aprender a pensar” estamos intentando convencer a profesores, demostrándoles que funciona, que no se trata de que haya una asignatura especial de aprender a pensar, sino que en cada asignatura haya un momento en el que lo que se reflexiona es cómo está pensando el alumno en esa asignatura. En esto ha dado muy buen resultado el método del profesor Swartz de Harvard, que es incluir estas

habilidades de pensamiento dentro de cada una de las asignaturas, porque los que hemos comprobado es que no solo los niños aprenden a pensar mejor sino que aprenden mejor su asignatura. En segundo lugar, lo que hay por debajo de esto y que también tiene una enorme importancia y eficacia en todas las asignaturas, es la influencia que tiene en el aprendizaje la idea que nuestros alumnos tienen acerca de lo que es la inteligencia y que ha sido estudiado por Carol Duet, una profesora americana en uno de los estudios mejor corroborados desde el punto de vista psicopedagógico. Y hay dos modelos: unos creen que la inteligencia es algo con lo que se nace, y se tiene o no se tiene. Y otros que es algo que se puede mejorar, se va adquiriendo y por tanto, admite un progreso. La postura respecto del aprendizaje de estos dos niños a partir de estas ideas previas es completamente distinta. De modo que una de las cosas que nos interesa, a través de la educación creativa, es que la imagen que se den los niños a sí mismos sea la de que son capaces de enfrentarse con los problemas. Esto es lo que está en el origen de la actividad creativa, es decir, el *coping*, su capacidad de enfrentarse con sus problemas. Hay un escritor francés, Louis Aragon, contaba que escribía sus novelas a partir de una frase que de repente se le ocurría o que oía. Y una de sus novelas (Las campanas el Bale, 1934) la escribió a partir de una frase que decía lo siguiente: “Nadie se rió cuando José llamó papá a don Eugenio en la piscina”. Una frase más bien inocua. Yo utilicé esa frase, y a mis alumnos de lo que es equivalente al actual 4º de la ESO, les dije que tenían que escribir una historia comenzando con esta frase. Si bien hubo muchas quejas por ello porque era una

frase muy tonta, todos escribieron una historia. A la semana siguiente les hice que repitieran el ejercicio: otra historia con la misma frase. Volvió a haber quejas pero todos trajeron una nueva historia empezando por la misma frase. Quince días después propuse lo mismo, y la hicieron también. En realidad lo que se descubrió es que esos chicos tenían una creatividad que ni ellos mismos sospechaban, porque los dos grandes obstáculos de la creatividad son el miedo y la pereza. Y no les di opción, tenían que escribir tres historias distintas con la misma frase. Y con un total de 1.200, sí pudimos evaluar y observar si habían progresado o no. Se encontraron cosas curiosas como que mientras que Aragon había hecho una novela cómica a partir

de esa frase, a ninguno de mis alumnos adolescentes se les ocurrió escribir en ese tono; todas eran dramáticas, lúgubres, terribles... Pero desde el punto de vista de la creatividad, el ejercicio me sirvió para que cada vez que un alumno me dijera “no, es que yo no sé” o “no, es que a mí no se me ocurre” yo no le hiciera caso en absoluto, porque estaba convencido, y se lo había demostrado, que realmente sí se le iba a ocurrir. Habría podido seguir, porque mi idea era que por lo menos hubieran podido escribir 15 historias distintas.

Todo este tipo de ejercicios forma parte de enseñanzas prácticas de las creatividades basadas en la idea de demostrar al alumno que puede hacerlo, y después esperar a ver si le cogen gusto al asunto.

Este artículo fue publicado en el volumen 2 de la Colección Ciudades Creativas (2010) de Fundación Kreanta correspondiente a las II Jornadas sobre Ciudades Creativas organizadas por la Fundación Kreanta el 26 y 27 de noviembre de 2009, en Barcelona.

**CC
K**

Tendencias

Excedente cognitivo y procomún: elogio de las culturas tímidas

José Ramón Insa Alba



Interior de un café librería de Estocolmo.

Hablar en este momento de espacio público requiere de una introducción específica en los ecosistemas digitales. No hay nada que pueda evitar esa referencia, nada que nos pueda retraer de una incursión reflexiva completa. Un entorno marcado por una cierta esquizofrenia: lo estamos construyendo y a la vez que protagonistas somos observadores que no hemos acabado de asentarnos. Un entorno que nos obliga a cambiar completamente la forma de pensar, de actuar, de relacionarnos y eso es difícil para una humanidad que se adapta a los cambios culturales de un modo más

lento de lo que nos parece. Estamos en una realidad híbrida.

Por eso no voy a centrarme en tecnologías sino en los comportamientos, en las actitudes, en los entornos de pensamiento. Porque es mucho más fácil modificar las máquinas que nuestras mentes. Se trata, no cabe duda, de reflexionar sobre las formas de habitar los espacios digitales.

Voy a ajustarme para ello a tres conceptos que iré mezclando y remezclando, que iré relacionando:

- El excedente cognitivo, un concepto de Clay Shirky, que pone de manifiesto el potencial que existe cuando

contemplamos la cultura como algo fundamentado sobre las teorías de la abundancia en contraposición con la consabida gestión de la escasez. Paradigma del modelo capitalista.

- El procomún, como concepto que busca una alternativa al binomio mercado-Estado, como hipótesis política y de autoorganización-creación-difusión cultural.
- Las culturas tímidas, como aquellas que no contabilizan, que no cotizan en bolsa, pero que son la base sólida y consecuente de la cultura de nuestras sociedades. La cultura de los comunes.

En todo caso, y si nos detenemos en la reflexión, no hay nada nuevo porque estos tres principios proceden, como no, del entorno analógico. Lo que ocurre es que estamos supeditados a un modelo economicista que lo reduce todo. ¿Dónde está la realidad compleja y múltiple? Posiblemente haya que dejar de hablar de la economía de la cultura y hablar de una nueva cultura de la economía.

Pero, por qué estos tres ingredientes:

Para abandonar el econoteísmo

Porque creo que es necesario reinterpretar el carácter mercantilista, industrial y comercial que se le está dando, al menos en determinadas sociedades que se llaman desarrolladas, al término cultura, porque lo hemos reducido a una especie de oferta y demanda en la que unos pocos parecen legitimados para comprender lo que la gente necesita y ofrecérselo.

Para dignificar la cultura como paradigma de desarrollo de la humanidad.

Y porque, quizá, tendríamos que entregarnos a una nueva cultura de la cultura que recupere sus acciones y sus visiones hacia el desarrollo humano de

las sociedades, más allá de lo que han venido haciendo.

Para reorientar las acciones públicas

Y, sobre todo, porque somos muchos los que estamos creando conocimiento y hoy por hoy las instituciones, con sus mecanismos más bien superados, están viéndose desbordadas para ofrecer a la sociedad lo que de verdad requiere. Y estoy observando que existe lo que podríamos llamar una especie de “déficit cultural” que es la diferencia entre lo que la ciudadanía espera y lo que las administraciones realizan.

Es necesaria una seria reflexión sobre el carácter de la cultura que modifique la óptica actual que la concibe como:

- Un sistema ordenado alrededor de las lógicas del mercado.
- Un sistema estructurado desde las lógicas de la excelencia.

Asistimos a una “cultura transitoria” que cambia según las orientaciones de los poderes, que depende exclusivamente de sus vaivenes. Por ello lo que verdaderamente encontramos hoy es:

- La promoción del ocio y del espectáculo: la cultura del *stock*.
- La dignificación de esta a través de discursos economicistas: la cultura intervenida.

¿Dónde estamos pues?

¿Para quién es el conocimiento?

Donde nunca antes habíamos estado. En un ecosistema digital que no podemos permitir que se nos escape de las manos, que no podemos permitir que entre dentro del abanico de quien lo quiere

controlar todo a través de las cuentas de resultado. Este ecosistema digital no puede acabar como acabó todo: la tierra no fue para el que la trabajaba, la industria no fue para el que la movía. ¿Quién se aprovecha del conocimiento generado? El conocimiento debe ser para quien lo crea y quizá deberíamos llegar al concepto de comunitarismo tecnológico y se supone que, para que esto ocurra, se necesita un activismo cultural interconectado.

En fin, la cultura más allá de la prosa.

Por eso concibo un digitalismo que supera la tecnología. Lo digital es hoy la cultura, no algo sobre la cultura. Se necesita un esfuerzo de interpretación que nos permita enriquecer unas regulaciones mentales más bien analógicas y abordar la realidad desde la necesaria combinación de estas nuevas “leyes”. Las políticas de cultura tienen que enfocarse desde un diálogo coherente con esa realidad. La cultura expositiva, narrativa y programática necesita ser revisada. Debe ser dispositivo e *interface* que traduzca e interprete, que comunique.

Más allá de todo lo que queramos discutir lo que supone, el mundo digital conlleva una enorme capacidad potencial de creación, de elaboración de nuevos comportamientos, de nuevas formas, de nuevos mapas mentales. Tenemos pues la obligación de investigar críticamente sobre nuevos modelos de gestión pública de la cultura. Porque en la cultura digital la tecnología no es lo que más importa. En realidad, se trata más de actitud que de habilidad, se trata más de concepto que de mecánica. A ver si la cultura digital va a acabar también en la “gestión del eslogan” y todo queda en intenciones vacías, que nos convirtamos en tenderos de tendencias.

Y ¿por qué partimos del procomún?

Pro --- (vecho / ducción) --- común

Aquello que es de todos y que no es de nadie. La cultura también entra dentro de este concepto y gira en torno a superar la dicotomía mercado-Estado para dar protagonismo a los procesos de desarrollo e intercambio entre los comunes y aquí nos encontramos con una nueva visión de la gestión de la cultura desde los ámbitos de las administraciones públicas para generar espacios comunitarios más allá de la cultura distribuida. El *omnia sunt communia*.

Nada nuevo, el procomún es tan viejo como la humanidad y lo componen todos aquellos bienes que sin ser de nadie pueden disfrutarlos todos. El espacio público, el conocimiento, la naturaleza, el aire, las semillas—que, como bien saben ustedes, siempre han sido un bien común intercambiable y que está sufriendo verdaderos atropellos por las grandes empresas y laboratorios. El trabajo solidario para el beneficio de todos también entra en el procomún.

¿Pasará lo mismo que con las semillas y veremos la transgenización de la cultura? Una transgenización influida por la postura dominante de las grandes industrias para forzar una comercialización competitiva cerrando ideas y expresiones y acotándolas a entornos de rentabilidad. Una cultura compuesta por “clones” a la medida, sin personalidad, sin ideas propias, homogeneizados. Una cultura a la que, mediante la ingeniería financiera, se le ha suprimido los genes conflictivos, como el gen crítico, el de la conciencia, y los han modificado por genes pragmáticos... Al igual que las semillas producen plantas dependientes, las culturas han de producir pensamiento



Imagen de una exposición sobre nuevos materiales en el Centro de Diseño Danés.

cautivo. Reproducen los valores preexistentes y han dejado de tener conexión con el mundo social.

No sería bueno comenzar a oír hablar de transgenización de la cultura porque la cultura, en su más amplio sentido antropológico, también es procomún, un bien del que nadie puede hacerse propietario aunque se intente porque, no lo olvidemos, la cultura también es un arma de domesticación masiva.

Seis razones principales para abordar el procomún como referencia:

- El provecho común en el ecosistema cultural no solo es cuestión de uso sino también de creación. Abrir las puertas a las expresiones de las personas que no están dentro del sistema.
- Se libera de la tiranía de la excelencia haciendo partícipe a la comunidad y a aquellas manifestaciones que no entran dentro de los parámetros.
- Se revalorizan, así, las culturas tímidas con base en la experiencia cultural antropológica.

- Devuelve el contexto de la tecnología restringido a ciertas elites económicas y estatales y lo amplía al concepto de políticas culturales.

- Supera la propuesta tecnológica de inclusión digital más allá de los puntos de recepción y los hace puntos de creación promoviendo la diversidad.

- Se acelera el intercambio de bienes simbólicos ampliando la lucha contra la brecha digital más allá del componente de las máquinas.

Entonces... ¿la cultura local como gestión del procomún?

La idea de políticas de cultura en el entorno digital se ciñe hoy día a traspasar al medio tecnológico los comportamientos y las ideas de una política cultural analógica más bien propia de las sociedades industriales. Trata únicamente de atender tres aspectos: la comercialización de productos, la difusión de ofertas, la preservación de contenidos. Sin embargo, deberíamos analizar si este paradigma de la cultura como mercancía es el único

que debemos tener en cuenta y si, desde las instituciones públicas, no deberíamos realizar un mayor esfuerzo en la investigación y aplicación de modelos de mayor incidencia en la creación de pensamiento crítico y de imaginarios colectivos de transcendencia intelectual. Porque, hoy por hoy, la Administración Pública es una máquina que no piensa diferente y el reto es, precisamente, transformar su pensamiento.

En todo caso, el agotamiento de la gestión cultural desde las instituciones públicas (más allá del acontecimiento) pone de manifiesto la necesidad de construir nuevos espacios de reflexión y conocimiento en los que los saberes opten por la cooperación y la coproducción abiertas; potenciar y liberar la creación así como dotar de instrumentos para la construcción y consolidación de una cultura del procomún y desde el procomún; retomar la práctica colectiva y los procesos de confianza mutua para la construcción y reconstrucción de las experiencias de comunidad.

Esta gestión del procomún, en contra de los procesos de privatización de las oligarquías, propicia con rotundidad la conservación, mejora y potenciación de un sistema cultural sustentado sobre las labores colectivas y más allá del pensamiento único y oficial. El acotamiento burocrático de la administración y la puesta de la cultura en manos de sus “expertos” ha contribuido a un dirigismo que no ha conllevado mejoras ni desarrollo de los bienes y riquezas culturales creadas por una ciudadanía libre. Se ha propiciado continuamente una dejación ciudadana en pos del manejo de nuestras “necesidades” por organismos no conniventes y en muchas ocasiones prepotentes y traficantes de una cultura

que no era sino la manifestación de un avatar político que intenta edulcorar las verdaderas intenciones de monopolio del pensamiento. Es evidente que en muchas ocasiones buena parte de los gestores han sido gestores de la cultura oficial y, aun sin pretenderlo, desde la buena voluntad, han colaborado convencidos de que se estaban estructurando políticas de cultura bien comprometidas. La verdad es que se ha entrado de lleno, en demasiados casos, en el paradigma mercantil y se han reproducido los discursos de forma, quiero creer, confiada.

La gestión del procomún es, como comienzo, un modo de garantizar la implicación plena de los comunes en el devenir de una sociedad con fundamentos colectivos. Lo contrario es la cultura desposeída y dependiente, una cultura que no establece sino acciones en pos de un efecto profiláctico bajo un régimen de cultura mercantil que pierde todo su significado y permanece subsumida a los criterios del capital y de la clase dominante. La ideología de la eficiencia (política y económica) manda y se subvierten los principios del procomún bajo los criterios de gestores y creadores “expertos”. En última instancia, se la ve como una carga para el capital. Se ha colonizado la cultura como se ha hecho con la vida privada.

Nada más oportuno para desterrar la gestión por *stock* (la venta de productos culturales desde el sistema de aparadores) que únicamente visibilizan aquello que tiene salida dejando en el fondo creaciones y manifestaciones poco “dignas”. Sencillamente porque la cultura no es cuestión de escala. Ni en su sentido estricto, puede tener dueño. Precisamente, en eso consiste el procomún; no es que sea de todos, es que no es de nadie. Nada más claro para

asegurar que las instituciones públicas deben subordinarse al ecosistema cultural que entre todos se crea.

Aquí aparecen las culturas tímidas que quizá podríamos hablar también de culturas “ocultas” (aunque no exactamente, son lo mismo ya que mientras las primeras manifiestan un interés por salir, impedido por su temor, las segundas directamente no son visibles ni lo intentan), un territorio desconocido que compone el núcleo de la cultura como soporte social, culturas que difícilmente pueden contemplarse porque no afloran, que no lo hacen porque no aportan esa espectacularidad que hoy parece necesaria. Y porque solemos prestar atención únicamente a lo que se nos presenta perdiendo poco a poco la curiosidad por lo que está detrás, por lo no visible. Actuamos como si no existiese. Nos cuesta descubrir.

Pero indagar también debería ser una actitud relevante en los modelos de gestión de las políticas públicas de cultura. Y hacerlo, no para localizar aquello que puede constituir un éxito, sino para escudriñar el fondo. Para componer una estructura narrativa liberada del argumento que pueda fluir más libremente, que permita crear espacios que el ciudadano ocupe sin tutela.

La gestión pública de la cultura no puede falsear la realidad, y la realidad es que esas culturas ocultas no son meros peones en el entramado ciudadano. La realidad es que pertenecen al paisaje humano. Construir una ciudad de fachadas utilizando la cultura, determinada cultura, como referencia y marca, deshabilita y coloca a los ciudadanos como meros figurantes.

Quizá también porque tendemos a creer que la cultura no existe si no la gestionamos. Sin embargo, deberíamos observar los procesos mínimos, aquellos

que a los ojos de las políticas dinámicas permanecen ocultos, aquellos que parecen intrascendentes o que no están dentro de los campos especulativos de la gestión, de nuestra tutela. O, como ya he dicho en otras ocasiones, que pertenecen a esas culturas tímidas que no cotizan en bolsa.

Posiblemente, volver de algún modo a interpretar la cultura comunitaria, aquella que pone las bases, sería una salida impecable. Porque estos procesos mínimos de la cultura son indudablemente los únicos que pueden permitir cimentar. Luego construir. Más tarde enriquecer. Un simple principio de superposición formalizadora de la cultura. Abandonar la pretendida generación espontánea del interés. Una actitud que parece provenir de cierto aislamiento de la realidad y que permanece en los altos niveles de la gestión pública e industrial de lo que hoy se entiende por cultura. Una cultura, en cierto modo, impuesta bajo intereses claros de rentabilidad política y financiera.

El mercantilismo cultural está definitivamente muy lejos de los principios básicos del procomún, de la comunidad que decide. Se han generado estructuras que dominan los expertos y que, bajo la paranoia de la excelencia, subvierten los procesos de participación e implicación ciudadana. ¿Expertos en qué? Habitualmente, en gestión administrativa. Esto significa que hemos alcanzado un déficit cultural que se manifiesta por la diferencia que existe entre la oferta oficial y las necesidades y sensibilidades de la sociedad. Una cultura especulativa que las administraciones y las industrias consideran legítima. Una cultura impuesta que solo beneficia a un determinado grupo de población.

Por ello, una acción cultural comprometida no puede desarrollarse desde la



Interior de una tienda Apple.

direccionabilidad de las autoridades, sino que tiene que acompañarse de inmersiones más que de inversiones. Una nueva articulación política que refuerce la base ciudadana más allá del consumo, que genere espacios de convergencia. Posiblemente así nos alejemos de ese canto de sirena que encumbra a la cultura como motor de la economía. Posiblemente, la coloquemos en el lugar que le corresponde: como motor de la humanidad. El excedente cultural, bien podría denominarse. Porque una ciudadanía inactiva culturalmente (consumir no significa estar activo) configura una sociedad paralizada en sus esencias.

Entonces si la inteligencia colectiva es la que construye la cultura, ¿se puede disolver la jerarquía institucional?

Sería bueno comenzar a distinguir claramente en las instituciones lo que sería una estructura *hard*, una estructura *soft*

y una estructura *trans*. *Hard* (organización y jerarquía), *soft* (conservación y programación) y *trans* (experimentación, hibridación, emergencia, fractalidad, influencia, riesgo, investigación, transferencia, confluencia, prototipado, interacción, prosumo...). Quizá avanzaríamos enormemente y nos libraríamos del lastre de modelos y de jerarquías que no hacen sino truncar el avance. La innovación a partir de las ideas que luego se pueden traducir en cualquier formato. Nuevas movilizaciones culturales, nueva conciencia de la cultura.

Porque en la red las ideas pueden avanzar de un modo más eficaz ya que no dependen de un proceso de organización institucional que las pueda paralizar. Referenciando el principio de Pániker: su capacidad de crecimiento y desarrollo es muy alto porque no hay ninguna figura jerárquica que la bloquee. Es curioso comprobar que casi nunca hay coincidencia entre la “reputación

digital”, el valor que tienen en la red, y su valor en los niveles orgánicos de instituciones.

Por ello es necesario organizar y canalizar la fuerza ciudadana que se genera a través de estos medios y encauzar una nueva creatividad cultural. El fortalecimiento de la sociedad red no significa la explosión de aparataje tecnológico, como tampoco tiene nada que ver con lo que hoy observamos (y se nos quiere hacer tragar del *open-governement*), sino con la canalización del activismo cultural que se genera a través de la red como espacio que favorece, promueve y reconoce la creatividad y pone en cuestión la inmovilidad de las estructuras y la capacidad de movimiento de las instituciones.

Aparecen otros medios de generar cultura, otros medios para participar en cultura. La cultura en manos de los ciudadanos más allá de los técnicos. Desaparecen los intermediarios físicos y jerárquicos: un cambio estructural para los nuevos modelos de cultura local, el filtro a través de las redes de creación. La inteligencia colectiva es la que construye la cultura. El flujo continuo de cultura.

También para una institución pública que debe plantearse ir dejando el papel proteccionista que hasta ahora cumplía. Cuanto más abierta esté la institución, cuanto más en red estén las competencias, mayores posibilidades existen para la creación de una sociedad creativa y abierta, colaborativa y enriquecedora. No obstante, eso implica una revisión de las relaciones institución-ciudadano desde, ojo, las dos vertientes. Nuevas actitudes que no pueden ser ignoradas tampoco por parte de los ciudadanos porque, no lo olvidemos, la creación de sociedad viene desde muchas responsabilidades y también ha existido una especie de

dejación por parte de la ciudadanía que ha optado, en su generalidad, por dejar que la administración fuese la encargada de la cultura.

¿Cómo? En todo caso no puede existir un cambio de modelo sin cambio en la organización. Las nuevas prácticas relacionales basadas sobre los fundamentos de la ecología digital no residen en que las administraciones se llenen de tecnología sino en que absorban esa filosofía que infiere la cultura digital, que se aplique en la comunicación abierta, que implemente los fundamentos de las relaciones en red. La administración pública debe asumir ese modelo y eso implica una transformación radical que trasciende el paradigma actual.

Sin duda el mayor compromiso con el que se deben enfrentar los gobiernos locales es el de avanzar hacia una desinstitucionalización de la cultura. O si se prefiere el término de Michel de Certeau, hacia una desapropiación de la misma. Una actitud que la debe llevar a corregir su tendencia distributiva (espectáculos y subvenciones) y escapatista (acontecimientos y construcciones). Pensar la cultura local es devolverle su esencia social y vital, devolverle su capacidad de creación. Nuevos paradigmas de gestión, nuevas responsabilidades y compromisos, nuevos activismos.

Quizá la verdadera misión de las políticas públicas de cultura sea construir dinámicas y proporcionar herramientas para que sea la ciudadanía la que empuje y se apropie de nuevos proyectos. Quizá las instituciones locales debieran ser “agregador” más que editor (piénsese en la administración en formato RSS). Una especie de ecosistema de redes.

¿Cómo? A través de la “Tecnología de Participación Aumentada” (TPA):

el paradigma digital debe contemplarse como un elemento primordial para la promoción de las relaciones humanas, para la construcción de un universo colaborativo sustentado sobre las filosofías que trascienden la paranoia de la competitividad y el individualismo, que trabajan desde criterios de globalización más igualitarios, sin imposiciones.

Existen nuevos modelos de organizar la acción colectiva basados en las comunicaciones digitales. Hagamos caso a estos modelos emergentes. Tecnología de la cooperación fundamentada sobre espacios no físicos.

La participación aumentada se desarrolla en el ámbito digital y convoca las relaciones entre espacio público y las estructuras de comunicación. Se añade a la realidad experimentable. El objetivo de las redes desde esta perspectiva es crear ámbito de colectividad. Añade una parte virtual a la presencial. Lo que interesa no es reproducir lo que existe, sino crear posibilidades nuevas. Añadir, no sustituir. Estructurar las políticas digitales de cultura de forma que no caigamos en la “informática de la dominación”.

Por ello, cuando hablemos de brecha digital debemos ser conscientes de que esta brecha no es sino el reflejo de otras. La brecha digital no es sino la referencia de otras desigualdades.

Lo extraordinario de la cultura digital en red es la posibilidad de experimentar nuevas influencias, de estar expuesto a nuevos estímulos que, evidentemente, a su vez generan nuevos comportamientos. La innovación desde la cultura digital es, puede ser, rápida. La cultura digital y la analógica se transforman por su coexistencia, por su interacción en redes presenciales y distanciales. Esta coexis-

tencia es la que estimula la creación de nuevos entornos simbólicos.

Y porque la cultura es el hipotálamo donde se fabrican las emociones necesarias para que una sociedad reaccione. Quizá se manejen conceptos muy limitados de cultura y esa sea la causa de que vayamos estrechando cada vez más sus posibilidades, que vayamos añadiendo error sobre error porque partimos de conceptos equivocados o incompletos.

Entonces deberíamos pensar en el gestor cultural como mediador de conocimiento. Una evolución en el concepto y las funciones de la profesión.

Quizá se trata de incorporar en estas instituciones *unidades de pensamiento* que puedan proponer modelos de innovación sustentados sobre plataformas de conocimiento, que den sentido a toda la teoría generada, a todas las indicaciones propuestas y que se avance en la aplicación de modelos que puedan avanzar de modo más o menos paralelo a lo que avanza la sociedad. Dominamos la programación, no cabe duda de que en todos los lugares se generan estupendos eventos, vayamos a por el conocimiento y generemos desde su mediación campos de cultivo desde donde se remueva la nueva cultura de la cultura. Una integración de personas, funciones y tecnología.

Las instituciones se convierten en plataformas abiertas que se relacionan con el entorno y facilitan la interacción con la comunidad. Que se abren a la abundancia de contenidos y que localizan, filtran, distribuyen y aprovechan ese conocimiento latente y evidente. Una especie de gestión de sistemas de conocimiento cultural. Una especie de semantización de la gestión cultural en la que toda la información se va or-

ganizando en cajas y etiquetas para su distribución y consumo. Una estructura que ensambla contenidos y que convierte a las administraciones públicas, como decía más arriba, en servicios RSS.

Estamos hablando pues de una cultura conectada que no pertenece a nadie sino que está contenida en una masa compleja, que no muestra sino que interactúa, que traspasa el canal unidireccional de oferta-consumo, que es proactiva como objetivo. Una cultura en la que el gestor pierde (o modifica) su función tradicional para que la sociedad se apropie de los mecanismos necesarios y la calle actúe en un modo, digamos, DIY (*Do It Yourself*). La cultura de la inteligencia colectiva. La evolución cognitiva de la cultura.

Un modelo en los que la institución no “vende” cultura sino que propicia una sociedad creativa a través del filtrado y la distribución de contenidos de conocimiento, un modelo en el que la acción ya no viene desde arriba sino que se distribuye y genera en un entorno colaborativo, participativo, ausente en su totalidad de modelos de competitivos.

Así, pues, una buena estructura de pensamiento para las nuevas lógicas de la gestión cultural sería la siguiente:

Cooperación	mediación vs beneficencia
Conocimiento	circulación vs acumulación
Comunicación	$1 + 1 \rightarrow 1 + \infty \rightarrow \infty + \infty$
Creación	prosumo vs consumo
Comunidad	expansión vs asimilación
Conectividad	pluralidad vs individualidad
Circularidad	generación vs oferta

En todo caso, no podemos perder de vista dos asuntos que a mí también me parecen importantes:

- **El optimismo digital ciego** que pretende que todo lo que suene a digital es estupendo. Tan solo el 5% de quienes participan en Internet crea contenido, el resto se limita a acceder a ellos, a consumirlos, a “retuitearlos”..., por una parte; por otra, existe la generación de nuevos monopolios representados por los grandes: Google, Amazon... La burbuja de filtros por ejemplo que crea el buscador de Google propicia un dirigismo que a mi modo de ver es bastante preocupante (no se dan los mismos resultados en mi ordenador que en el de ustedes porque el robot ya ha almacenando mis “gustos y preferencias”). El desencanto digital lleva a la pregunta de quién se beneficia realmente de tanta información. No podemos olvidar que la cultura no la hacen las máquinas sino las personas.
- **El tiempo cedido como concepto capitalista.** Nuestro tiempo y lugar de trabajo se han expandido de modo absoluto sin que tengamos ningún control ni sobre sus rentas ni sobre sus efectos. Sirve como beneficio para terceros y lo hace sin esa necesaria corresponsabilidad que, aunque difusa, irregular y muchas veces injusta, existe en el capitalismo industrial.

Es decir, de modo indirecto y externalizado se obtiene rendimiento sin necesidad alguna de poseer el lugar de producción. Con dos enormes ventajas: el conocimiento no se agota con su consumo, por una parte, y, por otra, no es necesaria inversión ni mantenimiento del lugar de producción. Tremenda artimaña del capital. De este modo, el conocimiento generado desde el trabajo espontáneo (existe una gran diferencia entre el trabajo espontáneo y el voluntario) y desde la filosofía del bien

común genera una plusvalía derivada que depende de los mecanismos de distribución y transmisión. La expropiación del conocimiento que mucho tiene que ver con la expropiación de la cultura.

En muchos casos, los usuarios (prosumidores) de las redes sociales nos convertimos en trabajadores no asalariados de un sistema de producción que excede a los cánones fordistas y taylorianos. El tiempo cedido se convierte en tiempo de producción y lo hace desde un paradigma que nada tiene que ver con los activos económicos tradicionales. Tú generas, tú compartes y la industria de la tecnología

se beneficia. Si bien el conocimiento se ha convertido en un recurso esencial, su distribución sigue siendo propietaria. El sistema capitalista evoluciona en cuanto a los medios de explotación pero no en cuanto a los intereses. Si antes el capital era la fuerza física y quienes menos beneficio obtenían eran los que generaban esa fuerza, hoy ocurre lo mismo con la fuerza intelectual.

Parar finalizar: Apropiacionismo digital + comunitarismo tecnológico → participación aumentada.

O lo que es lo mismo: contribuir, colaborar, comunicar, cooperar.

Este artículo fue publicado en el volumen 5 de la Colección Ciudades Creativas (2013) de Fundación Kreanta correspondiente a las V Jornadas sobre Ciudades Creativas organizadas por la Fundación Kreanta del 2 al 6 de octubre de 2012, en Medellín (Colombia).

**CC
K**

Experiencias

La autoconstrucción como estrategia de mayor participación

Santiago Cirugeda



Autoconstrucción aula Abierta. La Carpa 2012, Sevilla.

Desde el año 1996, he desarrollado proyectos de subversión en distintos ámbitos de la realidad urbana y prácticas críticas, exigiendo que las reglas que rigen la planificación de la ciudad se sometan a una revisión urgente. Desde ocupaciones sistemáticas de espacios públicos con contenedores, hasta la construcción de prótesis en fachadas, patios, cubiertas e incluso en solares. Todo ello negociando entre la legalidad e ilegalidad, para recordar el enorme control al que estamos sometidos.

En 2003, dejé de trabajar en solitario y empecé con dinámicas cada vez más colectivas. Creé Recetas Urbanas como oficina de arquitectura. Con ello nuestro

trabajo común se marcaba por recuperar la conciencia crítica contra ese “urbanismo oficial” manipulado por los agentes económicos y políticos, donde la ciudadanía perdió su capacidad de respuesta.

Ya con Recetas Urbanas montado, nuestro trabajo común se marcaba por recuperar la conciencia crítica contra ese “urbanismo oficial” manipulado por los agentes económicos y políticos, donde la ciudadanía perdió su capacidad de respuesta. Actualmente debemos prepararnos más y actuar mucho más rápido, porque “el enemigo” sabe perfectamente qué hacer cada día y no duda ni un segundo sobre su actividad. Y mucho menos escucha a la gente para consensuar una decisión.

El riesgo del trabajo de interlocución social, está en que la ciudadanía pierda la capacidad de proponer y pelear, que la condición de la creatividad y libertad humana, condiciones naturales e innatas, se terminen por manipular.

Actualmente ilusiona ver colectivos y grupos de gente joven que están organizándose en forma de redes. Por nuestra parte, desde Recetas Urbanas y la red Arquitecturas Colectivas, planteamos estrategias conjuntas, con armas legales, arquitectónicas y mediación social.

Actualmente desarrollamos varios de esos proyectos que activan una parte de la ciudad, en un momento en el que la propia administración pública se derrumba, y la desconfianza hacia ella nos hace impulsar estos proyectos, generando una serie de acciones directas sobre el espacio público que construyen este proyecto completo donde aparecen diferentes construcciones recicladas. Debido a lo anterior, el modelo de autoconstrucción se implementó en cada uno de los proyectos que desarrollamos. Para hacerlo posible era necesario estudiar sistemas constructivos que tendrían las siguientes características: fácil de transportar y de rápido montaje, elementos modulares, materiales reutilizables, así como portátil. Buscando estos elementos específicos, Recetas Urbanas alcanzó su peculiar metodología de autoconstrucción que también permite: crear talleres para preparar a la gente acerca de cómo construir, utilizar las herramientas y los materiales, desarrollar documentos y manuales prácticos, reutilizar materiales y ensamblar elementos modulares de construcción de junta seca.

Vemos la autoconstrucción como una estrategia que permite a los arquitectos responder a las necesidades de los ciudadanos dentro de los contextos en cuales se

encuentran. Es un modelo que garantiza la involucración de la gente en la creación y la construcción de sus espacios. Existen otras características importantes tales como: el rápido desarrollo, la eficiencia, la apropiación, estrategias de participación, la creación de redes, la posibilidad de reutilización de los materiales, el desarrollo de las actividades pedagógicas y su aplicación a bajo coste. Este modelo de construcción tiene que resurgir después de haber desaparecido por exceso de normativas y por demasiada reglamentación de los procesos constructivos. Y, principalmente, tiene que resurgir a modo de herramienta en contra de la creación cada vez más conservadora y menos crítica a la cual hemos llegado.

Actualmente, esta estrategia que desarrollamos está igualmente aplicada por otros colectivos. A continuación se presentarán algunos proyectos, los cuales ilustran claramente la esencia y las posibilidades de la metodología –talleres, reciclaje de materiales, autoconstrucción y, sobre todo, compromiso político.

El Niu, Girona, España (2008)

El Niu (“nido” en catalán) es una intervención arquitectónica efímera que ideamos para el Bòlit. Ubicada sobre la azotea del espacio de La Rambla, un antiguo cuartelillo de la Guardia Civil, y ahora edificio patrimonial, su objeto es dotar al Centro de Arte de la infraestructura temporal necesaria para poder llevar a cabo actividades dirigidas a la investigación y a la intervención artística. Con un presupuesto de “artista invitado” asumimos toda la intervención: el diseño, la ejecución, la dirección de obra, la seguridad y la responsabilidad civil.

Para su construcción reciclamos cuatro de los contenedores provenientes de Za-



Araña 2012. Espacio Sociocultural La Carpa, Sevilla.

ragoza y reutilizamos elementos cedidos, como la escalera de acceso, de Straddle3, quienes también nos ayudaron en la construcción. La estructura principal está hecha con el sistema modular de Rehasa Estructuras. Después de la construcción de la base estructural del proyecto, los cuatro módulos prefabricados se colocaron con la ayuda de un camión grúa, en la cubierta del edificio existente, donde fueron recubiertos con malla, hojarasca, ramas y tejido de camuflaje checoslovacos para simular un nido.

Lo que diferencia al Niu de los otros espacios a disposición del Bòlit –y de la mayoría de los espacios institucionales relacionados con las prácticas artísticas– es que funciona no solo como espacio de

exposición y producción, sino también como residencia temporal (para artistas nacionales e internacionales invitados por el Bòlit). La consecuencia inmediata es que el Niu no está limitado por horarios de uso, algo inusual en un espacio institucional.

Finalmente el proyecto de residencias no se consolidó como tal, ya que se evitaba que los investigadores y artistas durmieran allí, o eso se suponía. Ello es fruto de un miedo institucional, que se repite en muchos otros proyectos, donde no quieren mezclar la creatividad y producción con el proceso de habitar.

El proyecto tampoco llegó a los dos años de vida que se plantearon desde el origen, siendo su periodo recortado a un

año y medio, debido a las continuas peleas y tensiones entre los distintos partidos y la opinión pública. Lo más patético fueron los ataques desesperados de CiU, que atacó en prensa hasta mi condición de andaluz para invalidar el proyecto.

Tal y como se plantean las líneas de trabajo de Recetas Urbanas en cuanto a la reutilización de materiales, se decidió que una vez desmontados de la cubierta del espacio Bòlit, los cuatro módulos prefabricados que lo componían se destinarían a otro espacio autogestionado. Pues se encuentran actualmente en Pradejón, en La Rioja a cargo del colectivo Aoscuras.

Las Arañas, itinerante (2008)

Las Arañas son distintos proyectos que combinan las prótesis de edificios y la ocupación temporal de solares. La idea es que las prótesis cobren independencia para ocupar espacios, sean estos interiores o exteriores, públicos o privados.

Las Arañas tienen distintas funciones, no consumen suelo y permiten el paso libre o la instalación de otros usos bajo ellas. Pueden ser autónomas o funcionar como una extensión de otro edificio; conectadas a él a nivel logístico, pero físicamente independientes. El primer prototipo nació de la colaboración con Julio Barba, ingeniero y empresario de Rehasa Estructuras, con la oportunidad de experimentar, a otra escala, un sistema que ideó inicialmente para estabilizar edificios en rehabilitación. El entusiasmo y la implicación de Julio fue tal que cedió las estructuras de las tres primeras arañas construidas.

Las Arañas tienen la capacidad de montarse y desmontarse en un día. Con dos personas, una escalera y una grúa

mediana se ensamblan fácilmente, aunque se recomienda hacerlo con más amigos porque el espectáculo y la experiencia merecen la pena.

Gracias a este sistema, es posible construir un edificio en un tiempo récord y poder utilizarlo enseguida. El fácil montaje y desmontaje de La Araña permite cambiarla de lugar sin gran esfuerzo y con ello ser capaz de jugar con los tiempos de los procedimientos legales y burocráticos.

Para el primer prototipo se rescataron dos contenedores provenientes de Zaragoza de los seis cedidos a la Universidad Politécnica de Valencia (UPV). La intención de la UPV era crear un espacio autogestionado y participativo vinculado a un colectivo de estudiantes.

Coincidió que estando los contenedores almacenados en esta ciudad, a la espera de resolver los complejos y lentos trámites administrativos necesarios para materializar el proyecto, Recetas Urbanas consiguió un solar en Sevilla, propiedad de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía en la Isla de la Cartuja.

El solar había alojado el pabellón de Austria en la Expo'92 y estaba en desuso desde su desmantelamiento. Su cesión se negoció para instalar un equipamiento cultural portátil, la Pista Digital, mediante un convenio de ocupación de suelo público en régimen de alquiler. Viendo que contábamos con este suelo, decidimos liberar dos de los módulos guardados por la UPV para montar la sede del estudio junto a la obra de la Pista Digital.

Otra Arañita fue construida para el Espacio Iniciarte. Se adquirió un nuevo contenedor para montar una arañita a modo de objeto artístico que ilustre



Projctalab, Benicàssim 2011, España.

parte del trabajo de Recetas Urbanas durante la exposición retrospectiva “La socialización del arte o el sistema de protección de testigos”. Las Arañas fueron construidas para varios proyectos: el segundo encuentro de colectivos Arquitecturas Colectivas en Sant Pere de Torelló (2009), la inauguración del Museo MAXXI en Roma (2010), en la Plaza del Rey de Tarragona en el marco del evento cultural Ciudades Creativas (2011) y en el recinto de La Carpa en Sevilla (2011).

Projctalab, Benicàssim, España (2010)

La Nau de les Arts / Projctalab es un espacio multidisciplinar que está destinado a albergar diferentes actividades culturales. Nace con la voluntad de convertirse en una sede disponible para aquellas personas o colectivos que no disponen de los recursos necesarios,

incorporando nuevos espacios para la formación y la producción, incluyendo dos residencias para creadores invitados.

Iniciado por la Asociación Projecta y construido por Recetas Urbanas en colaboración con Rehasa Estructuras S.L., Lucas Construcción y la ayuda de numerosos colectivos de la red Arquitecturas Colectiva, este espacio promovido por el Ayuntamiento de Benicàssim parte de la reutilización de seis módulos vivienda procedentes de Zaragoza y pertenecientes al proyecto Camiones, Contenedores & Colectivos. La obra ha supuesto la rehabilitación y mejora de un antiguo almacén de Renfe al cual se han adherido los contenedores en una prótesis que le capacita para nuevos usos. Con este proceso de construcción colectiva participativa y de reúso de espacios y materiales se ha obtenido una nueva instalación de forma enormemente rápida y económica.

Equipado con diferentes aulas, talleres, salas de reuniones, residencias de artistas y almacenes, este espacio de aproximadamente 400 m² tenía que albergar mediante un modelo de gestión compartida las actividades de la Nau de les Arts durante el invierno y las del Projectalab en verano, haciendo posible el aprovechamiento para múltiples usos de una misma infraestructura. La ampliación del Projectalab se desarrolla en una estructura independiente conectada en dos puntos con el edificio existente.

Encima de la estructura, aparecen tres espacios de 30 m² cada uno hecho a base de dos módulos prefabricados. Además, se crearon sistemas de aislamiento solar para evitar que los contenedores se recalienten durante el verano. Para ello, se reutilizó la estructura de las sábanas rígidas, un proyecto realizado por Recetas Urbanas en 2005, para crear unas viseras que se colocaron en la parte superior de los contenedores y en algunos laterales impidiendo el contacto directo de los rayos solares con los módulos.

La valoración en la gestión de los doscientos mil euros invertidos en la mejora de la nave y la construcción de los nuevos espacios (incluyendo IVA, honorarios, seguros, subcontratación de empresas locales y gastos de los diferentes colectivos participantes), nos parece acertada y muy económica. La situación más negativa es la del cambio de partido en las elecciones del ayuntamiento, que produjeron, una vez finalizado el proyecto, el cierre temporal del edificio, el cambio de nombre del mismo y el ataque público en los *mass media*.

Actualmente el espacio está parcialmente abierto al público. Durante los meses de verano queda cerrado y se niega el uso a numerosos colectivos locales que

lo han pedido siendo discriminadas sus prácticas culturales.

Aula Abierta, Sevilla, España (2011)

Aula Abierta es un espacio autoconstruido y autogestionado y construido por primera vez en Granada en 2004 por un grupo de estudiantes de la universidad y Recetas Urbanas, usando materiales extraídos del desmontaje de otro edificio destinado a ser demolido. Nació frente a la necesidad de obtener un espacio físico y mental de trabajo y de reflexión urbana.

En enero de 2012 se desmonta por la Universidad de Granada y se transporta hasta Sevilla, donde lo recepciona Recetas Urbanas. Tras la instalación de las cimentaciones superficiales, la primera semana de marzo de 2012 se hizo un taller de autoconstrucción organizado por La Matraka. La principal característica del proyecto de Aula Abierta es que su construcción se basa en la reutilización de materiales, partiendo del desmontaje de un edificio público destinado a ser demolido. En ambos casos –Granada y Sevilla–, el edificio fue autoconstruido por un gran número de jóvenes, interesados en nuevas formas de hacer arquitectura y nuevas maneras de crear redes de colaboración.

En el caso de Sevilla, el proceso de construcción siguió adelante con la ayuda de varios colectivos como: ElGatoconMoscas, La Jarapa, El Cuarteto Maravilla, Conceptuar-te, Straddle3 y muchos más amigos y colaboradores espontáneos venidos de diferentes países hasta su inauguración, el día 19 de octubre de 2012.

Hoy, Aula Abierta Sevilla se inscribe dentro de un proyecto más amplio que es “La Carpa – Espacio Artístico”, sede de Varuma Teatro y futura Escuela Superior de Circo de Andalucía. El objetivo principal

de este espacio es de poner a disposición de los grupos que lo necesiten un lugar de entrenamiento y de encuentro así como proponer una programación estable acorde con las necesidades técnicas para poder desarrollar las disciplinas con las cuales la compañía trabaja e investiga.

El proyecto se ha desarrollado con convenios de cesión del suelo y materiales públicos o de otros colectivos, pasando por la autoconstrucción colectiva, el trueque, e incluso la red social de *crowdfunding* “Goteo”, convirtiéndolo en ejemplo de convivencia de diferentes modelos de autogestión, que, articulados, crearon espacios independientes a la financiación y gestión pública.

Eso significa que hacemos otro tipo de política, queremos que mientras “ellos” no mejoren su funcionamiento recogiendo los derechos de todos, y mejorando los soportes legales, pues que nos dejen funcionar a nuestra manera; así producimos estas acciones habitables de carácter mucho más colectivo, que los trece años de trabajo, casi en solitario, donde ya planteaba situaciones donde se reclama el derecho innato del ciudadano a usar la ciudad en la que vive. La pregunta que siempre repito: ¿Qué debe de hacer o aportar un grupo de ciudadanos para obtener el derecho de uso de un suelo o edificio obsoleto de propiedad pública? En el caso del promotor privado movido por intereses económicos ya lo sabemos...

Ex Padelai. Buenos Aires. Argentina (2011)

Eso es lo que nos preguntamos cuando desarrollamos el proyecto llevado a cabo en el marco de la exposición Bridges and Borders en Buenos Aires en el 2011.

Surge de manera espontánea tras un encontronazo con el edificio que la alo-

java. El ex Padelai, un antiguo orfanato ocupado después de su abandono y cuya propiedad fue otorgada al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, que ordenó unos años más tarde un violento desalojo. Quedando pendiente juicios de expropiación y desalojo, el gobierno municipal eligió la solución más fácil consistiendo en la cesión del edificio al estado español por un periodo de 30 años. La historia completa se puede leer en el blog que se montó durante nuestra estancia y que traza la memoria de los acontecimientos ocurridos en el ex Padelai.

Nuestro espacio expositivo, se convirtió en oficina de información, pero era solo la parte visible de una semana de reuniones con desalojados, personajes variados y colectivos locales.

También lo relacionamos con nuestra experiencia en otros países, donde hemos propuesto numerosos convenios de cesión de espacios de propiedad pública. Son mecanismos que están claramente recogidos en las leyes de participación ciudadana, y que obviamente, miran hacia el interés general de la sociedad.

Estratégicamente, el convenio redactado en virtud del cumplimiento de leyes argentinas y españolas, se hizo visible cinco minutos antes de inaugurar. El equipo del Centro Cultural de España en Buenos Aires (CCEBA) la Embajada española lo descubrieron entonces.

Para el fácil entendimiento del mismo, recuperamos el lema “Arquitectura para Todos”, usado por los organizadores en una convocatoria anterior, utilizando su mensaje “integrador” para hacerlo extensivo a la ciudadanía.

Nuestra participación en eventos culturales viene marcada por la funcionalidad, que obviamente viene dada por nuestra formación como arquitectos, pero sobre



Aula abierta 2012. La carpa, Sevilla.

todo por el compromiso político que deriva de ello y que es parte fundamental de nuestro trabajo.

La molestia que me producen ciertas políticas de cooperación internacional, algo falseadas y demasiado domesticadas derivó en un proyecto que entendimos de lo más razonable. Tras el contacto con varios grupos activos de la ciudad, y reuniones con personajes que mucho tenían que ver en el conflicto, hicimos el convenio para cesiones de espacios del edificio y de sus anexos, pudiendo adaptarlo a diferentes opciones de uso

e intereses planteados por grupos que reclaman actividades barriales, sociales y culturales.

Se llegaron a redactar cinco convenios. Mientras, el pasado volvió a surgir, ya que a nuestra vuelta a España, el ex Padelai fue de nuevo ocupado por parte de la cooperativa de inquilinos anteriormente expulsada, cerrando al público todas las actividades programas por el CCEBA durante un mes.

Parece que las mismas ideas de reclamar los espacios se han encontrado en el tiempo.

Bibliografía

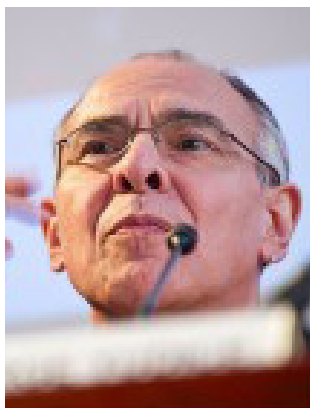
- CIRUGEDA, Santiago. *Situaciones Urbanas*. Barcelona: Tenov, 2007.
- CIRUGEDA, Santiago. *Arquitecturas Colectivas. Camiones, Contenedores, Colectivos*. Sevilla: Vib[]k, 2010.
- CIRUGEDA, Santiago. “Camiones, Contenedores y Colectivos” en *Catalitzadors*, pp. 18-27, Barcelona: Eumo, 2010.
- CIRUGEDA, Santiago. “Llevo 15 años habitando la Alameda / I’ve been inhabiting the Alameda for 15 years” en 37°23’N 5°59’W Sevilla Contemporánea Arquitectura 2000-2010, pp. 36-37 y 103-104. Sevilla: accésit, Lugadero, Pipo, 2011.
- CIRUGEDA, Santiago. “Proyecta-lab” en *Pasajes de Arquitectura y Crítica* n° 118, pp. 40-44. Madrid: América Ibérica, 2011.
- CIRUGEDA, Santiago, “Espacio Artístico - La Carpa” en *Eme3 International Architecture Festival*, pp. 18-21, Barcelona: eme3, 2012.
- BAPTISTA, Luis Santiago. “Experiências Participativas. Perspectivas Críticas” en *Arqa* n° 90-91, p. 40 y pp. 88-95, Lisboa: Futur magazine, 2011.
- DELLA CASA, Francesco, “Recetas Urbanas” en *A’A - L’Architecture d’Aujourd’hui* n° 393, pp. 104-111. Levallois-Perret: Archipress et associés, 2013.
- MÁHLER, Quiterie. “Recettes Urbaines. Camions, conteneurs et collectif” en *Ecologik Recyclage Urbain*, París: Architectures à vivre, 2012.
- MURRÍA, Alicia. “Santiago Cirugeda Parejo / Recetas Urbanas. La eficacia de las microintervenciones” en *Artecontexto* n° 28, pp. 37-45, Madrid: ARTEHOY, 2010.
- WILES, Will. “Emerging Architect of the year” en *Icon* n° 115, p. 50, Londres: Media 10 Limited, 2013.
- ZABALBEASCOA, Anatxu. “La Arquitectura de la red social” en *El País Semanal* n° 1799, pp. 20-24. Madrid: El País, 2011.

CC
K
Autores

Germán REY

Ha sido director del Centro Ático de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Ha sido asesor en Políticas Culturales del Despacho de la Ministra de Cultura de Colombia y asesor general del Proyecto de Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello. Participó en la elaboración del Informe de *Impacto económico de la Cultura en Colombia* (2003) y en el Informe de la UNESCO *Trends in audiovisual markets. Regional Perspectives from the South* (2006). Forma parte del Laboratorio de Desarrollo y Cultura de las Universidades de Girona y Tecnológica de Bolívar en Cartagena. Asesor Nacional del Plan Decenal de Cultura de Medellín y del programa de Diplomacia Cultural de la SEGIB. Ha sido consultor de la Orquesta Filarmónica de Bogotá y de la Secretaría de Cultura de Bogotá para la creación del Instituto Distrital de las Artes (2009). Coordinó el proceso de elaboración del *Compendio de Políticas Culturales de Colombia* (Ministerio de Cultura, 2010). Entre sus libros están: *Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas* (1999), *Las ciencias sociales en Colombia: discurso y razón* (2000), *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva* (Gedisa), escrito conjuntamente con Jesús Martín Barbero, *Oficio de equilibristas* (2005), *La fuga del mundo. Escritos sobre periodismo* (2007), *Las tramas de la cultura* (2008), *Industrias culturales, creatividad y desarrollo* (AECID, Madrid, 2009), *Las huellas de las hormigas. Las Políticas culturales en América Latina* (México, 2010), *Cultura y desarrollo* (Fundación Carolina, Madrid, 2010) y *Los sentidos despiertos. La apropiación de las músicas, la danza y el teatro en Bogotá* (OFB 2010), entre otros. ♦



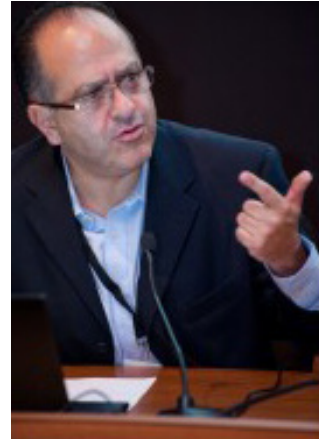


George YUDICE

Es profesor titular del Departamento de Lenguas y Culturas Modernas y del Programa de Estudios Latinoamericanos en la Universidad de Miami. Se doctoró en Lenguas y Literaturas Románicas en la Princeton University y también cursó el doctorado en Sociolingüística en el Graduate Center de la City University of New York. Dirige el Observatorio de Miami de Industrias Culturales y Creativas, un proyecto colaborativo entre investigadores de la Universidad de Miami y la Florida International University. Se especializa en investigación en nuevos fenómenos estéticos en la era digital; los usos económicos y sociales de la cultura, sobre todo en las industrias culturales y creativas; el impacto cultural de las nuevas migraciones; y la cultura en Centroamérica. Lleva más de diez años estudiando los sistemas de producción y distribución de las artes, medios y culturas populares en América Latina, los EEUU y Europa. Estuvo en la junta editorial de *Social Text* durante dos décadas y está en los consejos editoriales de *International Journal of Cultural Policy*, *Cultural Studies*, *Found Object*, *Topia: Canadian Journal of Cultural Studies*, y *Z Revista Cultural del Programa Avanzado de Cultura Contemporânea* (Rio de Janeiro). ♦

Ernesto PIEDRAS

Economista (ITAM, London School of Economics). Director General de Nomismæ Consulting, consultora dedicada al análisis económico de las industrias culturales, de la economía basada en la creatividad, así como en la instrumentación de políticas públicas nacionales, estatales y municipales, diseño y desarrollo de la Cuenta Satélite y Observatorios Culturales, y al análisis del mercado y a la regulación de las telecomunicaciones. Además, en el sector de las telecomunicaciones, ha desempeñado diversos cargos en la Administración pública, en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Secretaría de Programación y Presupuesto, la Comisión Federal de Electricidad y la Presidencia de la República. Entre sus actividades académicas, destaca su actividad como Coordinador del Diplomado en Análisis del Mercado de las Telecomunicaciones en el ITAM, en donde es profesor de asignatura desde 1997 en la Licenciatura en Economía y Maestría en Políticas Públicas. Es también profesor de maestría en la Universidad de Guadalajara y fue Coordinador del Programa de Investigación en Telecomunicaciones del CIDE (2002-2005). Representante en México de la London School of Economics and Political Science, es líder de opinión en los medios de comunicación, con una presencia regular en la radio (Radio Fórmula, 103.3 FM), la televisión (proyecto 40) y la prensa escrita (columna semanal *Estrategias Telecom* en *El Economista* y revistas *Este País*, *Red* y *Boletín Canieti*) y miembro del Consejo Editorial de la Sección de Negocios del periódico *Reforma* (2006-2007). Es, además, autor de libros, artículos, ensayos, documentos de trabajo y capítulos en libros colectivos. Algunos de los más recientes son: en coautoría con Néstor García Canclini, *Las Industrias Culturales y el Desarrollo de México* (Siglo XXI Editores/FLACSO/Secretaría de Relaciones Exteriores, México. Reedición 2008); *Las Industrias Culturales en México* (en Florescano Mayet, E. (ed.), *Cultura Mexicana: Revisión y Prospectiva* (Taurus, México, 2008); colaborador en *Creative Economy and Industries*, UNESCO/UNCTAD, Ginebra, 2008; *Algunos riesgos en la agenda de Política Pública de la Economía de la Cultura* (en Gestión Cultural. *Una Visión desde la Diversidad*, Universidad de Guadalajara. México, 2008), *Guatemala: Un análisis de la contribución económica de la cultura* (Ministerio de Cultura y Deporte, Banco Interamericano de Desarrollo, The Competitive Intelligence Unit. México, 2007). ♦



José Antonio MARINA



Catedrático de Filosofía, Doctor honoris causa por la Universidad Politécnica de Valencia. En la actualidad, es Presidente del Comité Científico del Observatorio de la Lectura de Andalucía y miembro del Observatorio Nacional de Lectura. Además, es miembro del Comité Científico de la Fundación Alcohol y Sociedad. Ha sido Premio Nacional de Ensayo, Premio Giner de los Ríos de Innovación Educativa, y ha dedicado su vida profesional a la investigación sobre la inteligencia y a la educación. En el año 2005 puso en marcha la iniciativa “Movilización educativa de la sociedad”, cuyo objetivo es fomentar la participación de toda la sociedad en la mejora de la educación. Uno de los proyectos es la “Universidad de padres (UP on line)”. Ha expuesto su proyecto educativo en diversos libros, entre los cuales cabe citar *Aprender a vivir* (Ariel), *Aprender a convivir* (Ariel), *La magia de leer* (Plaza y Janés), *La magia de escribir* (Plaza y Janés), *Teoría de la inteligencia creadora* (Anagrama), *Ética para náufragos* (Anagrama), y los libros de texto *Educación para la ciudadanía* y *Educación cívica y Filosofía*, para la editorial SM. ♦

José Ramón INSA ALBA

Agente e investigador cultural empeñado en preservar la fortaleza de la cultura y rescatarla para el pensamiento crítico. Actualmente se desempeña como técnico de la Unidad de Planificación, Gestión Cultural y Cooperación de Zaragoza Cultural S.A.U. Es responsable de Espacio Nexo, un proyecto-plataforma para la exploración, la formación, la experimentación, la comunicación, la investigación, la articulación, la práctica... un laboratorio ciudadano para la mediación en culturas comunitarias. Autor de diferentes publicaciones y colaboraciones en diversos medios, así como docente sobre políticas culturales y gestión de la cultura local. ♦





Santiago CIRUGEDA

Arquitecto que desarrolla desde 1996 proyectos de subversión en distintos ámbitos de la realidad urbana y prácticas críticas, exigiendo que las reglas que rigen la planificación de la ciudad se sometan a una revisión urgente. Desde ocupaciones sistemáticas de espacios públicos con contenedores, hasta la construcción de prótesis en fachadas, patios, cubiertas e incluso en solares. Todo ello negociando entre la legalidad e ilegalidad, para recordar el enorme control al que estamos sometidos. Desde que fundó en 2003 Recetas Urbanas, su trabajo se ha marcado por recuperar la conciencia crítica contra ese “urbanismo oficial” manipulado por los agentes económicos y políticos, donde la ciudadanía ha perdido su capacidad de respuesta. El riesgo del trabajo de interlocución social, está en que la ciudadanía pierda la capacidad de proponer y pelear, que la condición de la creatividad y libertad humana, condiciones naturales e innatas, se terminen por manipular. Desde Recetas Urbanas, y la Red Arquitecturas Colectivas, se plantean estrategias conjuntas, con armas legales, arquitectónicas y mediación social. ♦



En el próximo número:



El número 6 de **CCK Revista**, que se publicará en enero de 2019, dedica el **Dossier** a Europa creativa con la visión de Milán de Silvia Mugnano, de Birmingham de Caroline Chapain y del proyecto de Zollverein en la ciudad alemana de Essen de Barbara Wendling. En la sección de **Visiones** el experto en cultura, Alfons Martinell, reflexiona sobre el capital humano y la educación como una condición básica de la ciudad creativa. En la sección de **Tendencias**, Ronald Van Kempen, relativiza la importancia del barrio en la vida de las personas y enfatiza la creciente importancia de las relaciones a distancia gracias a las tecnologías digitales. En la sección de **Experiencias** Félix Manito presenta el proyecto europeo Rutas Singulares que promueve una red de ciudades creativas transfronteriza entre Francia y España.

CC K

CIUDAD, CIUDADANÍA Y ESPACIO URBANO

Saskia Sassen
Teresa Caldeira
Miguel Robles-Durán

*El urbanismo de las
ciudades creativas*
Jordi Borja

El museo "total"
Jorge Wagensberg

*Emprendedores
sociales de Ashoka*
María Zapata

Número 1
Octubre-Diciembre 2017



cc K

CULTURAS COMUNITARIAS

Célio Turino
Inés Sanguinetti
Iván Nogales

La cultura de la incertidumbre
Josep Ramoneda

*Cultura digital,
smart citizens y ciudad abierta*
Juan Freire

El caso de Ferran Adrià y elBulli
Silviya Svejenova

Número 2
Enero-Marzo 2018

CCK

DISTRITOS CULTURALES

Pier Luigi Sacco
Enrique Avogadro
Gustavo Adolfo Restrepo

Ciudad, talento e innovación
Xavier Marcet

La sociedad inteligente
Alejandro Piscitelli

De Matrix a Ático
Germán Rey

Número 3
Abril-Junio 2018



CCCK

CIUDADES INNOVADORAS

Jean-Luc Charles
Kepa Korta
Anna Majó

Ciudades con alma
Montserrat Domínguez

Co-ciudades
Alfons Cornella

Las factorías artísticas en Ámsterdam
Jaap Schoufour

Número 4
Julio-Setiembre 2018

