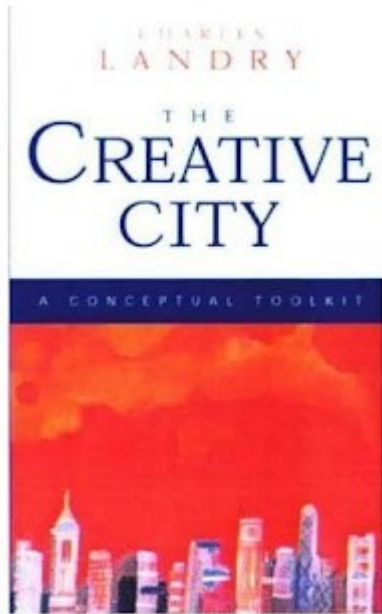


# **¿NECESITAMOS CIUDADES CREATIVAS?**

*Posted on 04/05/2009 by Naider*

La creatividad es un tema complejo y resbaladizo, que navega en un debate quizá irreconciliable sobre si dónde está, sobre si tiene sentido promoverla, si son las cosas o las personas las creativas,...Recientemente he asistido como [lurker](#) a un [debate](#) apasionado sobre este tema, a raíz de la celebración de unas [jornadas sobre creatividad](#). Aquí en este blog [hemos tratado poco de la creatividad](#), prácticamente sólo de pasada cuando hemos hablado de [Richard Florida](#) y algunos [rankings](#) que buscan medir el impulso creativo de algunas ciudades y, con ello, tratar de entender por qué unas ciudades son más permeables a la expresión creativa de las personas que las habitan. También en su momento me atreví a sugerir muy superficialmente algunas [razones](#) para entender de dónde surge el impulso de las ciudades que han impulsado el rock y las [músicas urbanas](#).



Poco más sé de todo esto, pero es una buena ocasión para para mencionar el libro, [The creative city. A toolkit for urban innovators](#), de [Charles Landry](#), un clásico entre los [autores](#) que investigan y practican (en este caso, a través de su consultora, [Comedia](#)) en la creatividad urbana y en las fuerzas que movilizan el dinamismo urbano. Los que tengan interés y oportunidad, que sepan que el autor [va a estar](#) próximamente en Málaga, en [Ágora, Foro del Comercio Urbano](#), espacio de reflexión donde se revisarán diferentes [experiencias urbanas](#).

Para quien sufra de vértigo con Richard Florida, volcado en ciudades de gran tamaño, de clase mundial y megaregiones del mundo, Landry puede parecer más ilustrativo de lo que la mayor parte de las ciudades pueden hacer. ¿La [larga cola](#) de las ciudades pequeñas? [Freiburg](#) y el desarrollo local a partir del impulso de la sostenibilidad local y las industrias ambientales (lo confirmo por propia experiencia, aunque siempre diré que me pareció una ciudad “demasiado perfecta, perfectamente aburrida de lo perfecta que es”), [Hay-on-Wye](#) y el microcluster mundial de las librerías –maravilloso ejemplo de posicionamiento de nicho, según la terminología actual-, New Orleans y el blues,...¿Alguien se anima a dar más ejemplos?

En el libro subyace un enfoque concreto de aproximación a la creatividad, con diferentes lemas o ideas centrales para favorecerla en la gestión urbana. La parte final es la que contiene elementos operativos y referencias: el [cycle of urban creativity](#), como modelo general para el desarrollo de procesos de impulso de la fuerza creativa innovadora en una ciudad, el creativity city development scale, como modelo de medición del grado de desarrollo de este impulso, o propuestas para la medición a través de indicadores. Sobre esto último, hay que destacar que Landry es autor de un trabajo ya a mediados de los 90: [Indicators of viability and vitality](#) (desarrollado junto a [Bianchini](#)) y que [CEOs for Cities](#) ha publicado también el trabajo [New measures of success for cities](#), en una búsqueda similar a la que el [World Capital Institute](#) persigue para establecer un modelo de ciudades competitivas para la sociedad del conocimiento.

Sin duda, terrenos resbaladizos; este año toca [creatividad por un tubo](#), hay que medirla como sea, hay que captarla, gestionarla, aprisionarla, comprarla, venderla,...Para algunos, las estrategias de creatividad urbana son una vía para la elitización (gentrification, en inglés) de los entornos urbanos, una forma sofisticada de promover la renovación urbana (un estudio de caso de [Milwaukee](#)), para otros es la única forma de impulsar la competitividad de las ciudades en el mundo actual. Mil veces definida ([aquí](#) una gran recopilación de [Diego Soroa](#)), la creatividad también tiene que ser urbana, las ciudades tienen que ser creativas. Es evidente que es una ola, la nueva ola de la posmodernidad urbana, de la [banalización](#) del espacio, la experiencia y la realidad urbana. Es una estrategia forzada y que hay que forzar -parece- porque o tu ciudad se pone el apellido de creativa o no será nada. Pero me temo que la creatividad es una actitud permanente, es algo propio de las personas, consustancial al ser humano, difícil de encorsetar en unas "industrias creativas" o en unos "sectores creativos". ¿Necesitamos realmente ciudades creativas?

Para variar, sólo apuntes desordenados....

*También te puede interesar:*

- [\*Science Cities. Marcos institucionales para las ciudades creativas\*](#)
- [\*El año europeo de la creatividad y la innovación, el año de la crisis\*](#)
- [\*El rock y el poder creativo de las ciudades\*](#)
- [\*Ventajas competitivas y ciudades creativas\*](#)
- [\*Más allá de los Juegos Olímpicos...Distrito 798 Pekin\*](#)
- [\*Las mejores ciudades para vivir en tiempos de crisis\*](#)
- [\*La salud de los centros comerciales: ¿qué quedará tras la crisis?\*](#)
- [\*Las ciudades creativas. Elige bien \(si puedes\) dónde vivir\*](#)

**There are no comments yet.**