



Cómo citar este artículo / Com citar aquest article / Citation:

Algarra, P; Garrido, E. (2022). Hacia la ciudad creativa. *kult-ur*, 9 (17). <https://doi.org/10.6035/kult-ur.6458>

HACIA LA CIUDAD CREATIVA

Towards the creative city

Pilar Algarra

Gestora cultural y periodista
culturepressepilar@gmail.com

Emilio Garrido

Periodista y escritor
amilos.emilio@gmail.com

RESUMEN: Hay ciudades que rebosan talento como una selva tropical y otras que viven en el páramo o se conforman con ser oasis en medio del desierto. La creatividad colectiva, como la personalidad individual, nace y se hace. Hay lugares en los que sus habitantes disponen de tiempo y predisposición (debido al rigor del clima) para atesorar sabiduría y destreza en la soledad de la lumbre, y de hecho así se comportan, pero sin embargo son incapaces de plasmar después ese conocimiento en un bien cultural; y hay otros cuyas poblaciones viven mayormente en la calle (debido también al clima) y crean arte sin saberlo cuando se disponen a contar un chiste o a mirar las estrellas. Las razones por las que un determinado saber, técnica o intuición se convierte en producto cultural son difusas y en todo caso prolijas. Lo que está claro es que hay administraciones que no alcanzan a gestionar las luces desbordantes de su ciudadanía y otras a quienes les sobra el presupuesto anual de Cultura.

PALABRAS CLAVE: Políticas culturales, Ciudades, Márquetin de Ciudad, Festivales, Patrimonio, Creatividad.

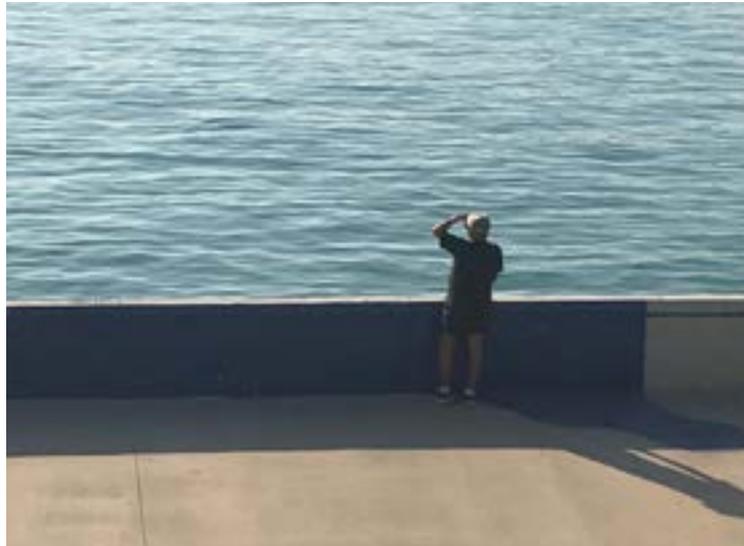


RESUM: Hi ha ciutats que desborden talent com una selva tropical i altres que viuen en l'erm o es conformen amb ser oasi enmig del desert. La creativitat col·lectiva, com la personalitat individual, naix i es fa. Hi ha llocs en els quals els seus habitants disposen de temps i predisposició (a causa del rigor del clima) per a atresorar saviesa i destresa en la soledat del foc, i de fet així es comporten, però no obstant això són incapaços de plasmar després aqueix coneixement en un bé cultural; i hi ha uns altres les poblacions del qual viuen majorment al carrer (degut també al clima) i creen art sense saber-ho quan es disposen a contar un acudit o a mirar les estrelles. Les raons per les quals un determinat saber, tècnica o intuïció es converteix en producte cultural són difuses i en tot cas prolixes. El que és clar és que hi ha administracions que no arriben a gestionar les llums desbordants de la seua ciutadania i altres als qui els sobra el pressupost anual de Cultura.

PARAULES CLAU: Polítiques culturals, Ciutats, Màrqueting de Ciutat, Festivals, Patrimoni, Creativitat.

ABSTRACT: Some cities overflow with talent like lush rainforests, whereas others exist on barren wastelands or settle for being an oasis in the middle of the desert. Collective creativity, like individual personalities, is born then nurtured. There are places whose residents have the time and the inclination (due to the harsh climate) to amass wisdom and skills in the solitude of the fireside, and indeed they do so, but they are not then capable of turning that knowledge into a cultural asset; and there are other places whose residents spend most of their time in the street (also because of climate) and create art without realising whenever they tell a joke or look at the stars. The reasons why certain knowledge or a particular technique or intuition becomes a cultural product are vague and in any case laboured. What is clear, however, is that some public authorities are unable to cope with the proliferation of shining stars among their citizens, while others never use up their annual culture budget.

KEYWORDS: Cultural policies, cities, city marketing, festivals, heritage, creativity.



PRC. - Mar

La cuestión que cabría formular es más o menos ésta: cuando no se gasta el capítulo de Cultura de un ayuntamiento, comunidad autónoma o del propio estado o, lo que es peor, cuando prácticamente desaparece de las contabilidades públicas debido a una crisis económica, una pandemia o un ajuste de austeridad –como ya ha ocurrido- ¿estamos admitiendo que la Cultura es un lujo, el menos rentable de los gastos y por tanto el más prescindible?

Algunas ciudades y estados –sea cual sea el color ideológico de quién los gobierne- no sólo no lo entienden así, sino que han logrado que el arte, la cultura y el turismo consiguieran conformen la primera industria de su territorio y el mayor aporte de su riqueza. Y por haber, hay también organismos internacionales que se afanan por animar a los pueblos a ejercer su derecho a la cultura y a la expresión, y a los poderes públicos a estimular estas actividades y a ayudar en su difusión. El más global de estos organismos (sin que por ello haya perdido excesiva credibilidad) es, sin duda, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. La UNESCO define la Cultura y su diversidad como la originalidad y la pluralidad de las identidades que caracterizan a los grupos y las sociedades que componen la humanidad (UNESCO 2001). Estamos por tanto hablando no de algo accesorio, sino de algo necesario para el ser humano. Tan valioso como la memoria de nuestro pasado o el conocimiento de nuestra lengua vernácula. Tan imprescindible como el nombre de nuestra madre o el aire que respiramos.



I. Una red de ciudades

En 2004 la Unesco lanzó al mundo su idea de establecer una red de Ciudades Creativas para promover la cooperación hacia y entre las ciudades que identifiquen la creatividad como factor estratégico de desarrollo urbano sostenible. Es decir, para que coloquen el arte y la cultura en el foco de su creación de riqueza y de progreso. En estos años, 295 ciudades de todos los tamaños, pertenecientes a 90 países, han conseguido esta denominación y ya están interconectadas entre sí en siete ámbitos diferenciados: artesanía, diseño, cine, gastronomía, literatura, artes digitales y música

En las designaciones de noviembre de 2021, Manises ha obtenido la catalogación en el apartado de artesanía popular, pero Valencia, sin ir más lejos, se ha quedado fuera. Optaba a Ciudad Creativa en Diseño -2022 es su año como Capital Mundial del Diseño- pero este hecho no sido suficiente para validar la candidatura. En la actualidad, además de Manises otras nueve ciudades españolas figuran en la lista de la Unesco, dos de ellas valencianas: Sevilla (Música -2006), Bilbao (Diseño - 2014), Granada (Literatura - 2014), Burgos (Gastronomía - 2015), Dénia (Gastronomía - 2015), Barcelona (Literatura - 2015), Terrassa (Cine - 2017), Llíria (Música - 2019) y Valladolid (Cine - 2019). Y junto a ellas, por supuesto, París, Berlín, Roma o Budapest, pero también urbes más pequeñas como Tetuán, Galway o Popayán, así hasta casi 300 ciudades de todo el mundo. La ausencia de Valencia es llamativa. Debe tratarse de un error, sin duda. O no.

El concepto de Ciudad Creativa no es cultural sino económico. Y tiene no más de treinta años de vida, más o menos el tiempo desde el que la humanidad es consciente del tipo de desarrollo suicida en el que está inmersa. En un interesante estudio de la Universidad de Colombia (Herrera, Bonilla y Molina 2013), los autores definen la Economía Creativa como aquella que utiliza como herramientas del crecimiento las actividades, bienes y servicios que en las ciudades surgen de la creatividad y tienen la capacidad de dinamizar su economía en términos sostenibles.

El impulsor de esta idea, el economista norteamericano Richard Florida, distingue entre Creatividad e Inteligencia. La creatividad, más que con el talento o con el ingenio, tiene que ver con el análisis de datos, percepciones



y materiales “para encontrar combinaciones nuevas y útiles” (Florida 2010). Como explican Herrera, Bonilla y Molina, la creatividad de la que habla Florida requiere “mentes que se han nutrido de variadas y ricas experiencias, que exploran diversas perspectivas de la realidad, que se interesan por fenómenos múltiples y diferentes, pues así se fomenta el fenómeno de la ‘fertilización’ de los conocimientos, que permite el surgimiento de nuevas ideas y nuevas formas de hacer las cosas.” (Herrera, Bonilla y Molina 2013, 16).

Otro de los pioneros del concepto de Ciudad Creativa, el urbanista británico Charles Landry (Landry 2000, 5), pone el dedo en la llaga al demandar un cambio de paradigma no solo en los representantes sino en la ciudadanía: “cambiar el modo de pensar -para captar la necesidad de abordar los problemas urbanos de manera integrada- puede valer más que mil persuasivos informes tantas veces vistos acumulando polvo”.

En otro lugar (2006), el propio Florida se vale de la visión de la psicóloga de Harvard Teresa Amabile, para distinguir entre creatividad individual y tutelaje: “Cuando una persona se implica en una actividad creativa, básicamente por su propio interés y por disfrutar de dicha actividad, suele ser más creativa que cuando lo hace para alcanzar un objetivo impuesto desde fuera.”

Ahora abramos una ventana-paréntesis sobre el mundo.

2. El triángulo virtuoso

Desde que existe algo que podamos llamar civilización, ya sea en la China milenaria o en la Atenas de Pericles, lo que la distingue de la barbarie es el trato que la sociedad da a los creadores. El mecenazgo quizá no salve al mundo, pero ayuda a hacerlo más digno, bello e, incluso, a veces, rentable.

Ciudades como París, Berlín o Nueva York son ejemplos de cómo convertir la producción artística en milagro económico. Basta con mantener a un nivel alto de equilibrio el triángulo virtuoso: vértice político, industria cultural y agente creador. Es una de las pocas posibilidades de entender por qué algunas propuestas culturales de gran calidad no han salido adelante o simplemente, si han conseguido despegar, han muerto de inanición en ciudades con alta rentabilidad en sol y gambas a la plancha.



No es casual que desde principios del siglo XX riadas de bohemios, pintores, escritores, músicos, fotógrafos... de todo el mundo intentaran cumplir sus sueños en una ciudad como París. Se encontraban con una voluntad política sin injerencia (esto deberíamos ponerlo en mayúscula) que les acogía, mantenía y promovía sin pedir nada a cambio. Sus gobernantes eran muy conscientes del beneficio futuro que estos inmigrantes-creativos supondrían para el devenir de la ciudad.

3. Cultura y salario



PRC. - Sala de espera

Si observamos de cerca el “Régimen de los trabajadores intermitentes del espectáculo” en Francia, coloquialmente conocido sin tanto preámbulo como *les intermittents*, cuesta creer que en nuestro país no se haya contemplado ponerlo nunca en marcha. Algunas voces auguran que aquí “haríamos trampa” y facturaríamos horas no trabajadas. Lo cierto es que este sistema ha permitido que en Francia haya un altísimo nivel artístico, porque cuando sus integrantes no están en escena, rodando una película o actuando en el circo, amplían su formación

gracias a ese cómputo mínimo de 507 horas anuales de trabajo que les permite percibir un salario mensual. En nuestra tierra, actrices y actores, técnicos, directores e iluminadores, buscan trabajo en bares y tiendas cuando cesa la producción (intermitente) por la que estaban contratados. Craso error porque ellos son nuestra garantía, una tarjeta de presentación digna y permanente que nos avala. El sol, las playas y la gastronomía son bienes y actividades nada desdeñables, pero no suficientes. Un desarrollo turístico indiscriminado tiene fecha de caducidad. Tarde o temprano caerá en la obsolescencia. Sorolla, Rodrigo, Azorín, Berlanga, Paco Roca... nos enorgullecen cuando han llegado a la cima, pero hay que incentivar el camino, alimentar la creatividad, educar y crear conciencia.



Por otra parte, los cargos de instituciones culturales en estas ciudades suelen ser técnicos cuya continuidad favorece el crecimiento cultural. Aquí en cada cambio político hay un cambio en la dirección de museos, pinacotecas y medios de comunicación públicos. Afortunadamente en estos últimos años están saliendo convocatorias por oposición para cubrir cargos que desde siempre se adjudicaron a dedo. Eso está permitiendo casos extraordinarios de creatividad al frente del Consorcio de Museos de la Generalitat Valenciana, por ejemplo, después de décadas desastrosas en el IVAM, en las que, por una gestión corrupta, esta institución perdió su posición de referencia internacional.

Pero no solo son los políticos los que deben cargar con toda la responsabilidad; el ciudadano, el educador, el propio creador, tiene también la responsabilidad de mantener ese equilibrio. En Berlín, por ejemplo, existe una conciencia de apoyo al arte por la que, en los primeros días de una exposición, buena parte de las obras son adquiridas por el público visitante. Mientras tanto aquí, es frecuente asistir al cierre de grandes muestras con una venta mínima o nula. Eso explica que en la capital alemana puedan funcionar tantas galerías juntas.

En Nueva York está tan implementado el mecenazgo que los inversores pueden financiar el 100% de un proyecto cinematográfico, por el alto beneficio fiscal del que disponen, todo hay que decirlo. Pero sin rubor. Museos como el Louvre de París no solo son construidos con las arcas públicas; muchas de las donaciones son pagos de impuestos. Eso es hacer coincidir una renta de situación con una economía de escala que se retroalimenta y provoca ese milagro económico por el que la Cultura nunca muere. No hay quien pueda decidir, por capricho, animadversión o interés, el abandono de una subvención, el castigo hacia un técnico de cultura o la compra de una información en un medio de difusión.

Cerramos el paréntesis-ventana al mundo y volvemos a lo nuestro.

4. La ley de la inercia. Valencia, por poner un ejemplo.

Es muy difícil encontrar en nuestras ciudades, y desde luego en Valencia, conexiones entre sus objetivos de desarrollo y otros sectores urbanos implicados en el arte, la cultura y la conservación de su pasado. La ciudad, en su evolución de las últimas décadas, ha reducido a niveles de anécdota la Huerta (cuyo sistema de regadío fue declarado Patrimonio Universal por la FAO (3) en 2019); no ha sido capaz de encontrar un futuro para sus depauperados poblados marítimos ni para el caos inhabitable de sus internacionales Fallas, pese al cambio de color político en su Corporación Municipal, y, en todo caso, no ha conseguido eliminar la amenaza latente de que su crecimiento (ampliación de la terminal de contenedores) provocará la desecación de sus playas del sur (Pinedo, El Saler) y colaborará en el calentamiento global del planeta (transporte marítimo= 3% de la emisión mundial de gases de efecto invernadero, según la Agencia Marítima Internacional).

Pero, en definitiva, nada ocurre ni deja de hacerlo porque sí. La flamante Ciudad de las Artes y las Ciencias, que culmina una vieja aspiración ciudadana *-el cauce es nostre i el volem vert-* y es un magnífico campus de asueto y ocio para los vecinos, ha sido sin embargo utilizado para otros fines no previstos. En el imponente Palau de les Arts ha habido conciertos de música ligera; en el Àgora helénico, partidos de tenis, y su florido Umbracle es una discoteca.

Otro ejemplo. En 1981 tuvo efecto en Valencia la primera edición de una serie de Trobades de Música de la Mediterrània que se interrumpieron drásticamente años más tarde por el desinterés de los nuevos gobernantes de la ciudad y de la comunidad autónoma (los mismos básicamente que impulsaron años después la Fórmula 1 y sus desfalcos). Durante algún tiempo, les Trobades caminaron en paralelo a la Mostra de Cinema del Mediterrani que, en un esfuerzo encomiable por exhibir la producción de países cinematográficamente débiles, como son la mayor parte de los ribereños, también desapareció súbitamente por la llegada al poder de una clase política amnésica, inculta y suntuaria. En 2015, después de 24 años de gobierno de la derecha en Valencia, una coalición de izquierdas alcanzó la mayoría municipal y provocó expectativas de cambio en la sensibilidad ciudadana. Los nuevos gobernantes se habían identificado en sus años jóvenes tanto con el festival



de músicas como con el de cine, pero en lugar de revitalizar ambos eventos dando paso a nuevas invenciones, mentes e impulsos (uno de los preceptos de los impulsores de la Ciudad Creativa, como hemos visto más arriba) volvieron a encargar la organización de los proyectos a los mismos promotores que los habían iniciado cuarenta años antes. Y éstos decidieron unir Cine y Música en un solo festival (segundo precepto malversado: en vez de diversificar, que habría sido lo razonable). Es decir, en lugar de buscar un festival musical estimulante, y una muestra de cine mínimamente rentable, dirigida por técnicos de reconocida trayectoria la nueva clase política ha animado, una vez más, a la formación de un lobby cultural en Valencia, por el que prácticamente debe pasar cualquier inquietud intelectual que se precie.

El resultado es que la Mostra de Cinema del Mediterrani, no termina de coger vuelo (su existencia depende exclusivamente de la subvención oficial, no hay intercambio civil y no conecta ni con el mecenazgo privado ni con el interés del público) y la Trobada de Música, no pasa de cuatro conciertos dispersos, sin criterio lógico ni nexo común.

En este tiempo, Valladolid, una de las Ciudades Creativas de la Unesco, precisamente en Cine, ha consolidado la edición número 56 de su Seminci, y Málaga, con sólo 23 ediciones se ha convertido en el verdadero Festival de Cine hecho en España. Y si hablamos de música, la localidad gironesa de Torroella de Montgrí, de sólo 11.000 habitantes, pero con 40 años de festival sinfónico y trece de Músicas del Mediterráneo, inauguró en 2003 el que, que se sepa, es hoy en día el único Museu de la Mediterrània que existe en la península, y mantiene en actividad una galería de arte y una muestra permanente de fotografía contemporánea catalana, bajo sus casas de raigambre (otra vez la diversidad y la interconexión, es decir la culturalidad como economía y proyección de futuro).



5. Conclusión

La creatividad requiere transversalidad de ámbitos, aunque, lógicamente, el impulso se dirija hacia un manojó de actividades concretas; cambio de mentalidad a la hora de encarar los retos y libertad de pensamiento para el/la proponente de las ideas. La labor de la clase política sería la de convertirse en un termómetro especialmente sensible hacia la brillantez que brota de su entorno, detectarla y ponerla en práctica.

Mientras el segmento político, por muy bien intencionado que sea, no se deshaga del hábito sucursal, del canon autoinmune, de la deuda amiguista y de las cuotas de poder de sus coaliciones, es imposible que aflore entre su ciudadanía el ingrediente básico para la creatividad y aportación de nuevas ideas.

Este ingrediente sobrevuela presupuestos y encargos, no es tangible, ni puede adquirirse en el mercado. Es la pasión, es el entusiasmo, y su localización debería ser objetivo fundamental de toda acción de gobierno.

Referencias

- Florida, R. 2006. «*More on Cultivating Creativity*».» CATO Unbound. A Journal of Debate <https://www.cato-unbound.org/2006/06/14/richard-florida/more-cultivating-creativity/>.
- Florida, R. 2010. *La clase creativa*. Madrid: Paidós.
- Herrera, E; Molina-Prieto, L.F; Bonilla, H. 2013. «*Ciudades creativas: ¿paradigma económico para el diseño y la planeación urbana?*» *Bitácora22* (Universidad Nacional de Colombia) 1: 11-20.
- Landry, C. 2000. *The Creative City. A toolkit for Urban Innovation*. Londres: Earthscan.
- UNESCO. 2001. «*Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*.» París: UNESCO.

