

CC

K

ECONOMÍA DE LA CREATIVIDAD

Montserrat Pareja-Eastaway
Giep Hagoort
Ali Madanipour

Fronteras y espacio público
Judit Carrera

Nuevos territorios del arte
Fabrice Lextrait

SESC São Paulo
Danilo Santos da Miranda

Número 7
Abril-Junio 2019



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: Giep Hagoort (págs. 23, 25, 30 y 39); Judit Carrera (págs. 57 y 59); Fabrice Lextrait (págs. 66, 68, 70 y 71); Danilo Santos da Miranda (págs. 73, 77 y 79) 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: Economía de la creatividad

- 9 *Economía creativa y desarrollo local* de *Montserrat Pareja-Eastaway*
- 23 *La necesidad de un diálogo sobre las dinámicas de la economía creativa* de *Giep Hagoort* y *Rene Kooyman*
- 43 *Diversidad inclusiva, diálogo e innovación* de *Ali Madanipour*

Visiones

- 57 *Fronteras y espacio público. El caso del Raval de Barcelona* de *Judit Carrera*

Tendencias

- 66 *Nuevos territorios del arte* de *Fabrice Lextrait*

Experiencias

- 73 *El centro cultural del siglo XXI: consumo cultural, libertad y creatividad* de *Danilo Santos da Miranda*

Autores



Acceso a la realidad virtual en un local comercial de la Gran Vía de Madrid.



Editorial

La economía de la creatividad se puede considerar como uno de los rasgos más importantes en la construcción de una identidad local en el presente y de cara al futuro. La construcción de esa identidad pasa por la transformación del territorio, de la sociedad y de las empresas que operan en él, pero también depende de la vigilancia constante de las instituciones públicas, que deben prestar atención a los cambios que se producen en el entorno, adaptando sus estrategias y poniendo en marcha acciones específicas. La industria creativa necesita intervenciones que no sean meramente asistenciales, sino que generen procesos de crecimiento. Se espera de las administraciones locales, más cercanas a la realidad del territorio y a las necesidades de las empresas y los ciudadanos, que pongan en marcha nuevas ideas y nuevas políticas para garantizar el apoyo al desarrollo y la producción de riqueza mediante la economía creativa.

Esta es la línea argumental que se refleja en los artículos recopilados en el apartado *Dossier* de esta revista sobre *Economía de la creatividad*.

En este sentido, la doctora **Montserrat Pareja-Eastaway**, profesora titular del Departamento de Teoría Económica de la Universidad de Barcelona, en su reflexión sobre *Economía creativa y desarrollo local*, afirma que “los gobiernos locales y las regiones metropolitanas buscan la competitividad, entendida como la capacidad de generar crecimiento económico, siendo la creatividad y el conocimiento centrales en esta competitividad, bien sea como sectores económicos en sí mismos, bien sea como actividades que repercuten y transforman otros sectores económicos”. En esta acción, las entidades locales cuentan con el respaldo de organismos internacionales como la UNESCO y la Comisión Europea.

Ahora bien, las características de las empresas que conforman el sector de las industrias creativas (ICC) presentan una serie de particularidades que les hacen débiles ante la búsqueda de sistemas de financiación (el 95% son pequeñas empresas). Por otro lado, generan “modelos híbridos de ocupación”, caracterizados por salarios



precarios y trabajos ocupados, en buena parte, por *freelance* que combinan la producción creativa con otras labores y realizan su actividad en casa (TIC) y bajo la forma contractual de proyectos.

Pese a estas características ocupacionales de las ICC, éstas producen efectos muy positivos en los territorios, según la profesora Pareja-Eastaway: “efectos en el conocimiento”, que tienen repercusión sobre el conjunto de la actividad económica; “efectos en la industria”, en términos de productividad e innovación, que afectan al conjunto de la cadena de valor; “efectos en red”, unos, positivos “como la distribución de conocimiento tácito” y, otros, negativos “como por ejemplo la gentrificación”.

Al parecer de Pareja-Eastaway, las ciudades tienen diferentes razones para apoyar a las ICC: la organización y provisión de espacio, la ocupación autónoma o dependiente, el aumento de la visibilidad de la ciudad, el desarrollo local. Ello requiere, de parte de los diferentes gobiernos, la definición de políticas específicas y acciones estratégicas multidimensionales y transversales: crear red y espacios de cooperación, proveer información y asesoramiento tanto para el funcionamiento de la actividad empresarial como para el conocimiento de vías de financiación, garantizar una educación-formación de calidad, contribuir a la difusión del valor económico-cultural del sector y ayudar a la internacionalización.

Por su parte, **Giep Hagoort** y **Rene Kooyman**, miembros del Equipo de Investigación sobre Arte y Economía de la Escuela de Arte de Utrecht, exponen sus reflexiones críticas sobre la actuación desde lo público en el campo de las ICC, en su artículo *La necesidad de un diálogo sobre las dinámicas de la economía creativa*, afirmando que, pese a la atención manifestada por las autoridades políticas, dicha atención “no ha repercutido en un aumento del debate o la reflexión especializados sobre las empresas culturales”. Se necesita “un diálogo activo entre profesionales, teóricos y gestores para aprovechar todo el potencial de las ICC y desarrollar así estrategias adecuadas para una economía vital y competitiva”.



Los autores del artículo presentan las características propias de las ICC y exponen “diez fuentes de ingresos (adicionales)” a utilizar y ofrecen una visión panorámica de los ciclos vitales en que puede encontrarse una empresa creativa. Finalmente, muestran las diferentes problemáticas que pueden encontrar las ICC y repasan algunos de los problemas que pueden darse en la realidad y los trasladan “al campo de la investigación y la estrategia para establecer las prioridades para un plan de trabajo a escala europea”.

El profesor de diseño urbano en la Escuela de Arquitectura, Planificación y Paisaje, de la Newcastle University (Reino Unido) **Alí Madanipour**, en su artículo titulado *Diversidad inclusiva, diálogo e innovación*, ofrece sus reflexiones sobre la necesidad de generar un modelo de desarrollo basado en la innovación y la creatividad, en su sentido más amplio, frente a modelos ya finiquitados: el desarrollista y el del libre mercado.

Como el mismo autor expone en la introducción, el documento describe la importancia de la innovación en el desarrollo económico y el papel que juegan diversidad y diálogo en materia de innovación. En el primer caso, Madanipour considera que la cultura y las actividades creativas son un pilar importante para una economía basada en el conocimiento, siendo ciencia y tecnología las herramientas que pueden transformar la capacidad productiva. Por su parte, a su parecer la innovación aporta un importante valor añadido al desarrollo económico en cuanto “implica la creación de nuevas ideas, productos y prácticas y alimenta los procesos de producción, consumo e intercambio”. Asimismo, Madanipour analiza cómo innovación en el desarrollo económico, diversidad y diálogo repercuten en la fragmentación de las ciudades.

En el apartado *Visiones*, la actual directora del Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) **Judit Carrera**, nos habla sobre *Fronteras y espacio público. El caso del Raval de Barcelona*. El Raval, espacio de frontera, sometido “a una tensión constante entre inclusión y exclusión”, pero con una enorme capacidad de acogida y de convivencia. Pese a ello, aún hoy, continúa ostentado “los peores indicadores sociales y económicos” de la ciudad. El Raval es un barrio que acoge residentes nacidos



allá y otros llegados de una vieja inmigración española, así como de inmigraciones más recientes procedentes de África, Asia, Latinoamérica. Donde se mezclan más de treinta nacionalidades, múltiples lenguas y culturas, variedad de religiones y costumbres, niveles educativos diversos...

Sin embargo, el Raval aporta importantes lecciones: espacio público de libertad de expresión y pluralismo, igualdad de acceso a servicios, hábitos sociales que permiten encontrar un lenguaje común para la convivencia pacífica. Según Carrera, “el Raval crea urbanidad”, porque “permite tomar conciencia de pertenecer a un mundo más amplio”.

En el espacio *Tendencias*, el director general adjunto del despacho de arquitectura Ateliers Jean Nouvel, **Fabrice Lextrait**, nos habla sobre los *Nuevos territorios del arte*. ¿Cuáles son esos nuevos territorios? Son “campos sin cultivar”, que sitúan “la experimentación artística en el corazón de la experimentación social, económica, urbana y política”. Se trata de manifestaciones artísticas locales, contextualizadas, que significan una alternativa a la sociedad de consumo. Esta adecuación al territorio se articula a través de tres ejes: tiempo, espacio y modo de relación con la población.

Tiempo para la formación, la transmisión, la investigación, la construcción, la exposición, la representación y la explotación. Espacios libres, abiertos, ágiles, de transversalidad artística. La población, como “pareja artística de la aventura”, con un compromiso común. Con estos proyectos soñados y llevados a cabo en los llamados campos sin cultivar, los artistas han reencontrado la legitimidad para intervenir en el campo social.

Danilo Santos da Miranda, director del SESC (Serviço Social do Comércio) del Estado de São Paulo, presenta en el apartado *Experiencias* la actuación de la entidad, bajo el título *El centro cultural del siglo XXI: consumo cultural, libertad y creatividad*. Su reflexión parte de conceptos e ideas que orientan el enfoque institucional sobre ciudadanía, desarrollo humano y calidad de vida.



Bajo este prisma, en São Paulo, se llevaron a cabo cinco programas: cultura, salud, educación, recreación y asistencia. Cuatro son los objetivos de estas actuaciones: contribuir a la generación de ciudadanos críticos, confrontar esa capacidad crítica con la realidad circundante, estimular actividades creadoras que favorezcan la creación de nuevos valores y sacar provecho del tiempo libre para autoformación y desarrollo personal.

Los destinatarios de las acciones del SESC son grupos de la tercera edad, niños, jóvenes, adultos, universitarios, trabajadores. Siempre con acciones que superan los límites individuales y favorecen las prácticas grupales. Son acciones culturales cuyo objetivo “no es construir un tipo de sociedad, sino provocar las consciencias para que creen sus propias condiciones en la práctica social y cultural de las ciudades”.

CCK Revista 

CC
K

En el próximo número:



El número 8 de **CCK Revista**, que se publicará en julio de 2019, dedica el **Dossier** al tema de “Gobernanza y cultura” con textos de Xavier Greffe, Emmanuel Négrier y Félix Manito. En la sección de **Visiones**, Agustín Serra Bosquet reflexiona sobre cómo la tecnología altera nuestra forma de entender la ciudad. En la sección de **Tendencias**, Emilio Palacios, analiza la relación entre la educación estética, la ética y el desarrollo humano. En la sección de **Experiencias**, Patrizia di Monte e Ignacio Grávalos presentan “El programa *estonoesunsolar*” de reinención del espacio público desarrollado en Zaragoza.