

Xavier Greffe: "Sin duda la política más difícil de llevar a cabo es aquella que consiste en frenar la dinámica del mercado financiero"

Es profesor de economía en la Universidad Paris I-Sorbonne, donde dirige el doctorado en Economía de las Artes. Ha colaborado en nuestra revista en ocasiones anteriores, con contribuciones que analizaban el patrimonio como incentivo para el desarrollo (ph 42, febrero 2003) o el empleo y las profesiones del patrimonio en Europa (ph 54, julio 2005). El pasado junio se presentaba en Madrid el libro *Ciudades Creativas. Volumen 3. Economía creativa, desarrollo urbano y políticas públicas*, que recoge las ponencias de la III edición de las jornadas de igual nombre (celebradas en 2010 en Zaragoza) que, organizadas por la Fundación Kreanta, quieren ser un espacio de encuentro entre las políticas culturales, las políticas urbanas y las políticas de promoción económica de las ciudades (ver sección novedades de publicaciones de este número). Xavier Greffe fue ponente en esa edición intentando responder a la pregunta ¿qué es una ciudad creativa?



Xavier Greffe

En un tiempo de presiones financieras crecientes, especialmente para las ciudades y los municipios, la tentación de ceder los espacios colectivos a los intereses privados es grande

PH: Y bien: ¿qué tipo de estrategia debe seguir una política cultural cuando habla de economía de la creatividad? Es decir, ¿cómo se identifica una política cultural que se fundamenta en el principio de creatividad?

Xavier Greffe: Actualmente, todo vínculo entre política cultural y creatividad se analiza en base a la corriente de pensamiento que surgió hace ya dos décadas. Las políticas culturales deben generar un ambiente favorable para la vida en las ciudades (tesis desarrollada por Bianchini y Landry), lo que permite a su vez atraer el tipo de personas que llamamos creativas, que encuentran en este ambiente el medio de satisfacer sus deseos (tesis de Florida). En realidad, esta perspectiva implica una doble propuesta: mejorar el entorno social, lo que favorece tanto a los habitantes de la ciudad como a los nuevos vecinos; y atraer un tipo de población considerada estratégica. En sí mismos, estos dos argumentos pueden ser defendibles, pero la dificultad estriba en que esto en realidad no funciona de forma sistemática y que, cuando funciona, puede tener consecuencias muy negativas para la población local, porque a lo mejor estas estrategias crean un dualismo social que puede destruir las iniciativas económicas.

Otro enfoque, por el cual abogamos, consiste en considerar las políticas culturales también como el instrumento para ayudar a la población a la toma de confianza y a la concepción de proyectos. No se cuestiona tanto la existencia en sí de equipamientos culturales como la manera de hacerlos funcionar: el proceso artístico es desde esta perspectiva central ya que destila comportamientos que pueden promover la creatividad de cada uno de nosotros, ya se trate de un taller de arte plástico para niños, de cursos de dibujo para presos, de lugares de ensayo y grabación para jóvenes músicos, etc.

Estos dos enfoques podrían diferenciarse en que, mientras en el primero el vínculo entre cultura y creatividad se busca de manera externa, en el segundo caso se hace de manera interna.

PH: Cuando se habla de ciudad creativa ¿se habla de un modelo de política cultural aplicable sólo a las ciudades?

X. G.: ¡Efectivamente! el modelo descrito arriba es sólo aplicable de manera ortodoxa a las ciudades, e incluso sólo a las ciudades grandes. Por un lado, este modelo se concibió a partir de las experiencias de renovación urbana de los años 90, y la consecución de las inversiones proyectadas (museos, óperas, cafés-concierto) no funciona más que en ciudades donde habita un gran número de personas e incluso con una población joven numerosa. En el enfoque de Florida esta cuestión no deja lugar a dudas. Por otro lado, nosotros hemos testado, en el caso de Francia, la relación existente entre el tamaño de las ciudades y la existencia de indicadores de atracción cultural, y hemos comprobado que el umbral de correspondencia (y no es por casualidad) se da sólo a partir del medio millón de habitantes, valor ya elevado para las ciudades en Europa.

La probabilidad de que este enfoque funcione en el medio rural es, por el contrario, muy escasa, salvo casos excepcionales. La densidad de población es demasiado baja para que pueda realizarse el esfuerzo financiero exigido para la realización y la dinamización de tales equipamientos culturales. El efecto de sinergia entre miembros de la clase creativa no puede darse tampoco. Pero esto no significa que los territorios rurales no puedan desarrollarse a partir de sus recursos artísticos y culturales. Significa más bien que en tales territorios es necesario un enfoque reticular que difunda las aptitudes para la creatividad de los que viven en ellos, tomando como base las oportunidades que ofrece la existencia de patrimonios materiales e inmateriales. Sin duda, el turismo en estos lugares es positivo, pero el número de turistas que puede aprovechar estos productos culturales será escaso. Hay que resaltar que la digitalización y la globalización pueden ser activos para estos territorios.

PH: El modelo de desarrollo más extendido en las ciudades se basa en megaproyectos arquitectónicos y urbanísticos, que suponen una fortísima inversión con dinero público, con importantes repercusiones en la fisonomía de los lugares, proyectos vinculados a estrategias de marketing para atraer turismo, con el discurso explícito del beneficio que reporta la "venta" de la ciudad y su inserción en el mercado global. Sin embargo, usted afirma que la creatividad de la ciudad empieza con las personas que viven el territorio. ¿Cómo enlazan estos proyectos pensados para el turista con las personas que habitan la ciudad? ¿Cómo se garantiza la construcción de estrategias culturales que tengan en cuenta la población local?

X. G.: Como dije más arriba, la oposición sistemática de los dos modelos no debería darse, y no existe ninguna razón para que el desarrollo cultural de las ciudades no pueda contribuir a su creatividad, especialmente a través del desarrollo de los flujos turísticos y de visitantes. Ahora bien, ¿qué conclusión podemos extraer de esto? Que junto a los casos de éxito reconocidos, podemos también comprobar que el desarrollo cultural de la ciudad no se aprovecha siempre por parte de sus habitantes. Y esto se debe a dos razones.

Por un lado, este desarrollo va acompañado, en numerosos casos, de procesos de especulación territorial y de aumento del precio del suelo, lo que implica desplazamientos de la población local, en general en detrimento de las clases medias o pobres, que se enfrentan a nuevas situaciones de desigualdad y a una fragilidad creciente.

Por otro, este desarrollo turístico puede ir acompañado a menudo "de la importación" de las competencias y los recursos humanos necesarios, cuando debería precisamente partir de la movilización y formación de los recursos humanos existentes en el territorio. El resultado de esto es que la población local se incorpora en empleos a menudo poco cualificados. La mejor prueba de estas deficiencias es cuando se analizan los resultados de eventos temporales o festivales. Sus efectos económicos en términos de empleo y rentas pueden ser significativos, pero se trata a menudo de efectos que repercutirán en otra parte del territorio; una vez finalizados los festivales, los empleos y las rentas vuelven a salir inmediatamente de la ciudad. Las evaluaciones realizadas sobre el festival de Aviñón en Francia son muy reveladoras en este sentido. Por supuesto que es difícil invertir tales dinámicas para que desembocaran en un desarrollo sostenible. Pero una cosa está clara, las iniciativas tendrían un resultado positivo si los problemas se previeran desde el principio y los poderes públicos asumieran sus responsabilidades. Ellos no carecen de medios: subvenciones, autorizaciones, disponibilidad de recursos financieros, etc. Deben, pues, desde el diseño inicial de los proyectos, utilizar estos medios para organizar el diálogo con las empresas y los operadores turísticos, a partir de objetivos para el interés general, y no solamente para los intereses privados. Por otra parte, los poderes públicos no deben dudar de usar los recursos de organizaciones sin ánimo de lucro para asegurar la gestión de estas tensiones entre la búsqueda del interés general y la del beneficio financiero, o entre las aspiraciones a largo plazo y a corto plazo.

PH: En alguna ocasión ha reflexionado sobre los "valores de uso" del patrimonio. En los últimos años, crecen el número de experiencias de ocupación ciudadana de espacios patrimoniales abandonados y en estado de deterioro para reivindicar su recuperación para uso de la ciudadanía (centros sociales o vecinales), que se organiza en la gestión y elaboración de contenidos (bibliotecas populares, escuelas de verano, etc.); acciones que llevan asociadas una actitud de denuncia frente a los procesos de privatización y especulación sobre los bienes patrimoniales y la necesidad de tener espacios abiertos a la creatividad colectiva. ¿Cómo se inscriben estas dinámicas en el modelo de ciudad creativa que usted sostiene? ¿Cuál debería ser la respuesta de la administración?

X. G.: Efectivamente, la organización de espacios colectivos para su uso al servicio de la creatividad de cada uno es esencial. Aunque las redes digitales se consideran a menudo como facilitadoras para la creación de comunidades creativas, eso no basta. Lo que aquí está en juego es la aptitud para crear, la toma de conciencia de las capacidades en un contexto que no sea ni normalizador ni coercitivo, sino un contexto en



Hôtel de la Marine en París, cuya concesión y uso en manos de una empresa privada suscita una fuerte polémica ciudadana.
Foto: François de Nodrest



Festival de Aviñón. Los efectos económicos de los festivales y eventos temporales, en términos de empleo y rentas, repercuten a menudo en otra parte del territorio.
Foto: Jaime Cabrera

Todo el mundo puede participar en el desarrollo, y si los empresarios tienen un papel estratégico, no son sus únicos protagonistas

el que los esfuerzos de unos apoyan a los de otros, se transforman en desarrollo e inauguran dinámicas positivas. Pero también es cierto que en un tiempo de presiones financieras crecientes, especialmente para las ciudades y los municipios, la tentación de ceder estos espacios a los intereses privados es grande. ¡En Francia, las autoridades públicas han transferido cerca de 500 lugares patrimoniales al sector privado en los cinco últimos años, solamente para no tener que financiar los costes de mantenimiento y rehabilitación! El último litigio abierto es el caso del prestigioso Ministerio de la Marina en la Plaza de la Concordia en París.

Sin duda la política más difícil de llevar a cabo es aquella que consiste en frenar la dinámica del mercado financiero, sobre todo cuando esta política puede suponer ingreso de dinero en lugar de gastos. Entonces son dos los aspectos esenciales. El primero es crear las coaliciones necesarias a favor de un uso del patrimonio que radique en el interés general, lo que significa que muchas autoridades públicas deberían ver en las asociaciones y otras organizaciones del tercer sector aliados potenciales y no como a menudo ha sucedido que estas organizaciones han suscitado desconfianza. Esto supone por parte de los poderes públicos el reconocimiento del papel que tienen estas asociaciones en la definición del patrimonio y sus usos posibles. Esto puede suponer también por parte de las asociaciones el reconocimiento de las necesidades de la población local como aquella en que se sustentan.

El segundo aspecto consiste en diseñar alianzas público-privadas en consonancia con la riqueza de los posibles usos del patrimonio. No

debe negarse el beneficio que reportan los recursos y la experiencia del sector privado cuando se colocan en la lógica del interés general, gracias al cual la diversidad de potenciales usos del patrimonio deja de ser una ilusión. Esto requiere una voluntad política muy fuerte y la adaptación del diseño organizativo institucional. Estas formas y actitudes para la puesta en valor del patrimonio no se han explorado suficientemente. En muchos países europeos, en estos últimos años la creación de fundaciones ha tenido éxito, porque éstas se han encargado de la protección y la valorización del patrimonio desde un modelo que incluye recursos públicos y privados.

PH: Usted distingue entre cultura de proyectos y cultura de empresas, destacando la importancia de la primera. ¿A qué se refiere cuando afirma que hay que tener una cultura de proyectos?

X. G.: La diferencia entre *cultura de proyecto* y *cultura de empresa* se basa en la concepción económica del desarrollo. Para que existan nuevas actividades, deben reunirse dos condiciones: la existencia de proyectos para la satisfacción de las necesidades y el diseño de bienes y servicios asociados; la existencia de competencias para llevarlos a cabo y saber gestionarlos (búsqueda de financiaciones, organización de las funciones de producción, comercialización y venta, etc.). En su momento, Schumpeter reconoció implícitamente esta diferencia al usar los términos innovador y empresario, considerando además que la eficacia del sistema capitalista descansaba para él en la superposición de estas dos cualidades.

¿Por qué se hace tal distinción? Porque las capacidades que permiten la instauración de proyectos no coinciden necesariamente con las habilidades para administrarlos, y viceversa. De ahí esta distinción que puede describirse como una diferenciación entre una cultura empresarial y una cultura de empresa. Sin embargo, para entender mejor

esta idea en relación con las actividades artísticas, preferimos hablar de distinción entre cultura de proyecto y cultura de empresa. En efecto, el trabajo artístico es el resultado de un proyecto creativo, lo que permite a la gente entender mejor los resortes de tales producciones artísticas, conocer mediante la oportunidad de experimentar y tomar conciencia de sus propias posibilidades, pudiendo surgir habilidades creativas que podrán aplicarse en otras dimensiones de su vida: familiar, económica, social, etc.

De manera que esta distinción expresa también un proyecto social: todo el mundo puede participar en el desarrollo, y si los empresarios tienen un papel estratégico, no son sus únicos protagonistas. Incluso personas sin grandes recursos pueden contribuir al desarrollo. En lugar de decir, como algunos políticos demagogos, que todo el mundo es un creador o un genio, mejor empezar diciendo que la puerta está abierta a todos, y ayudar a dar el paso. Y aquí las prácticas artísticas son importantes.

PH: Este mes de noviembre, los días del 24 al 26, se celebra en Madrid la cuarta edición de las jornadas Ciudades Creativas que de nuevo reúne a profesionales de la cultura, el urbanismo y la promoción económica para intercambiar reflexiones y prácticas sobre la acción cultural en el mundo local. ¿Qué retos afrontan los actores participantes en la gestión cultural en un contexto de crisis económica como el actual? ¿Qué estrategias son necesarias ante la disminución de los recursos financieros?

X. G.: El contexto ha cambiado desde finales de 2007 y, como en toda situación de crisis (que ésta no ha hecho más que empezar), se da la lógica tentación de volver de nuevo a los fundamentos del pasado, al menos en economía. Así pues se reduce el gasto en cultura (un bien superior en el sentido del estadista Engel); suben los precios para el acceso tanto a museos como universidades; incluso aunque no se tiene mucha confianza en el mercado, no se deja de activar sus resortes, que sólo pueden reducir las prácticas artísticas y culturales, aparte del turismo interno. Pero nunca se ha salido de una crisis sino innovando, tanto en la gestión social como económica. Tres son los elementos que me parece deben implementarse.

El primero es el mundo digital; la cultura perderá al sector de los jóvenes mientras no se entienda que hoy el primer contacto con la cultura es virtual, que puede ser seguido o no de una experiencia real.

El segundo es la búsqueda de nuevos modelos de negocios. Aunque todavía limitado, se constata que existe un mecenazgo ciudadano de base o *grassroot*¹, que no debe desdeñarse, sobre todo en un momento en que los discursos sobre el mecenazgo de las empresas se agotan. Pero lo más importante es tal vez de nuevo Internet. Hoy nos encontramos con que los principales beneficiarios de la circulación de los bienes culturales son también los que pagan menos: los proveedores

de acceso Internet. La época de crisis se ha convertido en el tiempo de las grandes compañías, que actúan de forma discreta, y que no pagan absolutamente nada mientras que ganan grandes cantidades de dinero: éste es el principal reto. Si no, puede ser mortal para algunas formas de expresión artística y cultural.

El tercero es el patrimonio inmaterial (música, oficios, saberes, etc.) que puede encontrar en la globalización nichos significativos. Por muchas razones, el patrimonio cultural es un recurso para el desarrollo, pero actualmente puede ser aún más que antes, en cualquier país o comunidad. Por desgracia, el patrimonio inmaterial siempre se relaciona con el pasado y nunca con el futuro, en función de la concepción heredada del patrimonio material.

PH: ¿Y cuáles son las oportunidades del sector del empleo patrimonial en esta misma situación de crisis? ¿Siguen siendo válidos los discursos que ven en el sector patrimonial un "nicho" de empleo, desarrollo, sostenibilidad y rentabilidad económica?

X. G.: Sí, el empleo patrimonial puede ser una oportunidad, especialmente si comenzamos a no verlo como la panacea. A menudo los discursos sobre la importancia de los empleos culturales han sido exagerados y no siempre han hecho un favor, creando ilusiones o difundiendo falsas esperanzas. Se ve hoy cuando los ediles locales tienen que elegir, por ejemplo, entre el apoyo a la cultura o a la salud.

Pero se trata, entre otros, de un yacimiento de empleo relevante; y mejor aún, se trata de un yacimiento que no es tan costoso como se piensa; y que tiene efectos positivos sobre la calidad de los empleos. Hay que considerar también que estos empleos no se localizan necesariamente en las actividades artísticas más tradicionales como museos y monumentos. Se ve hoy, que esos empleos patrimoniales se ubican en otros sectores que no son el de la cultura, por ejemplo en el diseño de muebles, la construcción de casas, etc. Estoy convencido de que los efectos indirectos de la cultura sobre el desarrollo sostenible se sitúan, en este sentido, en empresas que no son necesariamente calificadas formalmente artísticas o culturales. Y lo hemos demostrado en un estudio hecho en Francia hace más de siete años. Esto significa también cambios de perspectiva que pueden resultar difíciles de asumir: por ejemplo, los lugares de consumo cultural no son sólo los tradicionales museos y teatros, sino las empresas, los transportes colectivos, las estaciones de autobuses.

Nota

¹ Literalmente del inglés "raíces del césped", entendible como "de raíz", "auténtico" o "con base social", es una forma de asociación, constituido por los miembros de una comunidad. Implica que la creación del movimiento y el apoyo del grupo es natural y espontáneo, destacando las diferencias con comunidades promovidas por las estructuras de poder (Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Grassroots>).