

R E S E Ñ A

THE CREATIVE CITY. A TOOLKIT FOR URBAN INNOVATORS.

COMEDIAN AND EARTHSCAN: LONDRES.

LA CIUDAD CREATIVA. UN JUEGO DE HERRAMIENTAS PARA INNOVADORES URBANOS
DE CHARLES LANDRY

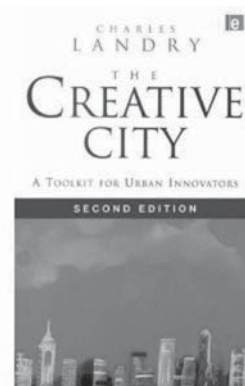
ISMAEL ORTIZ BARBA

De acuerdo con el autor, esta obra fue escrita con tres propósitos principales: 1. proporcionar a los lectores, en primera instancia, un enfoque más integrado y holista para analizar las ciudades; y, en términos más generales, posibilitar la modificación de las ideas de los tomadores de decisiones al considerar las virtudes y potenciales de las ciudades, así como la forma es que estas deben ser organizadas y administradas; 2. ofrecer un “juego de herramientas mentales”

que proporcione al lector una piedra angular para una mentalidad nueva con la idea de estimular las propias ideas y soluciones para la ciudad de los lectores; y 3. estimular el surgimiento de un debate crítico entre tomadores de decisiones en diferentes niveles e influir en las políticas públicas, las estrategias y las acciones que se llevan a cabo en las ciudades.

Esta obra da cuenta de un nuevo método de planeación urbana creativa y analiza la manera en que las personas pueden pensar, planificar y actuar creativamente en la ciudad. Indaga la manera en que nuestras ciudades pueden ser más habitables y vitales al apoyarse en la imaginación y el talento de sus habitantes. El autor confiesa que no pretende ofrecer respuestas concretas, pero que sí intenta establecer un “banco de ideas” de posibilidades de donde puede surgir la creatividad. Landry considera que la mayoría de las personas piensan que el lugar donde viven puede llegar a ser un lugar mejor. Saben de otros sitios que muestran cómo las ciudades pueden ser más humanas y más productivas. Sin embargo, considera que las ciudades se equilibran como si estuvieran en el filo de una navaja: los implementadores de políticas públicas pueden repetir políticas anteriores en condiciones de declive lento, o pueden intentar reinventar sus ciudades como un núcleo vibrante de creatividad, potencial y mejoramiento de la calidad de vida. Sostiene que, en términos generales, los enfoques viejos no funcionan; que no se pueden resolver los problemas del siglo XXI con las perspectivas del siglo XIX. Las dinámicas de las ciudades y del sistema mundial urbano han cambiado de forma por demás dramática, agrega.

A pesar de ello, ya es posible apreciar la utopía urbana en las experiencias dispersas de prácticas efectivas. En ellas se pueden advertir vías innovadoras de crear empleo o emplear tecnología y desencadenar las habilidades de los jóvenes y de los ancianos. Considera que existe una arquitectura inspiradora que se dirige al alma y a la identidad de la ciudad, y también descuellan en ella dispositivos para el ahorro de energía, o de transporte público que se puede disfrutar. Existen ambientes comerciales que combinan entretenimiento y aprendizaje, así como



espacios públicos que alientan los encuentros y celebraciones urbanos donde se percibe lo inusual, lo edificante y lo creativo.

Dado que estos ejemplos están distribuidos de manera dispersa –agregan dificultades de reconocer y trabajar de aprender. En su lugar, se contempla la ciudad como un lugar de miedo, crimen, contaminación y degradación, y se olvida que las ciudades con las forjadoras de riqueza (más del 80 por ciento del desarrollo de las naciones), que general la prosperidad de las naciones, aún y con su distribución injusta. Las ciudades dan las oportunidades e interacciones necesarias que permitan resolver sus problemas y mejorar sus calidad de vida de vastas regiones. Sin embargo, la vida urbana aún es percibida en términos peyorativos.

El concepto de “ciudades creativas” nace de la inquietud del autor por saber por qué algunas ciudades se han adaptado a los cambios en la última década. Estas ciudades han utilizado el desarrollo económico y social para que trabajen para ellas mismas, a diferencia de otras que simplemente han permanecido pasivas.

Landry asevera que hay siete grupos de factores que están presente en una ciudad creativa: personas creativas; voluntad y liderazgo;¹ diversidad humana y acceso a una variedad de talentos; una cultura organizacional de mente abierta; identidad local positiva e intensa; espacios e instalaciones urbanas; y oportunidades para crear redes.

De esta manera, la obra pretende hacer ser un llamado a la acción pues considera que el siglo XXI será el siglo de las ciudades. Por primera vez –dice– más de la mitad de la población del mundo vivirá en las ciudades: en Europa las cifras ya hablan de más del 75% y en los países en desarrollo en poco tiempo llegará al 50% (hace dos décadas tan sólo representaba el 29% del planeta). Afirma que, en 1997, un estudio de opinión reveló que el 84%

de los habitantes del Reino Unido deseaban vivir en un pueblo pequeño, en comparación con el 4% que en realidad viven. Antes estas evidencias, no es posible crear los suficientes pueblos para satisfacer estos deseos. Sin embargo, Landry considera que las ciudades deben convertirse en lugares apetecibles para vivir y estar, mediante la recreación de los valores que las personas consideran que existen en los pueblos (sensación de lugar y pertenencia, continuidad, seguridad y estabilidad) y cultivar con claridad las posibilidades urbanas (encuentros, interacción, comercio, espectáculos inesperados, etc.)

Las ciudades tienen en sus habitantes el recurso más decisivo. Inteligencia, deseos, motivaciones, imaginación y creatividad son principios que están reemplazando a lugar, recursos naturales y acceso a mercados como recursos urbanos. La creatividad de quienes viven en y administran las ciudades serán los que tendrán la última palabra en el logro del éxito. Claro está, esto siempre ha sido crítico para las habilidades de supervivencia y adaptación de las ciudades. En tanto que las ciudades crecen de forma compleja, surgen problemas de administración urbana, pero que también se transforman en laboratorios que descubren y permiten encontrar las soluciones –tecnológicas, conceptuales y sociales– para resolver la problemática del desarrollo.

Sin embargo, existen razones especiales para pensar en la actualidad acerca del problema de las ciudades en términos de creatividad e innovación (o de su ausencia, en todo caso). En la actualidad, muchas ciudades del mundo se enfrentan a diferentes etapas

de transición, principalmente debidas al vigor de la globalización renovada. Estas transiciones difieren de región en región: en algunas áreas, como Asia, las ciudades están creciendo, mientras que en otras, como Europa, las industrias antiguas están desapareciendo y el valor agregado de las ciudades se crea, no a partir de lo que se produce o manufactura, sino a partir del capital intelectual que se aplica a productos, procesos y servicios.

La obra, *La ciudad creativa*, delinea los cambios fundamentales que se desarrollan en las ciudades en todos los niveles. En su totalidad, ellos representan un cambio de paradigma de la ciudad típica de hace treinta años y de la ciudades de hoy. En esta perspectiva y de acuerdo con Landry, las soluciones anteriores no funcionan. Lo que se percibe como un problema indescifrable desde cierta perspectiva, bien puede ser resuelto desde otra. El nuevo esquema mental y las nuevas herramientas conceptuales que se exponen en esta obra permiten ayudar al lector a tomarlos en consideración.

Algunos ejemplos de ciudades se muestran para hacer énfasis en el tema. Este texto, de acuerdo al autor, no pretende ser un libro de consulta de “buenas prácticas urbanas”, aunque sí se mencionan algunas referencias al respecto. Muchos de los ejemplos provienen de la propia experiencia del autor en Europa y otros países desarrollados. Afirma que, si bien la narración está recreada desde una perspectiva mundial, el libro está escrito desde una perspectiva europea (no necesariamente porque las ciudades europeas sean más creativas, sino porque conoce más de ellas, asegura). Confiesa estar

► ¹ “Un liderazgo exitoso –señala Landry– considera voluntad, recursos y energía con una visión y comprensión de las necesidades de la ciudad y de sus habitantes. Posee ideas coherentes apropiadas para las condiciones locales y de rasgos profesionales tales como carisma, espiritualidad y los que [John] Gardner llama ‘una mezcla enigmática de ordinariedad y extraordinariedad’... Los líderes deberán desarrollar una historia de los que sus ciudades creativas serían y cómo llegar a ellas” (p. 109).

conciente de las grandes ciudades creativas del pasado y del presente en China, India, África y Latinoamérica; pero no deja de estar impreso en su mente la cultura europea y que tiene imagen de lo que la “buena ciudad” representa en el urbanismo europeo. Se incluyen ideas tales como que la ciudad se concibe como un lugar neutral de reunión para todos los que conforman el mosaico de la ciudad; la sensación de que los espacios públicos compartidos le dan un valor agregados a las ciudades al promover la interacción, las relaciones, el comercio y la convivencia urbanas como una cualidad autosustentable más allá de lo individual; la idea de que las relaciones, la diversidad y la cultura crean un potencial.

Algunas de estas perspectivas se comparten a nivel mundial y algunas otras tal vez no. No obstante, los conceptos, principios y estilos de analizar los problemas urbanos pueden ser utilizados por cualquier persona y aplicables en cualquier lugar. Si los nuevos tiempos vienen marcados por la importancia de la creatividad y de la innovación como fuerzas motoras del desarrollo económico y territorial, la “ciudad creativa” será la materialización de los nuevos territorios de prosperidad. Sin embargo, la competencia entre ciudades es cada vez más intensa y por ello es necesario poner en marcha iniciativas que mejoren la capacidad innovadora de los lugares atrayendo los sectores sociales y el capital humano adecuado: la “clase creativa”. En esta nueva era de la creatividad, la producción de espacios urbanos adaptados a las necesidades de la comunidad creativa son fundamentales para la prosperidad de las ciudades y regiones. Pero estos espacios –que surgen fundamentalmente de una manera espontánea, orgánica, de abajo-arriba– no son tan sencillos de reproducir. Se necesita un nuevo *tool kit* para innovadores urbanos que incluye, entre otros, una nueva perspectiva de la intervención urbana,

nuevas formas de gobernanza, nuevos tipos de incentivos y la provisión de recursos culturales diversos.

Estas herramientas intentan permitir a los ciudadanos, a los implementadores de políticas públicas y a quienes toman decisiones de lograr comprender las oportunidades que sólo pueden ser posibles en la ciudad. Una vez que se explora bajo la superficie, casi cualquier lugar tiene su potencial creativo, pero en muchas ciudades éstas se obstaculizan. No es de extrañarse que se conozca muy poco acerca de las condiciones necesarias para que aflore la creatividad y la innovación (las estructuras formales e informales que han permitido que el Valle del Silicio, Los Ángeles, Barcelona, la tercera Italia en torno a Emilia Romagna, los avanzados enclaves tecnológicos de Tokio y Bangalore, hayan logrado una reputación a nivel mundial de su creatividad y generación de nuevos negocios y servicios. El autor afirma que la intención de la obra es la búsqueda de las dinámicas subyacentes de la creatividad y, de esa manera, demostrar la necesidad de ir más allá de la idea de que la creatividad es el reino exclusivo de los artistas o de que las innovaciones son esencialmente tecnológicas: también existe creatividad e innovación sociales y políticas.

Entre los nuevos indicadores que deberán de contemplarse para la aplicación de las nuevas herramientas están las siguientes:

1. Mediciones subjetivas de fenómenos subjetivos (ej. ¿qué tan segura se sienten las personas?)
2. Mediciones objetivas de fenómenos subjetivos (ej. ¿cuánto gasta una persona en taxis por temor a caminar a su casa por la noche?)
3. Mediciones subjetivas de fenómenos objetivos (ej. ¿qué tan satisfechas están las personas del alumbrado público en su comunidad o del transporte público?).
4. Mediciones objetivas de fenómenos objetivos (ej. ¿qué tan espaciadas

son las corridas del transporte público o qué tantos espectáculos ha realizado el centro cultural comunitario?)

Estos indicadores pueden servir para:

- Proporcionar criterios para determinar la posibilidad de establecer una innovación creativa en la ciudad bajo estudio;
- Establecer las conexiones necesarias para unir políticas educativas y de entrenamiento con potencial de innovación;
- Permitir a los funcionarios que toman decisiones, tanto en el sector público como privado, saber la manera en que las estructuras financieras estimulan las políticas innovadoras y creativas;
- Indicar las mejores estrategias prácticas para las ciudades de acuerdo con su nivel de desarrollo;
- Calcular hasta qué punto el marco político urbano hace posible el fomento de la idea de la ciudad creativa;
- Determinar la capacidad organizativa de la ciudad para sobrellevar el aprendizaje, la creatividad y la innovación;
- Establecer una escala de percepción temporal necesaria para poder trabajar en diferentes niveles de empresas económicas, sociales y culturales.

En el centro de la creatividad existen sujetos y organizaciones creativos, que poseen atributos particulares. Cuando ellas se conjugan, se establece un entorno creativo. Landry define este “entorno creativo” como “un lugar –en una escala que va desde un cluster de edificaciones, una parte de la ciudad hasta una ciudad o una región– que contiene las precondiciones necesarias en términos de infraestructura ‘dura’ y ‘blanda’ para generar un flujo de ideas e invenciones. Este *milieu* es un entorno físico donde una masa crítica de emprendedores, intelectuales, artistas,

activistas sociales, administradores y personas con poder o estudiantes pueden operar en un contexto abierto y cosmopolita en el que la interacción cara-a-cara crea nuevas ideas, artefactos, productos, servicios e instituciones y, como consecuencia, contribuye al éxito económico" (p. 133).

Este libro pretende descifrar la manera en que dicho ambiente puede crearse y lograr que las ciudades se conviertan en núcleos de innovación. Se evalúa la manera en que nuevas formas de negocios y banca despeguen, y cuáles son los principios de organización como el South Shore Bank de Chicago, que proporciona servicios bancarios a los menesterosos. El autor advierte la manera en cómo se elevaron los enfoques ecologistas de desarrollo urbano, como los llevados a cabo en el Parque Emscher en el Ruhr de Alemania. Landry estudió los mecanismos de soluciones artísticas para lograr orgullo cívico y obtener el empuje necesario, como el Festival del Amor en Berlín. El autor se pregunta cuál es el detonador del uso imaginativo de la tecnología

para el desarrollo urbano, como en Helsinki, y de las nuevas formas de gobernanza como en Tilburg. Landry deseaba descubrir las condiciones en que la creatividad puede ser organizada y cómo pueden ser dirigidas las personas creativas, y si la Iniciativa de Pueblo Creativo de Huddersfield es la forma correcta para el futuro. Considera importante descubrir cómo puede el gobierno trabajar mejor con la iniciativa privada y las ONG y cómo las conexiones entre redes formales e informales pueden ser estimuladas para producir los mejores resultados. También se interesó en dilucidar el rol de la tecnología en el desarrollo de una ciudad creativa y considerar si otras formas de creatividad pueden ser más importantes.

Esta obra argumenta sobre todo que los cambios en la mentalidad pueden ser generadores de voluntad, compromiso y energía, que nos permitan una imagen fresca de las posibilidades urbanas. Aquí se enuncian una amplia serie de posibilidad de enfoques y métodos para "pensar creativamente", para

"planear creativamente" y para "actuar creativamente". En términos generales, se intenta ofrecer una novedosa forma de acercarse a la planeación urbana. Afirma que, una vez que se han incorporado estas nuevas técnicas, pueden ser incorporadas de forma subconsciente y, de forma natural, utilizadas en la toma de decisiones diarias, pero también aplicadas en formas más formales y metodológicas. A lo largo del texto va apareciendo un conjunto de términos y conceptos novedosos: "creatividad cívica", "correas de transmisión creativas hacia el bien público"; "círculo de creatividad urbana", cómo puede desarrollarse, implementarse y realizarse virtuosamente; el "círculo vital de innovación urbana"; "investigación y desarrollo urbanos"; y cómo pueden desarrollarse, generalizarse y repetirse proyectos pilotos; recursos culturales y cómo pueden ser aplicados; cómo pensar en la ciudad como un organismo de aprendizaje y, finalmente, la creación de una nueva forma literaria (capacidad para "leer" y entender las ciudades) llamada "alfabetismo urbano".

ACTA REPUBLICANA

POLÍTICA Y SOCIEDAD

AÑO 11 ■ NÚMEROS 10-11, se terminó de imprimir y encuadernar en julio de 2012 en los talleres de Editorial Pandora, S.A. de C.V., Caña 3657, La Nogalera, Guadalajara, Jalisco, México. La edición consta de 500 ejemplares más sobrantes para reposición.

Diagramación: Elba L. Padilla.

Cuidado de la edición: Fernando Acosta Riveros.

Ilustración de portada: Gabriela Tolentino.