

## Crónica / Resumen de la presentación en Málaga de REU08

REU08 es una plataforma constituida en 2008 que pretende "estimular la creación de proyectos colectivos que trabajen por lo común; amortiguar la polarización que, en estos momentos y en diversos ámbitos, se produce entre prácticas políticas y artísticas; y desarrollar una coinvestigación sobre las condiciones (tanto reflexivas y propositivas como de sustento de la vida) en las que se mueven actualmente los creadores y sobre las políticas institucionales que les afectan". Parte del trabajo que han realizado hasta la fecha ha quedado recogido en la publicación Reucerocho. Un trabajo en proceso entre prácticas artísticas-políticas-poéticas, hacia la experiencia de lo común y en la web del proyecto donde, entre otras cosas, se incluye el cuestionario ¿Quién está detrás de la cultura?, primer paso de la coinvestigación del mismo título que esta plataforma quiere llevar a cabo con otros agentes culturales de Andalucía.

Con la intención de poner en circulación sus "herramientas y formas de hacer" y de seguir profundizando en el proceso de reflexión y experimentación colectiva que han emprendido, durante 2010 REU08 organiza una serie de jornadas en cuatro ciudades andaluzas: Málaga, Sevilla, Córdoba y Granada. La primera de ellas se celebró en Málaga los días 9 y 10 de abril, siendo su sede La Casa Invisible, centro social y cultural de gestión ciudadana ubicado en el centro de esta ciudad que lleva ya más de tres años en activo. Estas jornadas se abrieron con una presentación general del proyecto en la que intervinieron Joaquín Vázquez, de BNV Producciones, Santiago Barber y José Romero, coordinadores de REU08 en Sevilla, y Nico Sguiglia, coordinador de REU08 en Málaga.

Joaquín Vázquez -que en su intervención partió de una serie de citas extraídas, en su mayor parte, de textos que han sido discutidos por el grupo de trabajo de REU08- explicó que en un contexto en el que, en palabras de Terry Eagleton, "la cultura es un término elástico que apenas deja nada fuera de él, pero que al mismo tiempo se ha vuelto algo demasiado especializado", es necesario "tomar posición". Y tomar posición, como advierte Georges Didi-Huberman, "es saber lo que se quiere, pero también saber dónde se sitúan nuestros no-saberes, nuestros miedos latentes, nuestros deseos inconscientes". Es decir, implica confrontarse, exponerse, re-pensarse... En este sentido, Vázquez recordó que tras muchas discusiones, comprendieron que ni podían (ni debían) trabajar sobre el consenso, sino sobre el desacuerdo, entendiéndolo éste como lo concibe Jacques Rancière, es decir, no como "el conflicto entre quien dice blanco y quien dice negro", sino "entre quien dice blanco y quien dice blanco, pero no entiende lo mismo".

Joaquín Vázquez también recordó que en las reuniones de REU08 se ha debatido sobre qué entendían por cultura y arte político, sobre cuáles son los puntos de conexión y conflicto entre prácticas políticas y prácticas estéticas o sobre cómo se puede valorizar el trabajo cultural. En relación a esta última cuestión, asumen las dudas que plantean Jaron Rowan y Maria Ruido en el texto *In the Mood for Work ¿Puede la representación alterar los procesos de valorización del trabajo cultural?*<sup>1</sup>, donde señalan la dificultad que tienen los trabajadores culturales de poner en valor su labor en un contexto en el que es muy difícil distinguir lo que es o no es trabajo, lo que es o no es producción cultural.

Para intentar generar una representación sobre cómo se están aplicando las políticas culturales en Andalucía, han optado por la creación de cartografías que "mapean" las investigaciones realizadas en torno a esta tema por Creadores Invisibles en Córdoba y por la Casa Invisible en Málaga. En estas cartografías, que han sido diseñadas por el colectivo Oopart y que se incluyen en la publicación Reucerocho, los elementos que aparecen están multiconectados por redes conceptuales o físicas, por lo que no es posible una lectura lineal. "Estas imágenes, convertidas en paisajes", según Oopart, "se hacen legibles únicamente a fragmentos o bien navegando por ellas, siguiendo los textos de las investigaciones o incluso cartas de navegación autoconstruidas por el lector".

Son conscientes de que con este proyecto han establecido una cierta normatividad, pues en él se determinan unas "formas de reconocer y de discernir qué es o qué no es arte, quiénes están realizando prácticas políticas, producciones culturales, nuevas formas de resistencia y subjetividad en Andalucía". Para tratar de problematizar esa normatividad han decidido organizar estas presentaciones públicas del proyecto. Presentaciones en las que quieren "exponer, confrontar y desplegar" el trabajo que están llevando a cabo y las herramientas analíticas y propositivas que están utilizando. "Exponerlas y vernos afectados por esta exposición", subrayó Joaquín Vázquez parafraseando el texto introductorio de REU08. Prácticas artísticas-políticas-poéticas, hacia la experiencia de lo común, "acercarnos a todo aquello que no conocemos o que conocemos mal, que 'se nos ha escapado de las manos', que excede o perturba nuestra forma de vernos y pensarnos".

Tras la intervención de Joaquín Vázquez, tomó la palabra Santiago Barber que habló de las dificultades que han tenido que sortear para sacar adelante este proyecto que él describe como una "plataforma de pensamiento acompañado". "Porque más allá de sus resultados visibles", explicó, "hay un proceso detrás, con sus conflictos y contradicciones, que no queremos ocultar. Y porque dejar constancia de las dificultades a las que nos hemos enfrentado, nos permite compartir y dimensionar honestamente esta aventura".

Para Barber es importante remarcar que REU08 no es un trabajo de encargo, ni una vía para difundir las obras y propuestas de sus integrantes. "REU08", precisó, "parte de una necesidad de experimentar otros modelos de poner en

común la experiencia de lo colectivo y activarlo (...). Es un proceso que pone a trabajar prácticas en las que lo artístico, lo político y lo social son re combinados, y en el que agentes culturales de diversa índole interactúan con una institución dispuesta a cuestionar su función y posición". Su objetivo es crear un "espacio de transacción" que tenga una permanencia en el tiempo y posibilite trabajar de forma colaborativa a medio y largo plazo. Hay que tener en cuenta que lo que se busca no es tanto la "producción de materiales como la creación de una metodología que permita definir marcos comunes".

Santiago Barber reconoció que dada la complejidad del proceso desplegado, en ciertos momentos se ha llegado a situaciones de impasse, de aparente bloqueo. "Esto es lógico", precisó, "pues resulta muy difícil ajustar los ritmos, necesidades e intereses de los distintos integrantes de la plataforma. Pero tenemos que comprender que en un proyecto de estas características hay ciclos muy diferentes, y junto a momentos de intensa actividad y/o de toma de decisiones, nos encontraremos con fases de transición y de reconsideración, en las que todo se ralentiza, pero que son necesarias para volver a tomar impulso".

A juicio de Barber, tampoco podemos olvidar que este proyecto requiere una disposición y dedicación que termina restando energías a los trabajos y quehaceres personales. En este sentido, señaló que no hay un equilibrio entre los recursos -económicos y de otros tipos- disponibles y el esfuerzo que se realiza, lo que hace que el proyecto se inserte plenamente en un escenario de precariedad (es decir, que de algún modo se reproduzca aquello que se quiere denunciar y combatir). Por ello, para los integrantes de REU08 es fundamental "poner sobre la mesa la cuestión de los dineros", discutir de forma colectiva y transparente cómo se distribuyen los recursos y se remuneran las tareas - materiales e inmateriales- que se llevan a cabo.

En la fase final de su intervención, Santiago Barber resaltó el "componente institucional" de este proyecto sin el que, en su opinión, "su potencial político sería mucho más limitado". Pero para Barber lo realmente relevante no es que la institución que promueve REU08 (UNIA arteypensamiento) haya puesto a disposición de los agentes que conforman esta plataforma una serie de recursos, espacios y energías, "sino que se ha dejado interpelar a sí misma por este proyecto y ésta siendo atravesada por las dinámicas que genera". Y esto es algo que él considera que no se debe infravalorar, porque aunque se trata de una institución pequeña, nos muestra que hay espacios dentro de la esfera pública que se preocupan por escuchar lo "social" y con los que, por tanto, se puede colaborar para propiciar una transformación de las políticas culturales (una transformación que posibilite que éstas se pongan al servicio de lo común).

Por su parte, Jose Romero habló del proyecto de coinvestigación ¿Quién está detrás de la cultura? que es uno de los ejes principales de REU08. El punto de partida de esta coinvestigación, que Romero explicó que se hace desde la "intuición, la necesidad y el deseo", es la premisa de que la producción cultural y artística está experimentando una profunda transformación y es necesario repensar cuál es su papel y qué se puede hacer para que no quede en manos del mercado. Hay que tener en cuenta que en la actualidad la cultura se ha convertido en un elemento fundamental en la dinamización del tejido productivo metropolitano y es un instrumento clave para la generación de plusvalías.

La interrelación entre economía y cultura, y las consecuencias que dicha interrelación tiene en las políticas institucionales, se pueden apreciar con claridad en Andalucía, donde desde la esfera pública se están impulsando una serie de iniciativas que, presentadas como apoyo al arte más innovador, suponen una aplicación de recetas de corte neoliberal (estímulo de la inversión privada, fortalecimiento de la figura del emprendedor cultural, externalización de servicios públicos...) al campo de la producción cultural. Es decir, a nivel institucional se apuesta de forma explícita por las llamadas industrias creativas y, por ejemplo, en el Plan Estratégico para la cultura en Andalucía 2008-2011, se dice que ésta debe transformarse en un "recurso económico de primera magnitud". Pero frente a esa retórica rimbombante, lo que nos encontramos es a miles de sujetos que viven y trabajan en condiciones de precariedad e inseguridad y que disponen de muy pocos recursos materiales para desarrollar su labor.

Es a estos sujetos (una multitud difusa y siempre cambiante) a los que quieren interpelar para realizar la coinvestigación que ellos conciben no sólo como una herramienta analítica, sino también transformadora. "Esta investigación no pretende simplemente conocer una situación, sino imaginar juntas como transformarla", se afirma en un texto titulado ¿Quien está detrás de la cultura? incluido en el libro Reucerocho. Un trabajo en proceso entre prácticas artísticas-políticas-poéticas, hacia la experiencia de lo común.

José Romero señaló que el objetivo de esta coinvestigación es contribuir a una "descolonización de las subjetividades (tanto colectivas como individuales), a una desmercantilización de las relaciones y los lazos afectivos y a una destrabajización de la acción humana". A su vez, explicó que tienen claro que deben atender a la "materialidad de los procesos" -es decir, vincular teoría y práctica, "porque ambas se necesitan y se retroalimentan"- y evitar caer en un victimismo impotente y desmovilizador -pues, aunque la situación de los que viven y trabajan en el sector cultural es muy inestable, no son sujetos que puedan ser definidos únicamente como "explotados" u "oprimidos": tienen una serie de conocimientos y habilidades que les permiten estar en "una fuga permanente de la posición subalterna, del trabajo sometido, de los designios institucionales".

Romero también comentó que esta coinvestigación trata de romper la barrera entre sujeto investigador y sujeto investigado ("nosotras nos vemos como parte del objeto de estudio -estamos dentro de ese 'quién' múltiple y disperso que está detrás de la cultura- y, por tanto, entendemos que al analizarlo nos estamos autoanalizando"), se basa más

en preguntas que en certezas y la conciben como un proceso flexible y abierto. Un proceso en el que se intenta mantener en todo momento una perspectiva "transgénica" (por ejemplo, en el libro han decidido alternar de forma aleatoria el masculino y el femenino, "abriendo opciones semánticas divergentes de la regla de asignación de género") y en el que apuestan por incorporar y mezclar diversos formatos y procedimientos expresivos ("la coinvestigación no sólo contendrá textos escritos, también cartografías, propuestas (audio)visuales...").

Hasta la fecha, su herramienta de trabajo fundamental ha sido el cuestionario que además de servir para recopilar información sobre las condiciones vitales y materiales de los trabajadores del sector cultural, pretenden que funcione como una especie de documento base que les permite empezar a trabajar con los agentes con los que vayan contactando. Aparte (y/o como complemento) del cuestionario, tienen previsto utilizar otras herramientas, desde entrevistas personalizadas hasta presentaciones, acciones e intervenciones en distintos eventos y espacios, pasando por la organización de talleres y encuentros o la creación de grupos de discusión que aborden temas específicos. La idea, según Jose Romero, es hacer un "uso flexible y creativo" de estos instrumentos metodológicos", adaptándolos a las necesidades del proyecto y de las personas que intervienen en él (y no al revés)".

El último en intervenir fue Nico Sguiglia que describió REU08 como un proyecto complejo y ambicioso que quiere propiciar un trabajo colaborativo, "de afectos cruzados y energías compartidas", entre iniciativas, colectivos y experiencias ligadas al territorio andaluz que se sitúan en la intersección entre el arte y la política. "Lo que proponemos con este proyecto", explicó, "es pensar juntos qué está pasando en el ámbito de la producción cultural, a qué conducen las políticas institucionales que se están aplicando en este sector, cuál es la situación en la que nos encontramos las personas que nos dedicamos a ella (y qué podemos hacer para cambiar dicha situación)...". Todo ello desde la convicción de que "si se logra visualizar las condiciones económicas, el hábitat afectivo, geográfico, cultural, simbólico que nos construye como colectividad y se crean trasvases y viajes de ida y vuelta que redistribuyan ese conocimiento, estaremos dando pasos hacia otras políticas culturales".

En su intervención, Sguiglia incidió en una cuestión que ya habían apuntado los anteriores ponentes: el contraste entre la instrumentalización que se hace de la cultura para generar beneficios económicos (directos e indirectos) y la situación de precariedad que sufren muchos artistas y creadores (que tienen grandes dificultades para poder "ganarse la vida" con su trabajo creativo). A su juicio, Andalucía, donde el sector del ocio y la cultura representa el 6% del PIB (sin incluir los ingresos derivados del turismo cultural y de las operaciones inmobiliarias asociadas a la creación de zonas y distritos creativos) y absorbe casi el 8% del empleo, es un ejemplo paradigmático de este contraste.

"En nuestra comunidad", subrayó, "muchos artistas y creadores deben buscar otras fuentes de ingresos para sobrevivir (por lo general, en la hostelería y en el sector servicios) y hay una gran carencia de equipamientos y espacios formativos". Además, el trabajo en el sector cultural tiene un difícil anclaje en el actual sistema jurídico-laboral, por lo que a menudo se ven abocados a "trabajar en negro" y/o a darse de alta como autónomos, con todo lo que ello conlleva (inexistencia de prestaciones por desempleo, imposibilidad de tomarse unas vacaciones pagadas, pérdida total de ingresos en caso de baja laboral...). Los pocos que trabajan como asalariados suelen hacerlo en condiciones de gran precariedad, normalmente con contratos por obras y servicios y sin convenios que les protejan en caso de conflicto con sus patronos. Según Nico Sguiglia, con la puesta en marcha de REU08, se quiere generar un espacio de reflexión y acción que, entre otras cosas, nos ayude a comprender por qué ocurre esto (¿a quién beneficia y a quién perjudica?, ¿cómo se ha llegado a esta situación y qué hay que hacer para revertirla?... ) y que, al mismo tiempo, "contribuya a detectar, fortalecer y promover procesos de cooperación y autoorganización entre trabajadores, proyectos y colectivos de Andalucía que apuestan por un cambio radical de las actuales políticas culturales".

Málaga 2016 a debate. Reflexionando sobre el branding metropolitano y las políticas culturales locales. Mesa redonda con la participación de Nico Sguiglia, Tecla Lumbreras y Alfredo Rubio

Tras la presentación de REU08 se celebró una mesa redonda en la que se habló de la candidatura de Málaga a la Capitalidad Europea de la Cultura 2016 (por la que también opta Córdoba) y se cuestionó el modelo de desarrollo cultural que esta apuesta lleva a aparejada. En esta mesa redonda intervinieron Nico Sguiglia, miembro de La Casa Invisible y uno de los coordinadores de REU08 Málaga, Tecla Lumbreras, gestora cultural y comisaria de arte que fue directora del Área de Cultura de la Diputación Provincial de Málaga entre 1999 y 2003, y Alfredo Rubio, profesor de Geografía en la Universidad de Málaga que ha escrito numerosos artículos sobre el desarrollo económico, cultural y urbanístico del espacio que la Fundación Rizoma ha definido como ZoMeCS (Zona metropolitana de la Costa del Sol).

Nico Sguiglia explicó que Málaga, sexta ciudad de España en número de habitantes, se ha incorporado tarde y mal a la "moda" de utilizar la cultura para intentar dinamizar las economías urbanas. No hay que olvidar que esta ciudad, que ha basado su desarrollo económico en la construcción y el turismo, tiene uno de los índices de paro y temporalidad más altos de España, una carencia muy fuerte de equipamientos públicos y un elevadísimo nivel de endeudamiento. En Málaga, las ayudas a los creadores son "irrisorias" (por ejemplo, para la producción de espectáculos y video-creaciones sólo existen los programas municipales Escena Joven y Corto Joven) y hay muy pocos espacios públicos que éstos puedan utilizar para reunirse, trabajar y mostrar sus obras. De hecho, Málaga ni siquiera dispone de una red de centros cívicos como las que hay en otras capitales andaluzas (Córdoba, Sevilla...) y según un informe del OMAU (Observatorio del

Medio Ambiente Urbano), en esta ciudad sólo un 28% de la población tiene algún equipamiento cultural a menos de 500 metros de su vivienda.

Pero a juicio de Sguiglia, el problema no está en la escasez presupuestaria (que suele ser la excusa dada por los representantes institucionales para justificar este déficit de ayudas y equipamientos), sino en que la gestión y planificación de las políticas culturales (y de las partidas presupuestarias ligadas a ellas) es "pésima". Por un lado, no se cuenta con los ciudadanos para diseñar estas políticas. Por otro, hay una tendencia a externalizar funciones hacia el sector privado, dejando en sus manos un importante porcentaje del presupuesto público destinado a cultura. La mayor parte del dinero se invierte en la organización de grandes eventos (que a menudo son de muy baja calidad y deficitarios) y en la creación y mantenimiento de pretenciosos e infra/mal utilizados espacios escénicos y museísticos. Mientras tanto, los creadores locales apenas reciben apoyo y viven en una situación de precariedad que, con frecuencia, les obliga a "aparcar su desarrollo artístico para ganarse la vida" o a emigrar a otras ciudades (donde tienen más ofertas de formación y más posibilidades de encontrar un trabajo acorde a sus intereses y aspiraciones).

La escasez de equipamientos con los que los creadores locales (grupos de teatro, artistas plásticos, bandas de música...) cuentan para poder ensayar o exponer sus obras, contrasta con el dato de que las distintas administraciones públicas han invertido (y van a seguir invirtiendo) decenas de millones de euros en eventos, proyectos y espacios como el Centro de Arte Contemporáneo-CAC (que lo gestiona una empresa privada que se niega a informar del destino de los fondos que ha recibido), el Museo Picasso (dirigido, en gran medida, a los turistas), La Caja Blanca (un "centro de arte joven" que a pesar de haber costado a las arcas públicas 3,5 millones de euros y de sus más de 3.600 metros cuadrados, a día de hoy ni siquiera dispone de una programación estable y de página web) o el Festival de Cine de Málaga (cuya consolidación y expansión ha coincidido con el desmantelamiento de la mayor parte de las salas de cine que había en el centro de la ciudad). Mención aparte merece el proyecto museístico que se va a llevar a cabo en la antigua Tabacalera, que supondrá un gasto de más de 25 millones de euros (de los cuales, al menos 7,5 serán aportados por el Ayuntamiento) y que acogerá un Museo del Automóvil y sendas colecciones de gemas y piedras preciosas y de bolsos y sombreros vintage.

Pero no todo es negativo, según Nico Sguiglia, pues frente a la inoperancia y capitulación a la lógica neoliberal de las instituciones públicas malagueñas, también encontramos una enorme potencia creativa, una serie de experiencias de autoorganización y cooperación muy interesantes. "De hecho", subrayó Sguiglia, "en los últimos años, Málaga ha sido testigo de una proliferación de proyectos, colectivos y redes de cooperación que han generado una enorme riqueza cultural en la ciudad". Y un reflejo (y, a la vez, motor) de esto es la propia Casa Invisible, un "centro cultural y social de gestión ciudadana" que, con escasos recursos y sin ningún apoyo institucional, ha logrado poner en marcha una programación cultural estable en la que siempre hay espacio para las propuestas e iniciativas de los creadores locales.

Por su parte, Tecla Lumbreras describió cómo ha ido evolucionando la escena artística malagueña desde principio de los años ochenta (cuando se vivió un periodo de efervescencia creativa y aparecieron espacios como el Taller Gravura, que aún continúa en activo) hasta la actualidad y analizó el papel que han jugado las administraciones públicas en este proceso. Una evolución que, como indicó Eugenio Carmona, catedrático de Historia del Arte de la Universidad de Málaga, en un artículo publicado en el periódico Málaga Hoy en febrero de 2004, ha estado condicionada por las "contradicciones y complejidades de los lugares periféricos y fronterizos", por "una desarticulación urbana descorazonadora" que se entremezcla con la existencia de una serie de personalidades y hecho singulares.

Según Lumbreras, no fue hasta la década de los noventa cuando las administraciones públicas malagueñas se plantearon la necesidad de prestar atención al sector cultural y a las producciones artísticas contemporáneas. En un informe del Primer Plan Estratégico de Málaga (que empezó a diseñarse en 1992) ya se señalaba que en la ciudad había una gran escasez de infraestructuras culturales y se instaba a crear "espacios polivalentes que permitieran mostrar la riqueza creativa de la ciudad" y a poner las bases para generar una industria cultural. En esos años, la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía llega a un acuerdo con el Arzobispado de Málaga para inaugurar una sala de exposiciones en el Palacio Episcopal, la Diputación de Málaga abre la Sala Alameda y el Centro Cultural Provincial, y el Ayuntamiento pone en marcha el Museo Municipal.

Un punto de inflexión se produjo en 2003. Ese año se inauguraron el Museo Picasso y el Centro de Arte Contemporáneo-CAC, dos espacios de titularidad pública (aunque el segundo, de gestión privada) que han tenido un gran impacto mediático y turístico y que, según Tecla Lumbreras, muestran como desde las instituciones públicas se está apostando por una política cultural con la que se busca, ante todo, un efecto propagandístico y de dinamización económica. El Museo Picasso comparte objetivos y planteamientos expositivos con la Fundación Picasso Museo Casa Natal, creada en 1988 por el Ayuntamiento de Málaga, pero entre ambas instituciones no se ha establecido ninguna línea de colaboración. Y el CAC, que Lumbreras describe como "paradigma del arte en su versión los 40 Principales", adolece de una política de adquisiciones muy poco transparente y en su programación apenas da cabida a creadores locales. Para éstos, una de las únicas iniciativas públicas que existe es la Muestra Joven de Artes Visuales "Málaga Crea" que organiza el Área de Juventud del Ayuntamiento de Málaga.

Tanto el Palacio Episcopal como el Museo Municipal se han caracterizado por una programación irregular y sin coherencia discursiva -alternado muestras de circuito con exposiciones de índole patrimonial o previsible revisiones de

la historia artística local- lo que ha provocado que ambos espacios carezcan de una identidad definida. El primero se está utilizando ahora para almacenar y exponer parte de los fondos del futuro Museo de Bellas Artes y Arqueológico de Málaga<sup>2</sup>, cuyo contenido será muy similar al que ofrece actualmente el Museo Municipal (que en 2007 se transformó en Museo del Patrimonio Municipal de Málaga-MUPAM). Según Tecla Lumbreras, estas "duplicidades" (con todo lo que implican: concentración de la inversión pública en programas y propuestas que se solapan, falta de diálogo y coordinación -cuando no, competencia pura y dura- entre las distintas instituciones...) son muy habituales en el contexto artístico institucional malagueño.

Un ejemplo. Hasta ahora en Málaga no había residencia para artistas. Pues recientemente, tanto la Junta de Andalucía como el Ayuntamiento de Málaga han anunciado su intención de abrir una (de hecho, la residencia que prevé abrir el Ayuntamiento se baraja que se podría ubicar en el edificio que ocupa actualmente La Casa Invisible). Otro ejemplo. En los últimos años se han inaugurado tres espacios para organizar actividades relacionadas con el ocio y la cultura juvenil y mostrar la obra de jóvenes creadores: Espaciu ("centro de iniciativas universitarias" que ha impulsado la Fundación ECCUS con la colaboración de la Dirección General de Universidades de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía), La Caja Blanca (que depende del Área de Juventud del Ayuntamiento de Málaga) y Unicaja Espacio Emergente. Tres proyectos muy parecidos en los que, en opinión de Lumbreras, lo de joven no es más que una etiqueta oportunista porque, en realidad, "no se ha contado con ellos a la hora de crearlos, ni se les está teniendo en cuenta a la hora de gestionarlos".

Y en estos años, ¿qué han hecho las instituciones por los artistas "no tan jóvenes" que viven y trabajan en la provincia de Málaga? Pues a juicio de Tecla Lumbreras, "prácticamente nada". Sólo les ha prestado algo de atención la Diputación, "cuya meritoria labor en pro del arte contemporáneo y de los creadores malagueños", subrayó, "no ha sido suficientemente valorada". En este sentido, Lumbreras considera que la desaparición hace un par de años de la Sala Alameda ha sido muy negativa para la ciudad. "Y lo peor", añadió, "es que no ha habido una movilización ciudadana contra este cierre".

En definitiva, es más fácil encontrar una programación coherente y estable en galerías privadas (como las de Alfredo Viñas, Javier Marín, Isabel Hurley...) que en los espacios expositivos institucionales que, además, "van sobre seguro y no están dispuestos a asumir riesgos." "A día de hoy", señaló Tecla Lumbreras, "las propuestas y experiencias más novedosas y rompedoras las encontramos fuera del ámbito institucional". Un ejemplo es el veterano Taller Gravura que se ha convertido en un referente a nivel nacional dentro del campo del grabado. Otro, La Casa Invisible que ha logrado generar una extensa red de vecinos y creadores locales que apuestan por fomentar la "autoorganización ciudadana y la cultura libre". Lumbreras también quiso hacer mención a un proyecto en el que ella participa: la Galería Central, un pequeño espacio expositivo ubicado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga "que tiene por objetivo hacer más visible y accesible la producción artística de la comunidad universitaria".

"En las dos últimas décadas", concluyó, "las administraciones públicas han priorizado la construcción de grandes infraestructuras sobre cualquier otra cosa. Ha llegado la hora de que empiecen a dialogar con la sociedad civil y a dejar que ésta participe directamente en la configuración y desarrollo de las políticas culturales". Un derecho que, no lo olvidemos, recoge el Plan Estratégico por la Cultura de Andalucía (PECA) que en uno de sus apartados principales plantea que las instituciones tienen que generar cauces de participación y ser receptivas a las propuestas y reclamaciones que les hagan los ciudadanos.

El último en intervenir fue Alfredo Rubio que explicó que a la candidatura de Málaga a la Capitalidad Europea de la Cultura 2016 se le pueden hacer dos tipos de objeciones. Por un lado, criticar la gestión que se está realizando de la misma "que, ciertamente, está siendo poco eficiente, pues ni siquiera se ha logrado, al menos hasta la fecha, construir un proyecto más o menos sólido y reconocible (algo que sí han conseguido otras ciudades como Cuenca o Córdoba)". Por otro lado, criticar la decisión en sí de presentarse y la propia existencia de esta convocatoria.

Él se decanta más por esta segunda opción, pues a su juicio, detrás de esta convocatoria lo que hay es una apuesta por la conversión de las ciudades en "mercancías de sí mismas", en productos que se ponen en el mercado (y que, por tanto, quedan sujetos a los vaivenes de éste), que hay que vender y consumir. Una conversión que, además de generar fuertes procesos de expropiación y de destrucción patrimonial, propicia que las ciudades entren en una "dinámica estresante", pues se ven abocadas a estar produciendo continuamente eventos. "Porque si no lo hacen", advirtió, "dejan de ser competitivas y experimentan un rápido y profundo deterioro".

Alfredo Rubio considera que la política cultural debe adecuarse a las necesidades y demandas de los ciudadanos (y no al revés), permitiendo su participación directa en los procesos de toma de decisiones y dotándoles de espacios, recursos y equipamientos para que puedan desarrollar sus propios proyectos. Y esto es algo que no se consigue apostando por un modelo de desarrollo cultural articulado en torno a la organización y creación de grandes eventos e infraestructuras. Un modelo en el que la cultura se concibe como un instrumento para la dinamización económica y a los ciudadanos como meros clientes/consumidores. "Yo definiendo", subrayó, "una política cultural descentralizada y horizontal que, como señalaba José Ignacio Velázquez Esquerria (Vicerrector de Extensión Universitaria de la Universidad de Málaga a principios de los años noventa) en el informe que realizó para el Primer Plan Estratégico de Málaga, esté al servicio de los ciudadanos. Y cuando se compite por la Capitalidad Europea de la Cultura se está defendiendo que

ésta se ponga al servicio del mercado, con independencia del proyecto que finalmente se presente. Por eso, mi oposición a la candidatura de Málaga a la Capitalidad Europea de la Cultura 2016 es total".

Innovación emergente y creatividad difusa. Una introducción para reflexionar sobre la economía política de la cultura. Taller con participación de Emmanuel Rodríguez e YProductions

En el taller Innovación emergente y creatividad difusa. Una introducción para reflexionar sobre la economía política de la cultura, Jaron Rowan y Rubén Martínez, de YProductions, y Emmanuel Rodríguez, de Traficantes de sueños, analizaron una serie de nociones claves (innovación, creatividad, emprendizaje...) para abordar cómo y por qué se utiliza la producción cultural y la creatividad social para intentar generar plusvalías (ya sea directa o indirectamente) y qué consecuencias tiene esta instrumentalización.

El primero en intervenir fue Jaron Rowan que habló de tres conceptos básicos en la reflexión sobre la economía política de la cultura: industria cultural, industrias culturales e industrias creativas. La noción de industria cultural la introdujeron Max Horkheimer y Theodor Adorno en 1944 y con ella criticaban el creciente proceso de mercantilización que estaba experimentando la cultura y planteaban que ciertas manifestaciones culturales (desde el jazz hasta la publicidad, pasando por el cine o la radio) eran "armas ideológicas del capital" (que las usaba para legitimarse y difundir su visión del mundo, su esquema de valores). Ellos concebían la industria cultural como algo negativo que estaba propiciando una degradación de la cultura que, a juicio de estos autores, nunca podría aspirar a ser autónoma y a tener un potencial emancipador si se ponía al servicio de intereses económicos.

En los años setenta, en un momento en el que la cultura se estaba empezando a convertir en un sector clave en la economía capitalista, teóricos como el sociólogo francés Bernard Miège plantean que no hay que hablar de industria cultural sino de industrias culturales, en plural, pues bajo esta categoría se engloban actividades que tienen características muy diferentes (y cuyos públicos, circuitos y procesos relacionales son muy distintos). Estos autores ven la cultura como un campo con un enorme potencial económico que incluso podría llegar a jugar el papel dinamizador que habían tenido hasta entonces sectores industriales que, por diversas razones, estaban experimentando un proceso de declive.

En esta época, las llamadas industrias culturales todavía seguían funcionando bajo un modelo fordista: eran grandes conglomerados corporativos con una rígida estructura piramidal que controlaban la práctica totalidad de la producción. Sin embargo, a principios de la década de los noventa la situación comenzó a cambiar. En esos años surgen una serie de iniciativas institucionales en las que la noción de cultura se empieza a sustituir por el concepto mucho más amplio y difuso de creatividad. En 1994 el gobierno australiano publicó un documento titulado Australian Creative Nation en el que se abogaba por "poner en valor" las singularidades culturales (entendiendo éstas en un sentido muy abierto) del país: desde el clima y el paisaje hasta el carácter afable y divertido de sus habitantes. "A todos esos elementos intangibles", explicó Jaron Rowan, "lo denominaron creatividad, planteando que para extraer valor de ellos había que recurrir a la propiedad intelectual".

Según Rowan, este documento llegó a manos de un Think Tank británico vinculado al Partido Laborista llamado Demos que publicó varios informes en los que se instaba a apoyar una serie de actividades "creativas" a las que hasta entonces se les había prestado muy poca atención (el diseño gráfico, la fotografía, la artesanía, el desarrollo web...) para que pudiesen convertirse en un activo económico y contribuyeran a revitalizar la economía del Reino Unido. Asumiendo esta premisa, en 1998, Chris Smith, ministro de cultura del primer ejecutivo de Tony Blair, creó el Creative Industries Task Force, un organismo dependiente del Ministerio de Cultura que tiene una finalidad estrictamente económica. Es decir, su objetivo no es ya promover el acceso y la difusión de la cultura, sino crear dispositivos y herramientas para que ésta genere rentas.

A partir de entonces, la noción de industrias culturales comenzó a ser reemplazada por la de industrias creativas y desde el ámbito institucional se empezó a difundir el mensaje de que todo el mundo puede ser creativo ("pues todo el mundo tiene ideas, lo que no tiene son medios para llevarlas a cabo") y hacer de ello una fuente de ingresos. "Y como ya recomendaba el Australian Creative Nation", señaló Jaron Rowan, "el instrumento que se propone para valorizar esa creatividad -que en estos discursos siempre se concibe como algo vinculado al talento individual- es la propiedad intelectual".

Es en estos años cuando se ponen en marcha los primeros programas de "emprendizaje" y se inventa la figura del emprendedor cultural (al que se concibe como una especie de genio romántico que es capaz de superar numerosos dificultades "para cumplir su sueño"). A su vez, desde instituciones públicas, corporaciones empresariales y medios de comunicación se empieza a repetir como un mantra el mensaje de que artistas y creadores tienen que dejar de depender de las subvenciones (pues eso coarta su libertad y, además, los vuelve irresponsables e impide que maduren) e intentar profesionalizarse. Y para ello, se les propone financiar su actividad a través del crédito, creando productos financieros que, supuestamente, se adaptan a sus necesidades. "De este modo", subrayó Rowan, "muchos agentes culturales que hasta entonces habían trabajado en condiciones de alegalidad (con todo lo que ello implica) se transforman en empresarios y, en muchos casos, para poder seguir desarrollando su 'creatividad', se empiezan a

endeudar por encima de sus posibilidades".

Todo este proceso se ha dado también en España y de forma especialmente intensa en Andalucía, donde existe una institución, la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia que concibe la cultura únicamente como un recurso (y desde esa premisa ha promovido una serie de iniciativas -como el Proyecto Lunar- con las que intenta crear un tejido empresarial andaluz ligado al mundo de la cultura); y otra, la Consejería de Cultura, que la entiende como un derecho (su objetivo primordial es garantizar el acceso de los ciudadanos a la cultura) pero también como un recurso. Así, en el Plan Estratégico para la Cultura en Andalucía (el PECA), documento que fija las líneas maestras de este organismo a medio y largo plazo, se señala que hay que hacer todo lo posible para fomentar las "industrias creativas" en la región. Ambas instituciones -así como otras entidades, por ejemplo el CEPES/Andalucía (Confederación Empresarial Española de la Economía Social), que están apostando claramente por la promoción de las industrias creativas en nuestra comunidad- ven la propiedad intelectual como el instrumento que hay que usar para valorizar la producción cultural y defienden una progresiva profesionalización del sector.

Tras la intervención de Jaron Rowan, Emmanuel Rodríguez, autor del libro *El gobierno imposible; trabajo y fronteras en las metrópolis de la abundancia*, analizó qué es el valor en un ámbito -el de las industrias creativas- que ya no se articula tanto en torno a la producción de objetos materiales (discos, libros...) como a la instrumentalización de una serie de elementos intangibles (de lo que el Australian Creative Nation denominaba genéricamente "creatividad").

Valorizar (poner en valor) implica que un objeto o proceso (un activo, en términos económicos) produzca un rendimiento, una rentabilidad. En la economía industrial clásica, esta valorización estaba ligada a un ciclo con tres vértices o momentos: inversión, producción y realización/venta. Es decir, alguien invertía un capital para producir una mercancía que después ponía a la venta, lo que le permitía recuperar la inversión que había realizado y obtener unos beneficios adicionales (una rentabilidad). "Pero en el campo de la economía cultural", advirtió Rodríguez, "este ciclo no está tan claro, pues el rendimiento no se consigue (o no se consigue sólo) a través de la venta de productos, sino sobre todo por los procesos y efectos indirectos que las actividades culturales generan".

Un concepto que nos puede ayudar a entender cómo la cultura produce valor es el de "externalidades" que, según la enciclopedia virtual Eumed son las "consecuencias -positivas y negativas- que tiene un proceso productivo sobre individuos o empresas ajenos a su industria". Así, el hecho de que un territorio empiece a ser conocido por su "vida cultural", suele propiciar que en dicho territorio se originen otro tipo de actividades económicas (esto es, externalidades positivas), por lo general relacionadas con la hostelería y el sector inmobiliario.

En este sentido, Emmanuel Rodríguez cree que detrás de la apuesta institucional por las industrias culturales y creativas, lo que realmente hay es un intento de revalorizar determinadas zonas urbanas dotándolas de una singularidad que atraiga inversiones turísticas e inmobiliarias. "Por eso", explicó, "no importa demasiado que las empresas culturales a las que se apoya sean económicamente viables, pues lo que se busca es que gracias a sus actividades se reactiven otros sectores en los que sí se generan muchas plusvalías". Y un ejemplo paradigmático de esto es Barcelona que a través de su apuesta por la cultura (que se ha convertido en una especie de nueva seña de identidad de la capital catalana) ha logrado que hoy se vea como una ciudad abierta, cosmopolita, moderna, creativa, especial... Atraídos por esa imagen, todos los años la visitan centenares de miles de turistas, muchos de los cuales deciden quedarse largas temporadas e incluso adquirir una vivienda o montar un negocio. "Y todo esto", subrayó Rodríguez, "va generando unas plusvalías enormes que no son directamente achacables a la cultura pero que no se podrían haber propiciado si no se hubiese apostado por ella".

La producción cultural también se valoriza a través de una serie de mecanismos de mediación que podrían describirse como "dispositivos de captura". Uno de ellos es la propiedad intelectual que posibilita que unos entes monopolísticos (las sociedades de gestión de los derechos de autor) se apropien de los frutos de la "creatividad social" (que es algo difuso, ligado a espacios y procesos colectivos e informales) para amortizarlos económicamente. Y lo hacen porque se sigue vinculando la creación intelectual a un sujeto individual (el "Autor") que se concibe como una especie de demiurgo que crea sus obras de la nada. Pero como advierte Emmanuel Rodríguez en su texto *Comunes y economía del conocimiento*, la producción cultural tiene siempre un carácter colectivo, pues toda obra o propuesta creativa suele estar "fundada en medios de formación que en buena medida dependen de enormes transferencias de dinero público (escuelas técnicas, universidades, centros de arte o de investigación, etc.) (...), nace de una compleja relación con otras obras, ya sean contemporáneas o heredadas (...) y se realiza en entornos sociales específicos en los que priman relaciones de intercambio y de cooperación".

El taller *Innovación emergente y creatividad difusa* también contó con la participación de Rubén Martínez que recordó que el concepto de innovación, al menos en su acepción contemporánea, procede del mundo de la economía donde se asocia con las nociones de emprendedor y crédito. El primer economista que habló de este triángulo fue Joseph Alois Schumpeter que en los años cuarenta señaló que en los periodos de crisis, había unos sujetos que eran capaces de introducir innovaciones en el mercado y propiciar que la situación cambiara y se iniciara un nuevo ciclo de bonanza económica. Esos sujetos eran los emprendedores (un término/concepto que evoca tanto el de empresario como el de aventurero/explorador) y para que pudieran desarrollar sus ideas y proyectos y aminorar (aunque sólo fuera parcialmente) el riesgo que corrían, tenía que existir un tercer elemento: el crédito (crédito que debían concederle unas entidades

financieras que Schumpeter veía como una suerte de "nuevos mecenas")<sup>3</sup>.

En los años ochenta, Peter Drucker (uno de los gurús principales del management contemporáneo y de la nueva economía), plantea que la función del emprendedor la puede ejercer la propia empresa y que la innovación, como ya se estaba experimentando en el sector empresarial japonés, con una cultura corporativa adecuada, se puede gestionar, es decir, se puede conseguir que pierda su carácter fortuito y excepcional para convertirse en algo que se "produce" de forma continuada, en un proceso que se sistematiza, que se puede planear y organizar. Para lograrlo, una de las cosas que propone Drucker es que las empresas aprendan a poner en valor el conocimiento y la creatividad de todos sus trabajadores, involucrándoles de forma directa en la búsqueda de innovaciones.

También en esos años la "creatividad social" se empieza a concebir como un activo económico (como un elemento del que se pueden extraer valor) y aparecen teóricos como Charles Leadbeater o Richard Florida que hablan de la necesidad de aprovechar el conocimiento informal y difuso que se genera en las ciudades, de "sacar partido" de la capacidad de producir innovaciones que tiene el cuerpo social. Para ello las administraciones públicas comienzan a articular sus políticas culturales en torno a la promoción de las llamadas industrias creativas y el mercado idea una serie de herramientas y estrategias que les permiten poner a su servicio la inteligencia colectiva, desde las campañas de crowdsourcing (en las que una empresa invita a sus clientes a participar directamente en la creación de nuevos productos y/o en la mejora de los existentes) a la invención de la figura del prosumer (acrónimo formado por la fusión de los términos ingleses producer -productor- y consumer -consumidor).

En la fase final de su intervención, Rubén Martínez explicó que YProductions ha propuesto una serie de categorías analíticas -"más interpretativas que taxativas"- para referirse a las distintas maneras de entender el concepto de "innovación en cultura". Por un lado está la categoría de "cultura de la innovación" que alude al intento de generar una especie de "cultura corporativa expandida", de modo que los miembros de una comunidad interiorizan la idea de que tienen un don natural para innovar y para crear, de que ellos y los territorios en los que habitan son especiales y poseen unas características que les diferencian de todos los demás, y de que todo esto es algo que se puede y debe explotar económicamente. Según Martínez, esta cultura de la innovación se encuentra detrás de la apuesta por las llamadas ciudades creativas (siendo Barcelona, como ya hemos comentado, un ejemplo paradigmático) o de planes como el que ha puesto en marcha el gobierno de Extremadura para transformar la imagen que se tiene de esta región (tanto dentro como fuera de ella) y posibilitar que dé el paso de una economía rural a una economía del conocimiento.

Otra categoría es la de "cultura innovadora" que hace referencia a las campañas que en los mercados culturales más convencionales se realizan para "vender" a un artista/producto/proyecto (un grupo de música, un libro, una película, un evento...) como innovador, como algo o alguien que va a marcar "tendencia". Por último está la categoría de "innovación emergente" en la que YProductions engloba una serie de prácticas y experiencias de muy diversa índole que no conciben la creatividad social como un recurso o activo económico, sino como un espacio de investigación y acción colectiva y colaborativa que tiene un gran potencial transformador. En este caso, la innovación se entiende como contexto (y no como objeto), como algo que "emerge espontáneamente desde abajo a partir de procesos de autoorganización y cooperación", y no como un producto que se genera artificialmente con la intención de propiciar una dinamización económica. "Es necesario pensar cómo y hasta qué punto la innovación emergente puede constituirse en una herramienta política", concluyó Rubén Martínez. "Y nosotros creemos que REU08 es una plataforma perfecta para hacerlo".

---

1.- Texto incluido en el libro Producta50. Una introducción a algunas de las relaciones que se dan entre la cultura y la economía (YProductions eds. Generalitat de Catalunya, Barcelona 2007). [^]

2.- Museo de titularidad estatal que se tiene previsto inaugurar a finales de 2012 y que tendrá como sede el Palacio de la Aduana. [^]

3.-Según Martínez, en esencia, este discurso se sigue reproduciendo en la actualidad y está detrás de los programas de fomento del emprendizaje y de apoyo a la innovación que se promueven en el ámbito del sector cultural. No se debe olvidar que la figura del emprendedor tiene muchas similitudes con la del artista-genio: ambos son sujetos individuales que deciden echarse sobre sus espaldas la misión de transformar la realidad y a los que les mueve no tanto el interés crematístico como la pasión y la certeza de que tienen algo valioso que ofrecer. [^]