



Creatividad y Cultura motor de desarrollo

Premisa

Aproximadamente el 50% de la población mundial vive en aglomeraciones urbanas (las megalópolis del sur del mundo, las metropolis, las ciudades globales del norte) todas marcadas por profundos cambios socioeconomicos, atravesadas por agudas y radicales mutaciones, con enteras áreas reformadas por instalaciones y funciones que cambian la vieja base industrial y productiva, cultural y social.

Estilos de vida, de producción y consumo que han producido las condiciones socioeconómicas, el imaginario, la identidad de barrios. Ciudades enteras se caen en pedazos, gobernadas por dinámicas complicadas que tratan confrontarse con los efectos de globalización, las corrientes migratorias, y el aumento de las desigualdades económicas y sociales.

Todo eso, mientras que la crisis que afectó al sistema financiero mundial, amenaza a muchas certezas y seguridades no sólo entre las familias y los consumidores, sino también entre los economistas y los *policy maker*.

Asimismo en las organizaciones internacionales se siente cada vez más hablar de disminución, de desarrollo sostenible, de necesidad de reciclar, consumir productos locales (por los muchos que desde hace poco tiempo apoyaban fuertemente las razones del libre mercado, mientras que las ideas y las protestas del "Gente de Seattle" parecen colocarse bien en las instituciones internacionales que entonces fueron discutidas).

Al mismo tiempo, y siempre más, las grandes ciudades están identificadas como el reino de una creatividad social que espera sólo ser utilizada para que se mejoren las condiciones económicas y sociales del vivir y del habitar, reinos de lo posible, talleres en donde se pueden inventar y implementar las prácticas y las soluciones

innovadoras para los problemas de la Comunidad.

¿ Pero cómo, y de qué tipo, y a cuál idea de creatividad - que pueda ser utilizada como motor de desarrollo en las grandes áreas urbanas – se puede recurrir, cuáles son las condiciones para realizar efectos positivos y impactos economico-sociales? Afrontando el tema creatividad, en primer lugar hay que considerar que no existe una definición capaz de devolver el carácter complejo y multidimensional. El sentido común define creativo lo que es capaz de introducir elementos de innovación en un proceso o un producto, mientras que en psicología se utilizan más de 60 definiciones diferentes de creatividad (c.w. Taylor, 1988). Por otra parte tenemos que considerar que las connotaciones positivas del concepto de “creatividad” pueden desarmar posibles críticas (quien se oponen a la creatividad es conservador, triste y anticuado) aún el uso a menudo se conecta con estrategias sólo retóricas, que utilizan términos fetiches como “nuevo” “sostenible” “desarrollo”, con un sentido tan amplio que pierden su significado.

La hipótesis de trabajo con la que queremos pesarnos, quiere, en manera pragmática, referirse a intentos y proyectos alineados por Administradores y policy maker en una perspectiva proyectual que - basandose en un modelo de desarrollo centrado en la combinación creatividad y patrimonio - tenga en cuenta de las culturas, de los recursos ambientales y materiales de las comunidades urbanas de referencia, apoyando, estimulando y activando la vocación a conectar el pasado con el presente y el futuro. Eso con la convicción que detrás del deterioro de las condiciones ambientales, del difundirse de tensiones étnicas y sociales, de la ineficacia de las acciones de las administraciones regionales, exista a menudo la incapacidad de “hacer cultura” como las mismas Comunidades pierden memoria y identidad, incapaces de crear conocimientos, de innovar, de tener una visión del futuro, de practicar una crítica generalizada de lo existente.

Eso trae inevitablemente al debilitamiento de la cohesión social, al empobrecimiento del patrimonio material y inmaterial de las comunidades

mismas.

Creatividad , patrimonio material y inmaterial como motor estratégico de un proyecto de desarrollo conformado sobre peculiaridad, identidad. A este propósito, el artículo 2 de la Convención adoptada por el UNESCO en Octubre 2003, define el “patrimonio cultural inmaterial” como “las prácticas, las representaciones, las expresiones, los conocimientos, el know-how – así como los instrumentos, los objetos, los artefactos y los espacios culturales asociados a los mismos – que las comunidades, los grupos y, en algunos casos los individuos, reconocen como parte de su patrimonio cultural”, destacando, al mismo tiempo, como ese patrimonio “transmitido de generación en generación, está constantemente recreado por las comunidades y por los grupos en función de su entorno, de su interacción con la naturaleza y de su historia que les da un sentido de identidad y de continuidad, favoreciendo así la creatividad y el respeto por la diversidad”.

A considerar, al mismo tiempo, que ya en 1972 el UNESCO aprobaba la Convención sobre el “patrimonio” para crear un sistema de protección de los bienes raíces del patrimonio cultural y natural y define "patrimonio cultural" monumentos, complejos, sitios, y distingue entre un patrimonio natural y uno cultural.

Además de un análisis de experiencias exitosas, de unas buenas prácticas desde donde deducir los elementos y procedimientos reproducibles, deberíamos preguntarnos qué estrategias poner en marcha para lograr un "entorno" favorable, capaz de activar un círculo virtuoso de creatividad y innovación que asegure la máxima participación de los grupos y comunidades en el tema de la recuperación y de la revitalización del patrimonio material e inmaterial. ¿Qué papel pueden desempeñar como catalizadores los responsables, las agencias educativas, las instituciones, la sociedad civil en su conjunto? Son innumerables los estudios y las experiencias sobre las ciudades como sede de las industrias creativas y los de las ciudades como lugares que favorecen el desarrollo de la creatividad individual



colectiva de los actores sociales. Como Landry dice “hacer una ciudad es un arte, sin receta, una disciplina con un alto nivel de adaptabilidad y innovación que se caracteriza por una compleja fluidez de conocimientos involucrados y una continua actualización de los objetivos y los instrumentos necesarios para su ejercicio, que combina los nuevos paradigmas a los métodos tradicionales de planificación territorial indicando como el uso de la creatividad debe estar apoyado por una ética que ayude a las ciudades a convertirse en lugares de solidaridad real y de compartición funcional y cotidiana entre los individuos y grupos”

Algunos de los principios indicados por Landry pueden funcionar como un señal:

- Seguir el carácter de las culturas locales y su peculiaridades, permaneciendo aunque abiertos a las influencias externas. Equilibrar local y global.
- Aprender de lo que otros han hecho bien, pero no lo copie de forma pasiva.

El Tercero World Cities Management Workshop “Creatividad y cultura motores de desarrollo” se celebrará en Nápoles los días 2 y 3 de Julio 2010 en Castel Ovo.

Pronto los detalles del programa de los dos días estarán disponibles on line en la sección Fórum Universal de las Culturas del sitio web de la ciudad de Nápoles.