



La Contribución de la Cultura a la Creatividad

En la actualidad la creatividad parece estar en todas partes. El término se ha convertido en un eslogan, utilizado en los medios de comunicación, en las declaraciones políticas y en la literatura académica. La creatividad significa por lo tanto diferentes cosas para diferentes personas. Se puede ser un contable creativo o un jugador de fútbol creativo. Asimismo, la literatura sobre la gestión ha convertido a la creatividad en una herramienta esencial para estimular la productividad en el lugar de trabajo. Como resultado, la noción de creatividad se ha convertido en algo ubicuo y se ha utilizado recientemente para describir ampliamente las capacidades atribuidas a las personas creativas. Una noción más tangible del concepto de creatividad y una evaluación de su relación con la esfera cultural europea son pues necesarias.

El estudio de KEA sobre "La Economía de la Cultura en Europa" puso de manifiesto la importancia económica y social de los sectores culturales y creativos (disponible en www.keanet.eu). Podría decirse que la contribución del sector es incluso más importante en el contexto actual de declive que viven los sectores automovilístico y financiero, pilares tradicionales del crecimiento de la economía y del empleo.

En el marco de un nuevo estudio encargado por la Comisión Europea titulado "La Contribución de la Cultura a la Creatividad", KEA ha intentado recientemente comprobar si hay alguna prueba de que las sociedades, los territorios y las empresas puedan ser más competitivos y cohesionados si utilizan la cultura para promover la creatividad y la innovación social. Los objetivos del estudio son comprender mejor la noción de creatividad y desarrollar un mejor entendimiento de la contribución de la cultura a la creatividad. El estudio como tal forma parte de un proceso más amplio para diseñar una nueva política de creatividad para Europa.

Por supuesto, esta tarea plantea cuestiones importantes: ¿debe formar la cultura parte de un marco político más amplio que vaya más allá de la protección del patrimonio cultural, de las subvenciones a favor de los artistas y las industrias culturales, y de la promoción del acceso al arte por la población? El arte y la cultura, ¿son motores de la creatividad y por lo tanto capaces de desencadenar cambios económicos y sociales? De ser así, ¿merecen la misma consideración que los políticos otorgan a las ciencias, la tecnología y la innovación?

Desde hace unos años, los investigadores y los políticos vienen reconociendo cada vez más que el progreso social y económico no es únicamente fruto de las innovaciones tecnológicas sino que depende también de otras formas más "suaves" de innovación – esencialmente de carácter no tecnológico-. La investigación de KEA demuestra que la creatividad es un elemento motor importante de esta

innovación "suave". La capacidad de generar nuevas ideas, la habilidad de ir más allá de la funcionalidad de los productos, y la destreza de gestionar e implementar las visiones de los talentos creativos son de una importancia capital para la economía actual.

La creatividad cultural

Lo que hemos denominado "creatividad cultural" ha sido hasta ahora un elemento infravalorado de la innovación que ayuda a impulsar la promoción, la comunicación, los recursos humanos o el desarrollo del producto en diversos negocios e industrias. Esta creatividad es un elemento intrínseco de las estrategias de crecimiento de las empresas. Ayuda a trasladar a los consumidores más allá del deseo material, permite la diferenciación y ofrece así valor añadido. La creatividad cultural es un medio para que las empresas destaquen y ofrezcan una experiencia diferente a los consumidores. También es un recurso para colocar a los usuarios en el centro del proceso empresarial ("*pensamiento de diseño*"). Empresas como Apple ilustran este nuevo énfasis en la creatividad cultural. Asimismo la creatividad forma parte de las estrategias de las ciudades y regiones para desarrollar su economía, promover la cohesión social y las identidades locales así como para integrar a las comunidades desfavorecidas. Así, las diferencias culturales a niveles regional y local europeo proveen a las ciudades y regiones de recursos que con frecuencia no han sido aún explotados para abastecer a los procesos creativos locales.

Muchos estudios han demostrado que la sociedad actual necesita talentos creativos específicos – muchos de los cuales están vinculados a las artes y a los sectores creativos – para favorecer el desarrollo de la imaginación y la intuición que pueden generar valores económicos y sociales. Las empresas, los Estados miembros de la UE, las regiones y ciudades invierten cada vez más en esta creatividad cultural para responder a los retos económicos y sociales ¿Está la UE a la altura de estos desafíos?

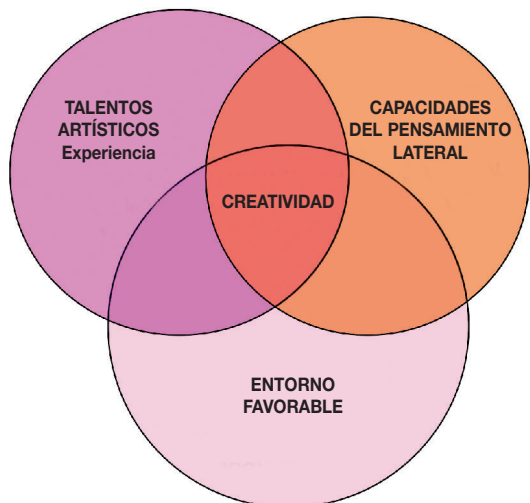
La estrategia de Lisboa ha situado a la innovación en el corazón de la política europea. Sin embargo, el concepto de innovación se define de una manera muy limitada ya que alude esencialmente al desarrollo tecnológico y científico (con el objetivo de gastar el 3% del PIB en investigación y desarrollo). La UE ha invertido 147 mil millones de euros (2007-2013) en estimular la investigación y el desarrollo y apoyar las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). La opinión general es que el crecimiento y el empleo se harán realidad mediante la inversión en las industrias TIC y en la investigación y el desarrollo tecnológico. Esta política de innovación ignora por completo el valor de la creatividad cultural que hemos mencionado



anteriormente. Estimamos que la UE gastará menos de 3 mil millones de euros (2007-2013) en la creatividad cultural. ¿Está ignorando la UE un factor importante de desarrollo en su búsqueda de una sociedad más global e innovadora?

En su examen de la relación entre la cultura y la creatividad, el estudio de KEA destaca las maneras concretas mediante las que la cultura favorece la creatividad individual y colectiva. El estudio propone la siguiente teoría de la creatividad cultural que ilustra esta contribución:

Elementos de la creatividad cultural



¿Cuál es el objetivo de la teoría sobre la creatividad cultural?

- Subrayar la importancia de los creadores, de los talentos artísticos y de las organizaciones en el estímulo de la creatividad. Dar a la creatividad la misma importancia que los ingenieros y los científicos tienen en la política de innovación.
- Recuperar el significado de la creatividad al servicio de las personas que crean o que son creativas (esencialmente los artistas o talentos con capacidades artísticas como los diseñadores, los arquitectos, los artesanos y los publicistas).
- Distinguir entre la «innovación» y la «creatividad» para incitar a los responsables de la política de innovación a que tengan en cuenta las especificidades de la creatividad cultural.
- Aclarar las complejas y estrechas relaciones entre la «cultura» y la «creatividad».

Implicaciones para los políticos

Sin comprender la contribución de la cultura a la creatividad, Europa no podrá desarrollar una estrategia coherente de innovación. Además si no reconoce la importancia de la cultura como estímulo de la creatividad, las bases de la reflexión política actual no podrán ser desafiadas.

La investigación de KEA muestra cómo la creatividad contribuye al nacimiento de nuevos paradigmas económicos y cambios sociales. El estudio destaca además la posición ideal que Europa ocupa actualmente para desarrollar la próxima generación de “eruditos creativos” – personas con múltiples talentos imaginativos y empresariales al servicio de las profesiones tecnológicas y creativas -. Europa posee un patrimonio cultural extraordinario, algunas de las mejores escuelas de arte y diseño, los museos más innovadores, festivales y galerías de arte impresionantes, las mejores marcas de lujo, algunas de las industrias culturales (música, cine, edición, videojuegos) y de los profesionales de la creación (arquitectos, diseñadores, publicistas) más innovadores del mundo. Sin embargo, con frecuencia estas cualidades no son suficientemente reconocidas. Como consecuencia, la contribución de las innovaciones no tecnológicas sigue estando marginada en las acciones políticas de la UE.

Los estados europeos comparten una noción común de la creatividad. Esta noción se refleja en nuestros sistemas educativos y en la manera en que la cultura es tratada en las diferentes políticas. En la actualidad los políticos continúan poniendo énfasis en cultivar el razonamiento lógico y convergente de los ciudadanos europeos. Nuestros sistemas educativos siguen centrándose en poner a prueba la inteligencia en vez de estimular la imaginación, la intuición y otras capacidades creativas. Sin embargo, los nuevos paradigmas económicos exigen otras formas de pensamiento divergente que recurran a la emoción, la estética, la imaginación, las ideas que generan nuevas visiones, los valores o los recursos intangibles.

Los países y regiones europeos necesitan reconocer la importancia de sus recursos culturales en el mundo actual para crear un entorno propicio a la creatividad. La UE debería crear un clima de colaboración que favorezca los intercambios entre las culturas locales ya que esta diversidad cultural es una oportunidad para estimular la creatividad. Europa ha creado un mercado único para intercambiar bienes, servicios y capitales. Hasta ahora este mercado ha fracasado de alguna manera en estimular los intercambios culturales, que son fuente de creatividad ¡El nuevo concepto de “Mercado Interior de Lo Imaginario” podría establecerse en 2016 de la misma manera que el “Mercado Único” se hizo realidad en 1992!

El estudio de KEA sobre «La Contribución de la Cultura a la Creatividad» analiza el papel de la UE en el fomento de la creatividad a través de diversos instrumentos políticos (política regional, de educación, de innovación, comercial, cultural, de competencia y empresarial). Además el estudio pide que Europa sea considerada como «el lugar donde crear» en una sociedad global creativa. Europa debería ser el centro de la creación mundial y del empresariado creativo; un lugar que cultiva la originalidad y la diferencia.

Para consultar el estudio sobre «La Contribución de la Cultura a la Creatividad» visite el sitio web de KEA www.keanet.eu.

KEA

EUROPEAN AFFAIRS

Rue du Trône, 51 • B-1050 Brussels • T +32 (0)2 289 26 00
F +32 (0)2 289 26 06 • www.keanet.eu • www.keablog.com