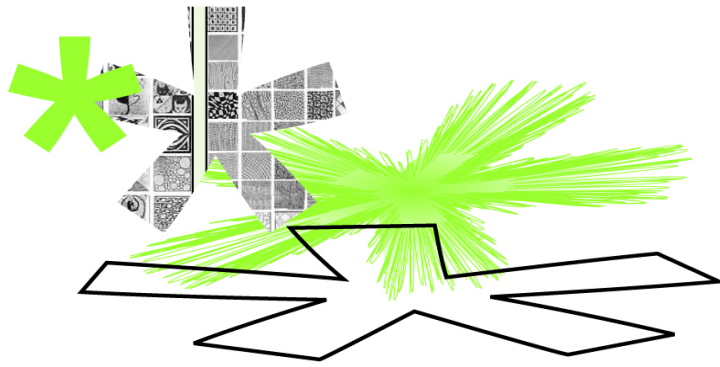


CULTURA Y SOCIEDAD CREATIVA \*





Egun on, en primer lugar, agradezco a los organizadores la invitación a participar en el curso.

Como pueden comprobar, he decidido modificar el título y la orientación de mi intervención. En un principio, se me había propuesto desarrollar el tema de **Gipuzkoa Ciudad Cultural**. Propuesta que iba en la línea de presentarles los proyectos que estamos poniendo en marcha en la **Diputación Foral de Gipuzkoa** con la orientación estratégica de construir desde la cultura una ciudad-territorio más vertebrada.

Partía la propuesta de una visión más centrada en el papel de las Administraciones Intermedias, de las Diputaciones, en socializar y extender la cultura en el Territorio, en la línea de favorecer la democratización de la cultura, la igualdad de oportunidades e incluso, si me apuran, de coadyuvar a una ordenación del territorio más racional y equilibrada.

Este enfoque nos hubiera alejado del eje central del curso, que no es otro que la creatividad. Por ello, me ha parecido oportuno reformular mi intervención y reorientarla hacia un terreno sobre el que sorprendentemente se ha escrito bastante poco: el del papel de la cultura en la nueva sociedad creativa.

De hecho, la sociedad creativa se nos presenta como una realidad emergente relacionada con los avances científicos y técnicos, con la sociedad de la información y del conocimiento, con la sociedad red, y sólo de manera colateral con la cultura. En el mejor de los casos, como lo hace Richard Florida, la cultura aparece como un elemento atractor y localizador del talento científico y técnico.

Hay, en definitiva, una visión de la sociedad creativa muy centrada en el binomio ciencia-tecnología.

Dicho claramente: la cultura no forma parte del núcleo central del discurso asociado a la nueva sociedad creativa. En el programa de este curso, sin ir más lejos, empezamos a hablar de cultura como tal, en sentido amplio, en esta última jornada.

Mi intervención aboga por abrir ese debate. ¿Es la cultura un elemento estratégico de la nueva sociedad creativa o algo adicional, complementario, coadyuvante?. ¿Es núcleo central o periferia de la nueva sociedad creativa?.

# INDICE.



## 0. Índice.

1. Cambio de sociedad industrial a sociedad creativa.
2. La creatividad como sistema.
3. Cultura, creatividad e innovación.
4. Innovación cultural y sociedad creativa en Gipuzkoa.

Este que ven en la pantalla va a ser el guión, la estructura que voy a seguir en mi intervención.


En el primer punto, voy a insistir en la idea del cambio de modelo en el que estamos inmersos en estos momentos, en el calado de ese cambio, en su velocidad, en la importancia de la creatividad en la nueva economía y en las consecuencias de todo ello a nivel de empleo.

En el segundo punto, vamos a acercarnos al fenómeno de la creatividad, subrayando los conceptos de reconocimiento social de la creatividad, complejidad, no-linealidad, multiplicidad y unicidad, y sistema. Intentaré explicar cómo la creatividad es un fenómeno complejo, de carácter sistémico, regulado por una serie de principios que hacen posible su emergencia y evolución.

En el tercer punto, desarrollaré el núcleo de mi intervención, estableciendo las relaciones que existen entre cultura, creatividad e innovación. Veremos, en un primer momento, las diferencias que hay entre creatividad e innovación. Y procuraremos desbrozar, a continuación, los vínculos que unen cultura, capital creativo, capital humano e innovación.

Asimismo, y dentro de este tercer punto, insistiré en la importancia de la diversidad cultural y de la tolerancia no solamente como pilares políticos de una sociedad más democrática, sino que también como requisitos imprescindibles de la nueva economía.

Por último, finalizaré señalando la necesidad de redefinir y de innovar nuestra política cultural para adecuarla a las nuevas exigencias de la sociedad creativa, apuntando dos propuestas concretas en esta dirección.



**CAMBIO DE SOCIEDAD INDUSTRIAL A SOCIEDAD CREATIVA.**

- Creatividad y generación de valor.
  
- Cambio de modelo.
  
- Disminución del empleo industrial e incremento del empleo creativo.

Entramos en materia con el desarrollo del primer punto que les he presentado y que hemos dividido, a su vez, en los tres apartados que ven en la pantalla: Creatividad y generación de valor; Cambio de modelo; Disminución del empleo industrial e incremento del empleo creativo.

Todo lo que vamos a decir a continuación parte del siguiente diagnóstico: las sociedades desarrolladas están insertas en cambios de gran calado, cambios que afectan de modo significativo a su modelo económico y social. Estos cambios tienen su origen en la importancia que ha adquirido la creatividad como factor económico determinante a la hora de generar valor, y algunas de sus consecuencias más visibles son la disminución progresiva del empleo industrial y el incremento paralelo del empleo creativo.

En este nuevo marco, el papel de la cultura va a ser cualitativamente diferente al que desempeñaba en los tipos de sociedades anteriores, y, más concretamente, en la sociedad industrial.



**CAMBIO DE SOCIEDAD INDUSTRIAL A SOCIEDAD CREATIVA.**



**CREATIVIDAD Y GENERACIÓN DE VALOR.**

**Evolución histórica en los sistemas de generación de valor.**

- \* Sociedad extractiva.
- \* Sociedad productiva.
- \* Sociedad mercantil.
- \* Sociedad industrial.
- \* Sociedad creativa.

Creo que puede ser útil para situarnos mejor en el momento actual, hacer un breve repaso de la evolución histórica de los distintos modelos económicos desde el prisma de los sistemas de generación de valor. Obviamente, en este caso, las cuestiones relativas a la propiedad, que nos llevaría a una taxonomía diferente.

Los sistemas económicos dominantes de generación de valor han ido evolucionando a lo largo de la historia, bien por peligro de agotamiento de los recursos naturales o porque así lo requerían las necesidades humanas. De este modo, se ha ido pasando del modelo extractivo, en las sociedades más primitivas, al modelo creativo de la sociedad contemporánea.

En una primera etapa, el valor económico lo genera la extracción de los bienes que produce directamente la Naturaleza, esto es, la recolección, la caza y la pesca. Esta etapa se corresponde plenamente con el periodo Paleolítico.

En las sociedades agrícolas y ganaderas, lo valioso pasa a ser obtener alimentos que la Naturaleza no ofrece directamente, sino a través del cultivo y del cuidado del ganado. Agricultura y ganadería pasan a ser el sistema dominante de la época neolítica.

En la Edad Antigua, con la generación de excedentes agrícolas motivada por los avances técnicos (tracción animal, aperos de labranza, etc.) nacieron las primeras sociedades mercantiles, en la que el valor radica en la comercialización y venta de productos, que podían ser alimentos, armas, utensilios agrícolas y objetos de lujo.

A finales del siglo XVIII, tiene su origen la sociedad industrial, en la que lo valioso se encuentra en la transformación mecanizada y a gran escala de la materia prima en productos manufacturados.

Por último, en la emergente sociedad creativa actual, la aportación de valor llega de la transformación de la creatividad en innovación.



**CAMBIO DE SOCIEDAD INDUSTRIAL A SOCIEDAD CREATIVA.**

**CAMBIO DE MODELO.**

- \* Importancia y rapidez del cambio.
- \* La creatividad es el factor competitivo más determinante en las sociedades desarrolladas.

Situados ya en el momento en el que, a mi modo de ver, la creatividad despunta claramente como el sistema dominante de generación de valor, me parece importante subrayar el hecho de que el paso de sociedad industrial a sociedad creativa es del mismo calado que el cambio que supuso la transformación de la sociedad agraria a la sociedad industrial, los dos sistemas de valor anteriores dominantes entre nosotros. Nos encontramos, por consiguiente, ante un cambio muy importante.

Por otra parte, a pesar de que estos cambios se han ido fraguando a lo largo de siglos, desde el punto de vista sociológico, la rapidez y velocidad de los cambios ha sido mucho mayor en estas últimas décadas. El Estado español, por citar el caso más próximo, ha pasado en los últimos 65 años de ser una sociedad eminentemente rural, tenía más del 50% de la población activa dedicada a la agricultura en 1940, a transformarse en una sociedad industrial, y convertirse, más tarde, en una sociedad de servicios.

Una única generación, la de nuestros padres, ha conocido todos estos cambios: el paso de sociedad agrícola a industrial, y de industrial a creativa. A uno le es difícil imaginarse la rapidez de los cambios que pueden llegar a conocer las generaciones venideras, las de nuestros hijos.

La importancia del cambio que vivimos descansa, en gran medida, en el hecho de que del conjunto de factores que inciden en el modelo de competitividad de un país y, por lo tanto, en la generación de riqueza, la capacidad de sus gentes de crear e innovar es, ya en estos momentos, más decisiva que otros factores que hasta ahora han tenido un peso determinante, como son, por ejemplo, el mercado de trabajo y las infraestructuras.

**1**

**CAMBIO DE SOCIEDAD INDUSTRIAL A SOCIEDAD CREATIVA**



**DISMINUCIÓN DEL EMPLEO INDUSTRIAL E INCREMENTO DEL EMPLEO CREATIVO.**

- \* Los avances tecnológicos conllevan un incremento de la producción industrial y, al mismo tiempo, la disminución progresiva de empleo industrial.
- \* La población activa creativa se ha incrementado a lo largo de todo el siglo XX y se prevé que lo siga haciendo en el XXI.

Estos cambios tienen un reflejo en la evolución del empleo. Como aparece en la pantalla, los avances tecnológicos conllevan un incremento de la producción industrial y, al mismo tiempo, la disminución progresiva de empleo industrial.

El escenario de futuro que, en este sentido, vaticina Peter Drucker nos muestra una sociedad muy diferente a la que conocemos en la actualidad. Recojo literalmente lo que señala al respecto: "La previsión para el año 2020 indica que la producción industrial de los países desarrollados se doblará como mínimo, mientras que el empleo industrial se reducirá hasta quedar entre el 10% y el 12% del total de la fuerza laboral".

En Gipuzkoa, por ejemplo, y hablo de memoria, la actividad industrial supone aproximadamente, en estos momentos, un tercio de la población activa. Y la tendencia más probable es, claramente, la que apunta Drucker.

En lo que respecta al empleo creativo, éste suponía a comienzos de siglo XX el 10% del conjunto de la población activa de los países occidentales (USA y Europa), y en estos momentos equivale al 30% de la misma.



**CAMBIO DE SOCIEDAD INDUSTRIAL A SOCIEDAD CREATIVA.**

**EL RETO:**

\* El reto de las sociedades desarrolladas va a ser, por lo tanto, generar empleo creativo

Una consecuencia clara de todo lo anterior es, precisamente, que el reto de las sociedades desarrolladas va a ser generar empleo creativo, que es el que va a aportar mayor valor y riqueza.

Es probable que la tendencia sea general en todos los sectores de la economía y que, por lo tanto, parte del empleo actual en el sector primario, en la industria y en los servicios vaya a transformarse en empleo creativo. Sin embargo, el mayor cambio, en términos de importancia relativa del empleo, se producirá, seguramente, en el sector industrial, en el que hay una fuerte tendencia a la deslocalización y a la baja remuneración de la mano de obra no cualificada.



**2** APROXIMACIÓN A LA CREATIVIDAD.

- ❑ El reconocimiento social de la creatividad a lo largo del tiempo.
- ❑ La creatividad es un fenómeno complejo y múltiple.
- ❑ La creatividad funciona sistémicamente, no linealmente, sobre la base de determinados principios reguladores.

Una vez analizado el cambio de modelo, cuestión a la que, por su importancia, hemos dedicado bastante tiempo, nos vamos a acercar, en este segundo punto de mi exposición, al fenómeno de la creatividad, en la que, de las muchas cosas que se pueden decir, voy a destacar tres ideas básicas:

a) La primera es la constatación de que la creatividad es una capacidad humana que ha tenido un reconocimiento social muy reciente.

b) La segunda idea o conjunto de ideas van en la línea de observar la creatividad como un fenómeno complejo, en el que intervienen muchas variables, individuales y sociales, que interactúan de manera no lineal.

c) La tercera idea central girará en torno al hecho de que la creatividad funciona como un sistema regulado por determinados principios, algunos de los cuales pasaremos a comentar.

2



APROXIMACIÓN A LA CREATIVIDAD.



**RECONOCIMIENTO SOCIAL DE LA CREATIVIDAD A LO LARGO DEL TIEMPO..**

El reconocimiento social otorgado a la creatividad ha ido variando a lo largo del tiempo, pudiendo distinguirse cuatro grandes etapas en el transcurso de la historia:

- \* En la Edad Antigua el artista no crea, sino que imita la realidad.
- \* En la sociedad cristiana medieval y moderna crear es una potestad exclusiva de Dios.
- \* En el siglo XIX el término creador se convirtió en sinónimo de artista.
- \* Hasta el siglo XX no se reconoce la creatividad en todas las personas y en cualquier actividad.

Les prometo que esta va a ser la última incursión histórica que voy a hacer en mi intervención. Insisto en la incursión histórica porque me parece, también en este caso, bastante reveladora y que da algunas pistas interesantes.

Hagamos un breve repaso del reconocimiento social otorgado a la creatividad a lo largo de la historia.

a) En la Edad Antigua el artista no crea, sino que descubre e imita la realidad. Se valoraba la técnica y la destreza de una obra de arte, pero no la creatividad. El propio artista no se percibe a sí mismo como un creador, sino como una especie de mediador de la voluntad de los dioses. La excepción la constituye el poeta: sólo él era capaz de crear, sólo él tenía la libertad de crear.

b) En los siglos siguientes, por lo menos en lo que se refiere a la sociedad medieval y moderna cristiana, el término creador se utilizó sobre todo en el ámbito de la teología: creador era un sinónimo de Dios. El artista era un artesano más. Ya en el Renacimiento, hay un mayor reconocimiento social del artista como autor individual, alcanzando un tratamiento equivalente al de otros intelectuales y científicos.

c) Es en el siglo XIX cuando el término creador se incorporó al lenguaje del arte y se convirtió en sinónimo de artista. Desde el punto de vista conceptual, el hecho fundamental lo constituye la renuncia a pensar que toda creación debe surgir de la nada. Eliminada esta condición, los artistas pueden ser creadores, utilizando para ello elementos preexistentes.

d) En la primera mitad del siglo XX, el estudio de la creatividad se extiende a otras áreas diferentes al arte, como por ejemplo a la ciencia, si bien aparece ligado fundamentalmente a sujetos excepcionales. Solamente a partir de mediados de del siglo XX comienza a ser considerada la creatividad como una capacidad que puede encontrarse y desarrollarse en todos los individuos.

Estamos, por lo tanto, ante una cuestión cuyo reconocimiento social es muy reciente, y que ha sido estudiada sobre todo últimamente, en fechas bastante recientes.



**2** APROXIMACIÓN A LA CREATIVIDAD.

**LA CREATIVIDAD ES UN FENÓMENO COMPLEJO Y MÚLTIPLE.**

\* La creatividad es un fenómeno complejo en el que intervienen muchas variable individuales y sociales que interactúan de manera no lineal, y en la que conviven simultáneamente la tendencia a la multiplicidad y a la unidad.

Es importante acercarse a la creatividad como un fenómeno complejo, en el que intervienen múltiples variables.

En un principio, la creatividad se ha entendido como una capacidad relacionada exclusivamente con el individuo: con su herencia biológica, con la inteligencia, la motivación, la experiencia o la imaginación, entre otras muchas variables.

Con posterioridad, se han tenido en cuenta también otros factores de carácter social que configuran el contexto creativo en el que se desenvuelve el individuo: la familia, el sistema educativo, el ambiente cultural, el nivel de conocimientos científicos y técnicos de la época, la red de relaciones, y así un largo etcétera.

La manera en que estos factores interactúan no es lineal. Esto es, no hay una relación directa y proporcional de cada uno de estos factores, tomados individualmente, con la creatividad.

Por ejemplo, no es cierto que a mayor inteligencia se de siempre mayor creatividad. Ni que haya una relación automática, directa, entre familia o red social y creatividad. La relación es siempre multicausal y compleja.

Por otra parte, la creatividad es múltiple o, lo que es lo mismo, se desarrolla en muy diversos campos, ya que parte de un conocimiento previo, muchas veces especializado, experto y, por lo tanto, también múltiple. Se da, por lo tanto, una relación, entre multiplicidad de los saberes y multiplicidad creativa.

Paralelamente, nos encontramos con elementos que refuerzan las relaciones internas, la unidad, del sistema creativo. Uno de los que tiene mayor peso es la conectividad, esto es, la capacidad de combinar información procedente de distintos campos del saber para obtener ideas nuevas. Se trataría de una especie de confluencia de distintos saberes que alimentaría un sistema creativo interconectado.

Estas son algunas pistas, pocas pero suficientemente importantes, para acercarnos de otra manera al fenómeno de la creatividad.

La creatividad, como pueden leer en la pantalla, es un fenómeno complejo en el que intervienen muchas variables individuales y sociales que interactúan de manera no-lineal, y en la que conviven simultáneamente la tendencia a la multiplicidad y a la unidad.



**2** APROXIMACIÓN A LA CREATIVIDAD.

**LA CREATIVIDAD FUNCIONA SISTÉMICAMENTE, NO LINEALMENTE, SOBRE LA BASE DE DETERMINADOS PRINCIPIOS REGULADORES.**

\* La creatividad funciona sistémicamente, no linealmente, sobre la base de determinados principios reguladores, entre los que vamos a destacar los siguientes: diversidad, flujo, adaptabilidad, nivel umbral, retardo y "efecto mariposa".

Terminamos esta aproximación a la creatividad señalando que funciona sistémicamente, en base a principios que pueden funcionar en cualquier otro sistema, y entre los que nos ha parecido interesante destacar los siguientes: diversidad, flujo, adaptabilidad, nivel umbral, retardo y "efecto mariposa".

En primer lugar, la creatividad requiere para su emergencia de diversidad y de flujo. La existencia de diversidad, de elementos diferentes, y de flujo, de trasvase de información entre dos puntos, entre dos personas, es condición necesaria para que la creatividad emerja, cambie y evolucione. A mayor diversidad y flujo, mayores serán las posibilidades de emergencia y evolución de la creatividad.

En segundo lugar, la creatividad necesita también adaptarse a los cambios y alcanzar un determinado umbral para dar los frutos esperados. La creatividad es adaptativa y tiende a encontrar un nuevo equilibrio en respuesta a los cambios inducidos en el sistema por elementos internos o externos. Paralelamente, necesita alcanzar un nivel mínimo en un conjunto de variables para que puedan producirse determinados efectos o cambios en el sistema.

Otra característica importante del sistema creativo es el retardo, esto es, el tiempo requerido para que determinadas causas provoquen determinados efectos en el sistema creativo. El proceso de maduración en el ámbito de la creatividad es lento y los resultados se obtienen casi siempre a medio y largo plazo.

Por último, en el sistema creativo, como en cualquier otro sistema, se produce en ocasiones el conocido "efecto mariposa". Es decir, un pequeño cambio en una variable del sistema creativo puede dar lugar a un cambio muy grande en muchas variables del sistema. En este sentido, es fundamental identificar las "mariposas", las "palancas" que puedan desencadenar efectos multiplicadores en el sistema creativo.

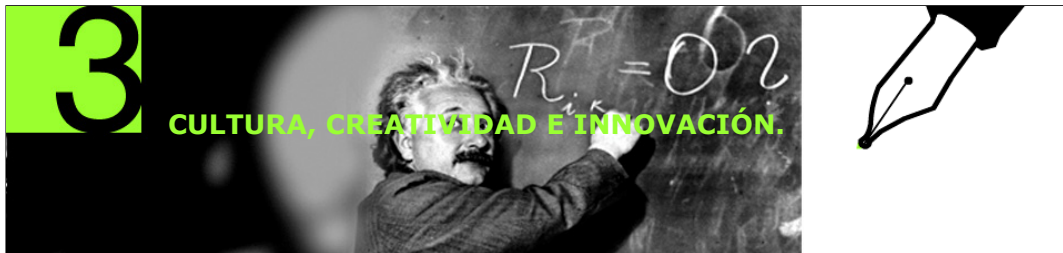


- ❑ **Creatividad e innovación.**
- ❑ **¿Estilo de vida o negocio?**
- ❑ **Cultura y capital creativo.**
- ❑ **Diversidad cultural, tolerancia y creatividad.**

Una vez apuntado el marco general en el que se desenvuelve la nueva sociedad creativa y de habernos acercado a algunas de las claves del sistema creativo, voy a intentar establecer las relaciones existentes entre cultura, creatividad e innovación.

Las relaciones entre estas tres realidades me parecen significativas en un doble sentido: por una parte, para situar en el lugar que le corresponde a la cultura en el proyecto de la nueva sociedad creativa, y, en segundo lugar, para situar también en el lugar que le corresponde a la creatividad en las políticas culturales del siglo XXI.

El guión que voy a seguir para ello es el que aparece en la pantalla. En primer lugar, vamos a ver las relaciones que hay entre creatividad e innovación. En segundo lugar, vamos a intentar delimitar esas diferencias sobre la base del binomio estilo de vida y negocio. Pasaremos a ver posteriormente los vínculos que hay entre cultura y capital creativo. Y terminaremos este tercer capítulo subrayando el papel de la diversidad cultural y de la tolerancia en el desarrollo de la sociedad creativa.



### **CREATIVIDAD E INNOVACIÓN.**

- \* Creatividad es la capacidad humana de generar nuevas ideas, nuevos contenidos simbólicos.
- \* La creatividad, en sí misma, no es útil, no sirve para solucionar problemas, no es negocio.
- \* No hay innovación sin creatividad.

Es clave en nuestro discurso distinguir la creatividad de la innovación.

Creatividad es la facultad humana de generar nuevas ideas, nuevos contenidos simbólicos. Es la capacidad de tener "chispazos", de establecer nuevas relaciones que nos permitan crear.

La creatividad, en sí misma, no es algo útil, no sirve para solucionar problemas, no es negocio. Es algo previo, anterior a todo ello. Algo necesario para buscar nuevas utilidades, para proponer nuevas soluciones o para desarrollar nuevos negocios.

La innovación es posterior a la creatividad. Innovar exige desarrollar la creatividad, materializarla y convertirla en servicios o productos novedosos y rentables. Lo que está claro es la imposibilidad de innovar sin partir de una idea original, esto es, sin ejercitar previamente la creatividad.



### ¿ESTILO DE VIDA O NEGOCIO?

\* La creatividad pertenece más a la lógica del ser, a un estilo de vida. Vivimos de modo creativo las 24 horas del día.

\* La innovación está más vinculada a la lógica instrumental y, frecuentemente, al negocio, a la economía. Desarrollamos la innovación en nuestro horario laboral.

Siguiendo con el argumento anterior, que diferencia la creatividad de la innovación, puede ser interesante añadir que la creatividad se inscribe más en la lógica de la significación, en una lógica, por lo tanto, cultural, como una forma de ser, un estilo de vida, como vivencia y búsqueda de sentido. Puede decirse que vivimos de modo creativo las 24 horas del día.

La innovación está más relacionada con hacer, pero, sobre todo, con producir nuevos productos y servicios. Está más cerca de la lógica instrumental, del negocio, de la economía. Podríamos afirmar que desarrollamos la innovación, sobre todo, en nuestro horario laboral.

Hablo desde la perspectiva del ciudadano común y corriente, ya que, obviamente, hay personas que viven de crear, sea en el mundo del arte, de la ciencia o en cualquier otro. Para ellas crear es, además de una forma de vivir, una manera de ganarse la vida.



### **CULTURA Y CAPITAL CREATIVO.**

- \* La creatividad es una forma de vivir que requiere ser alimentada y cultivada.
- \* La cultura, junto con la educación, constituye el ecosistema de una sociedad creativa.
- \* Los creadores enriquecen su capital creativo a través de la cultura y quieren vivir en entornos culturalmente ricos y activos.

“La creatividad es una forma de vivir que requiere ser alimentada y cultivada”, podemos leer ahora en la pantalla. La creatividad no es el resultado o la consecuencia directa de determinada dotación genética. Es, al contrario, una consecuencia también cultural, que depende de su cultivo, que necesita ser estimulada, entrenada, desarrollada, tanto a nivel receptivo, como capacidad de percepción, como a nivel activo, como facultad para crear y producir algo diferente.

La cultura, junto con la educación, señalamos a continuación, constituye el clima, el ecosistema de una sociedad creativa. Tanto de la Creatividad con mayúscula, la de los grandes genios y talentos, como de la creatividad con minúscula, esa que pertenece a todos y para la que todos estamos dotados.

La cultura, así mismo, permite trabajar en campos muy diversos, distintos a los de nuestra profesión. Permite enriquecer nuestras experiencias y acceder a un tipo de conocimiento distinto y complementario al de nuestra profesión. Permite desarrollar nuestra capacidad conectiva, relacionando cultura y arte, con ciencia y tecnología, por ejemplo. Permite, en definitiva, incrementar nuestro capital creativo, nuestra capacidad para imaginar, inventar y crear, también en beneficio de nuestro trabajo, de nuestra profesión. Hay, por lo tanto, una relación simbiótica entre cultura, capital creativo y capital humano (profesional) que se retroalimenta y beneficia mutuamente.



**3 CULTURA, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN.**

**DIVERSIDAD CULTURAL, TOLERANCIA Y CREATIVIDAD.**

- \* La diversidad cultural y la tolerancia son condiciones imprescindibles para la activación y el enriquecimiento del sistema creativo.
- \* Diversidad cultural y tolerancia son, además de valores democráticos, requisitos de la nueva economía.
- \* Cultura, tolerancia y diversidad son intangibles que atraen a las nuevas profesiones creativas.

Terminamos este tercer capítulo vinculando la diversidad cultural y la tolerancia con la creatividad.

Diversidad cultural y tolerancia son factores que permiten un mayor flujo e intercambio de ideas y, por consiguiente, favorecen la emergencia de la creatividad y la evolución del sistema creativo, como antes ya hemos señalado.

Diversidad cultural y tolerancia constituyen, por lo tanto, no solamente pilares básicos de una sociedad democrática, sino que son, además, requisitos imprescindibles de la nueva economía. Esta es una cuestión importante a la hora abordar, por ejemplo, la cuestión de la inmigración, más en una sociedad como la vasca, en la que para amplios sectores es necesario también fortalecer y recrear una identidad vasca plural.

En su libro "El ascenso de la clase creativa", Richard Florida demuestra una correlación significativa entre la creación de empresas en los sectores de mayor innovación tecnológica y el desarrollo de determinados valores intangibles, como la calidad de la oferta cultural y de entretenimiento, la tolerancia y la diversidad. Estos valores intangibles crean, según él, un entorno que atrae a los talentos y profesionales creativos, y genera dinámicas que contribuyen a la mejora de la calidad de vida y a la creación de riqueza.



- Volver a acertar.
- Fomentar la creatividad, el primer objetivo.
- Ser atractivos.
- KMe: una iniciativa de la Diputación para que Gipuzkoa se desarrolle como comunidad creativa.
- El Cluster de la Creatividad: otra posibilidad para avanzar como sociedad creativa.

Pasamos ya a la cuarta y última parte de mi intervención, que es, un poco, el reverso de lo que hemos querido decir en el punto anterior. Si en el tercer punto de esta intervención he subrayado, sobre todo, la importancia de la cultura para la nueva sociedad creativa, en esta última parte voy a hacer algunas consideraciones y propuestas encaminadas a adaptar la política cultural al reto de la creatividad.

Seguiremos, como lo hemos hecho hasta ahora, el índice que aparece en la pantalla.



### **VOLVER A ACERTAR.**

\* A lo largo del siglo XX Gipuzkoa ha sabido adaptarse y ser un referente como sociedad industrial.

\* Gipuzkoa necesita volver a acertar y ser también referente en la nueva sociedad creativa.

En un momento de cambio profundo, de encrucijada, necesitamos volver a acertar, anticiparnos estratégicamente para prepararnos ante todo el cambio que viene.

**Volver a acertar:** ésta es la expresión utilizada por destacados dirigentes políticos del País Vasco para encarar esos retos que se avecinan.

Así como hemos sido capaces de acertar y salir airosos de crisis económicas y sociales recientes y profundas, como las de los años 70, 80 y 90, transformando la economía y la sociedad vasca, y abriéndonos al exterior, la expresión "volver a acertar" indica una voluntad colectiva por encarar en estos momentos el reto de la sociedad creativa y de la innovación.

Si a lo largo del siglo XX Gipuzkoa, en general la sociedad vasca, ha sabido adaptarse y ser un referente como sociedad industrial, necesitamos ahora volver a acertar y ser también referente en la nueva sociedad creativa.



#### **FOMENTAR LA CREATIVIDAD, EL PRIMER OBJETIVO.**

- \* Necesidad de pasar de una educación centrada en la reproducción de contenidos a una educación en la creatividad.
- \* La cultura es el espacio de socialización de la creatividad por excelencia.
- \* La creatividad es el gran reto estratégico de la cultura.

Fomentar la creatividad es el primer objetivo que tenemos como sociedad, como colectivo, del cual depende, en gran medida, nuestro futuro económico y nuestro bienestar.

Y no hay mejor manera de fomentar la creatividad que a través de la educación y la cultura.

La educación actual, heredera de la sociedad industrial, homogénea y centrada en la reproducción de contenidos, necesita adaptarse a las nuevas exigencias de la sociedad creativa, y valorar más la flexibilidad, la originalidad, la capacidad crítica y el pensamiento divergente. Ya se están haciendo cosas en este sentido, pero necesitamos hacer mucho más.

Por otra parte, la cultura es el espacio de socialización de la creatividad por excelencia. El ámbito históricamente vinculado a la creatividad. Y el espacio público más importante que tiene la sociedad actual para la difusión y el cultivo de la creatividad.

De los tres grandes objetivos que orientan en la actualidad la mayoría de los proyectos culturales, pongamos por ejemplo el caso de Tabacalera, de la que se va a hablar a continuación, de esos tres grandes objetivos, que son, a mi modo de ver, el fomento de la creatividad, la democratización de la cultura y el turismo cultural, el primero es, en mi opinión, el más estratégico o, lo que es lo mismo, el de mayores consecuencias y trascendencia global en el medio y largo plazo.

# 4

## INNOVACIÓN CULTURAL Y SOCIEDAD CREATIVA EN GIPUZKOA.



### **SER ATRACTIVOS.**

- \* Estar abiertos a la diferencia creativa.
- \* Atraer talento.

La apuesta futura de Euskadi, decía recientemente el dirigente político vasco al que antes he hecho referencia, es la de una sociedad "abierta a la diferencia creativa, capaz de atraer a personas de otros lugares que quieren desarrollar su talento y su creatividad entre nosotros". "Ser atractivos -comentaba- debe ser el objetivo fundamental de nuestra generación. La garantía del éxito de nuestro proyecto".



#### **KMe: UNA INICIATIVA DE LA DIPUTACIÓN PARA QUE GIPUZKOA SE DESARROLLE COMO COMUNIDAD CREATIVA.**

- \* La Diputación va a crear en los próximos meses una sociedad destinada a activar redes culturales vivas con los municipios y agentes culturales del territorio.
- \* Este organismo, al que en principio hemos llamado KME (Koldo Mitxelena Erakundea), va a tener entre sus objetivos prioritarios el fomento y la socialización de la creatividad.
- \* Pretendemos con ello contribuir a que Gipuzkoa vaya desarrollándose como una comunidad creativa con una gestión cultural innovadora.

Permítanme terminar con dos propuestas. A la primera le hemos llamado, en principio, Koldo Mitxelena Erakundea, **KMe**.

La Diputación Foral de Gipuzkoa va a crear en los próximos meses una sociedad, un ente autónomo, destinado a activar redes culturales vivas con los municipios y agentes culturales del territorio.

Este organismo va a tener entre sus objetivos prioritarios el fomento y la socialización de la creatividad.

La competencia esencial de **KMe** va a ser el desarrollo de la gestión compartida, de la gestión en red, creando comunidades y estructurando el Territorio. Queremos ordenar, ser más eficientes, activar recursos, pero también queremos ser foco de creatividad y de innovación en la gestión.

Pretendemos con ello contribuir a que **Gipuzkoa** vaya desarrollándose como **una comunidad creativa con una gestión cultural innovadora**.

# 4

## INNOVACIÓN CULTURAL Y SOCIEDAD CREATIVA EN GIPUZKOA.

### EL CLUSTER DE LA CREATIVIDAD: OTRA POSIBILIDAD PARA AVANZAR COMO COMUNIDAD CREATIVA.

- \* El País Vasco ha acumulado en estos últimos años una saber hacer en la clusterización de actividades afines como herramienta para el desarrollo de la innovación en sectores estratégicos.
- \* En este sentido, cabe la posibilidad de pensar en la puesta en marcha de un Cluster de la Creatividad que tenga como objetivo global fomentar la creatividad en la sociedad vasca.
- \* El cluster podría estar integrado por artistas, científicos, gestores, educadores, innovadores y empresarios.

La segunda propuesta consiste en plantear la posibilidad de poner en marcha un **cluster de la creatividad**.

El País Vasco ha acumulado en estos últimos años una saber hacer en la clusterización de actividades afines como herramienta para el desarrollo de la innovación en sectores estratégicos.

En este sentido, cabe la posibilidad de pensar en la puesta en marcha de un Cluster de la Creatividad que tenga como objetivo global fomentar la creatividad en la sociedad vasca.

Es conocido que en el mundo de la empresa tiende a asimilarse creatividad con innovación.

Por otro lado, también es verdad que ha habido otra tendencia, casi de signo contrario, a reducir la creatividad al ámbito de la cultura, y más específicamente a las artes, ampliándolo como mucho al de las industrias culturales.

Me parece necesario que haya espacios de incentivación de la creatividad en su conjunto. Espacios donde estén todo tipo de creadores y de personas vinculadas a la creatividad.

El cluster, en este sentido, podría estar integrado por artistas, científicos, gestores, educadores, innovadores y empresarios.

Esa característica de la que antes hemos hablado de multiplicidad y unicidad del sistema creativo podría ser un elemento clave dinamizador y enriquecedor de esta propuesta.

He terminado. Muchas gracias por su atención. Es el momento de que ustedes, si les parece, puedan preguntar o hacer los comentarios que estimen convenientes.

Eskerrik asko.

# ESKERRIK ASKO

Imanol Agote Alberro  
Director General de Cultura de la DFG

