

CONFERENCIA CIUDADES CREATIVAS: LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y EL DESARROLLO LOCAL

Universidad de Málaga. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Sala de Grados de Turismo.
Viernes 3 de noviembre de 2017. 12:30 horas.

Francisco García García
Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad
Universidad Complutense de Madrid

La ciudad es la vida. En ella se nace, se vive, se proyecta, se tienen las relaciones personales y se hace el recorrido vital, no solo personal y grupal, sino colectivo y ciudadano. Existe una alta interacción entre cultura y ciudad, las dos interactúan en beneficio, o en su defecto, en perjuicio, de los ciudadanos. La cultura es el resultado de las sucesivas transformaciones del saber, del arte, del trabajo, de la vida misma, que dejan su marca en la sociedad.

Las políticas culturales, entre otras, son responsables, en primer lugar, del conjunto de transformaciones y cambios con vocación positiva que se llevan a cabo en los núcleos urbanos. Estas políticas son diferentes según sean los contextos de las urbes, su identidad, su recorrido histórico, su arquitectura, y las actividades de todo tipo que se ejercen en ella.

Una de las formas más potentes de transformación de las ciudades se lleva a cabo mediante las industrias culturales, que no solo tienen que ver con el arte, sino con la comunicación; que no solamente ejercen en un punto concreto de la ciudad, en un barrio, en un edificio, en una actividad cultural...que conjuntamente construyen tejido cultural y social.

Una ciudad es creativa cuando sabe detectar sus problemas en cualquier orden, estudiarlos, evaluarlos, y llevar a cabo las acciones correspondientes, y éstas a su vez han de ser creativas. Toda creatividad supone un cambio que responderá a un proyecto, y éste se inscribe en un contexto. Hay otra forma mediante la que las ciudades se significan por ser creativas, y es explotar sus recursos ya existentes o poner en juego sus potencialidades. Una ciudad no puede dar la espalda a su historia, a sus tradiciones, sino que debe activarlas en los grados de perfección y de memoria histórica, y al mismo tiempo, a través de la innovación, actualizar su significado, adelantarse al futuro haciendo memoria de él.

El tamaño de las ciudades tiene especial relevancia al activar cualquiera de estos tres conceptos. Las grandes ciudades eligen un modo estratégico de actuación, y las medianas y más chicas, su modo específico, pero en el fondo todas las ciudades son una red cuyo punto nodal ha marcado

la historia, expresando el diseño urbanístico, redefiniendo los espacios que, en el momento actual, y en ciudades concretas, han perdido su razón de ser, sea por ejemplo plazas, solares, barrios abandonados o deprimidos, mataderos, cárceles, mercados, espacios religiosos desacralizados, plazas de toros, y trazados urbanísticos.

La cultura es una palanca creativa que mueve la vivencia, la resignificación y el sentido de las ciudades. Las políticas culturales son responsables de la transformación de los nuevos usos que se dan a espacios antiguos, y también del diseño de los nuevos. Tradición e innovación, explotación de los recursos, ingenio para explotar las posibilidades, gestión de la abundancia y el desarrollo de la imaginación para convertir la escasez en oportunidad.

Las industrias creativas, por su capacidad productiva, por su inmersión y uso tecnológico, por su capacidad expansiva en las redes sociales, y por la potencia que la comunicación que todo arte, que toda cultura produce para facilitar los cambios, son los instrumentos adecuados para favorecer la creatividad en las ciudades.