

## ***La creatividad transforma la ciudad:***

### ***Hacia la búsqueda de la ciudad creativa***



**Francisco Menchén Bellón**

*fcomenchen@yahoo.com*

### ***Resumen***

*Para potenciar esta visión de crear ciudades creativas y demostrar que la creatividad transforma la ciudad voy a analizar algunas pistas que puedan orientar a los alcaldes y concejales de cualquier ciudad o municipio a emprender esta tarea. En primer lugar quiero demostrar que la creatividad es un don natural de todos los ciudadanos, lo que supone enterrar algunos mitos que todavía siguen funcionando. Después intento crear el futuro de nuestro pueblo o ciudad, empezando por pensar el presente, haciendo un buen diagnóstico del estado actual. El siguiente paso es descubrir la dimensión mágica de la ciudad, es decir la parte espiritual, el alma, faceta que en la mayoría de los casos es desconocida. Posteriormente recomiendo utilizar la imaginación para visualizar el modelo de ciudad creativa que estamos dispuestos a conseguir. Es todo un reto que merece la*

*pena afrontar. Finalmente aparece una plataforma de propuestas para facilitar el camino hacia una ciudad creativa.*

## **Palabras clave**

*Creatividad - Innovación - Ciudades creativas - Sociedad de los sueños - Crear el futuro*

## **Abstract**

*To promote this vision of creating creative cities and to show that creativity transforms the city I will analyze some clues that can guide the mayors of any city or municipality to undertake this task. First of all I want to show that creativity is a natural gift of all citizens, which is bury some myths that are still running. Then I try to create the future of our people, starting to think the present making a good diagnosis of the current state. The second step is to discover the fascinating dimensions of the city, the spiritual, the soul, a facet that in most cases is unknown. Then I recommend using the imagination to visualize the creative city model that we are willing to get. It's a challenge worth striving. Finally, there is a platform of proposals to ease the way toward a creative city.*

## **Key Words**

*Creativity – Innovation - Creative cities - Society of dreams - Create the future*

## 1. Mitos que deben enterrarse

*"La creatividad es fundamental para el ser humano  
y es un recurso básico  
para la vida individual, comunitaria y económica.  
Las comunidades creativas son lugares vibrantes y humanizadores  
que alimentan el crecimiento personal,  
que dan lugar a avances culturales y tecnológicos,  
y que generan empleo y riqueza,  
al tiempo que aceptan varios estilos de vida y culturas diferentes"*  
*El Manifiesto de Memphis (2003)*  
*(R. Florida, 2010, 463)*

Durante muchos años han existido ciertos mitos sobre el sentido de la creatividad que hoy día no se sostienen y se deben enterrar. En esta ocasión analizaré dos mitos que han hecho mucho daño a la cultura y a la sociedad en general. Durante mucho tiempo se ha pensado que la creatividad era exclusiva de los genios, artistas y científicos como Miguel Ángel que pintó la Capilla Sixtina, o Mozart que con tan solo doce años estrenaba su primera ópera, o Newton que inició el camino hacia el descubrimiento de la ley de la gravedad. Pero también se ha creído, otro mito, que la creatividad sólo podía aparecer en determinadas áreas como la música, la pintura o la poesía. Ambos mitos deben fumigarse.

Atribuir la creatividad de forma exclusiva a los genios ha sido aceptado sin titubeos porque ellos estaban dotados de un poder extraordinario, sin duda alguna. En consecuencia, se ha anulado el poder natural y universal que tiene cualquier ser humano.

La creatividad humana es un recurso prácticamente inagotable. Las mismas circunstancias se dan con respecto a la exclusividad que ha tenido para la creatividad el mundo artístico en general, lo que ha supuesto negar la presencia de la creatividad en el resto de las manifestaciones del hombre o la mujer, como la cocina, la jardinería o la carpintería, entre otras.

Somos conscientes que nuestra sociedad necesita el talento y la creatividad de los genios y debe apostar por fomentar esta capacidad en todas las expresiones artísticas y científicas. Pero en estos momentos en que nos encontramos, iniciando la segunda década del siglo XXI, es urgente recuperar la creatividad del ser humano sin distinción de raza, género, idioma, edad y estado, pues todos disponen de este don de forma innata, en mayor o menor grado, y es precisamente la cultura y la educación quienes, en muchas ocasiones, se encargan de ahogarla y extinguirla. También es de suma importancia empezar a pensar y creer que la creatividad puede fomentarse en cualquier faceta humana, sea en el campo personal, familiar, social, profesional o de tiempo libre.

Para valorar en su justo sentido este don específico del género humano hay que recordar que existen siete facetas o niveles de creatividad (Menchón, 2008, 39-47): en la cúspide se encuentra el *genio*, cuyas ideas originales emergen de forma continua y totalmente diferentes. Pero los otros seis niveles pueden estar al alcance de cualquier ser humano: el nivel de *innovación* es un proceso de transformación paulatina; *la invención* como el *descubrimiento* surgen como resultado de un proceso de búsqueda, sea de forma intencionado en el primer caso o sea un encuentro inesperado de algo desconocido en el segundo caso; el nivel de *ingenio* es fruto de la sabiduría y la competencia; el nivel de *aportación* corresponde a la elaboración de ideas con la intención de aumentar el valor y

cambiar lo establecido; en el plano inferior está la *ocurrencia*, caracterizada por las ideas o imágenes espontáneas.

Estamos convencidos que el siglo XXI pasará a la historia como *siglo de la creatividad* que será tan fértil como lo fue el siglo de Pericles en el siglo IV a. C. o el Renacimiento en el siglo XV. La ciudad llegará a ser creativa cuando disponga de ciudadanos creativos que emplean esta capacidad como un estilo de vida, como una energía vital que le mueve a la búsqueda de ideas nuevas, a la exploración del mundo desconocido, a mejorar su espacio vital y a confiar en sus posibilidades y ser uno mismo. Creatividad significa crear tu vida, es decir, crear tu entorno, crear tu ciudad: este será el *mantra* que cada autoridad tendrá que transmitir a sus ciudadanos y poner los medios para conseguirlo.

## **2. La creatividad es un don natural del ciudadano**

*Todos formamos parte de la cadena de valor de la creatividad.  
la creatividad puede darse en cualquier momento  
y en cualquier lugar y ahora mismo se está dando en su comunidad.*

*Esté atento"*

El Manifiesto de Memphis (2003)

(R. Florida, 2010, 463)

Tú eres creativo. Yo soy creativo. Todos los ciudadanos son creativos pero no son conscientes de este don natural. La creatividad es un activo que debe cultivarse con constancia. La sociedad, los medios de comunicación y el medio sociocultural, entre otros ambientes, ahogan la capacidad creadora del ser humano. Urge crear ambientes

autotélicos, como diría Mihaly Csikszentmihalyi, para que este don pueda fluir y enriquecer el tiempo y el espacio vital de una ciudad.

Richard Florida (2010, 23) escribe: *"El proceso creativo florece en lugares que proporcionan un ecosistema amplio que nutre y fomenta la creatividad y la aprovecha para convertirla en innovación, en creación de nuevas empresas y, finalmente, en crecimiento económico y mejora del nivel de vida"*.

Entendemos por creatividad como **la capacidad que tienen los ciudadanos para captar la realidad y transformarla, generando y expresando nuevas ideas**. Como se puede observar se requieren tres momentos:

## Captar la realidad

**¿Cómo capta la realidad** el ciudadano que se entusiasma cuando participa en su obra de teatro favorita?

**¿Qué imágenes invade su mente?**

Cuando hablamos de realidad no sólo queremos referirnos al espacio físico y natural, sino también a todo cuanto en ella hay y acontece; es decir, hechos, situaciones, acontecimientos, emociones, vivencias, problemas. Hay varias formas de captar la realidad: puede ser *sensorial*, a través de los sentidos, es la más común; *simbólica*, mediante el uso de imágenes y *espiritual* es de carácter más profunda, abstracta y compleja, donde predominan los valores.

El ciudadano no sólo vive en la realidad física, material y tangible, sino que en sus contactos construye un universo simbólico que cada día se entrecruza con el mundo que le rodea. La vida en la ciudad está tejida de esa realidad simbólica, de la que forman parte el lenguaje, el mito, la música, la poesía y cualquier otra expresión artística.

Caeríamos en una ceguera espiritual estar confinado, exclusivamente, a la realidad física; sería un empobrecimiento radical de nuestra vida no tener signos de trascendencia y universalidad. Estos símbolos vienen a determinar la historia de un pueblo, que ha expresado en ellos sus victorias y derrotas, sus costumbres, su cultura, es decir, lo que ha sido y lo que quiere ser.

Captar la realidad de la ciudad es conocerla en su totalidad, es el resultado de muchas fuerzas que conforman nuestra experiencia, y cada una provoca un impacto que hace que nos sintamos bien o mal. Esa realidad en la que habitamos es la que nos creará gozo o angustia, según sea percibida. Muchas de estas fuerzas (entorno familiar, código genético, época en que vivimos, medio sociocultural...) están fuera de nuestro control. No se trata de mantener una relación pasiva con la ciudad sino una relación activa, en la que intervienen a un mismo tiempo la biología, la filosofía, la neurología, la psicología y la vertiente sociocultural. Cada uno crea su realidad desde el marco cultural en que se ha socializado.

La mayoría de los ciudadanos siguen experimentando la ciudad como algo estático y objetivo, fruto de la física newtoniana. Todavía, está poco reconocido, considerar la ciudad como un campo de interacción, donde la energía fluye e interacciona, experiencia que parte de la física cuántica de Einstein (1915). La realidad de la ciudad es como un

sistema de ondas que interactúan donde no existen juntas ni límites. La realidad barrunta muchas posibilidades, pero ellas no son propiedades de la ciudad, sino operaciones realizadas por la mente creadora.

***¿Cómo capta la realidad*** el director de orquesta que se apasiona con ***su trabajo***?

***¿Qué tipo de energía corre por su cabeza?***

Para captar la realidad de una ciudad tiene que entrar en juego el proceso de creación, una dimensión muy importante para descubrir y percibir los hechos, las situaciones y los problemas. La imaginación por otra parte, elemento clave de la creatividad, va construyendo las estrategias correspondientes para elaborar su propia percepción. El acto creativo no es improvisación, es inspiración e intuición que descubre algo nuevo en la ciudad, que antes era desconocido, pero también es conocimiento, experiencia y esfuerzo.

El ciudadano tiene que mantener un diálogo dinámico con su entorno y su espacio natural y debe tratar de superar la simple adaptación pasiva, creando su propia realidad; tiene que entrar en su interior más profundo y descubrir por sí mismo lo que en ella hay, sin dejarse llevar por lo que han hecho otros, debe visualizar nuevas relaciones inesperadas. Hay que hacer como el artista que, no fija la imagen de la ciudad, sino que la recrea. La realidad es un lábil concepto visual que cada uno manipula a su antojo, en función de los más variados intereses (pintor, fotógrafo, poeta, músico, científico). Se dice que la palabra "realidad" debería escribirse entrecorrida, porque es un concepto muy vulnerable a las interpretaciones. No significa lo mismo una nube para un navegante que para un pintor.

La realidad de una ciudad es inagotable, tiene muchos matices; emerge como unidad total. El observador selecciona aquello que le interesa, según sus deseos y grado de motivación. Una forma singular de captar la ciudad es *mirar a tu alrededor y ver lo que los demás no han visto*. Es ver lo invisible y hacerlo visible como hace el poeta que, mediante su intuición, establece relaciones que la lógica no se atreve a realizar. Es necesario ver la ciudad con ojos nuevos para darse cuenta que algo no es evidente. La realidad dispone de mecanismo para superar las invenciones de la fantasía. No deberíamos obsesionarnos con la realidad de la vida diaria, sino dejar más espacio a la realidad que habita en nuestro corazón, en nuestra alma.

***¿Cómo capta la realidad un grupo de jóvenes que les encanta sorprender con la organización del Festival de Cine?. ¿Qué tipo de vibraciones sienten?***

La capacidad de captar la realidad de la ciudad es común a todas las personas, pero no siempre somos conscientes. Se trata de hacer una elección consciente de los actos, hechos, situaciones, sentimientos, vivencias, y desde tu energía interior crear nuevas posibilidades, intenciones y pensamientos. Se trata de decidir en que mundo queremos vivir, siendo consciente de esa elección.

La ciudad que un ciudadano capta es una construcción de la percepción y del pensamiento. *La belleza o la fealdad no reside en la ciudad, sino en el ojo del espectador*, y en cómo la hacemos nuestra, propia e inviolable en el momento de recordarla. Todo hecho se puede recuperar o resignificar, dándole un sentido nuevo y comprenderlo desde su verdadero sentido evolutivo. La resignificación del pasado es un salto cuántico porque altera el tiempo y el espacio.

## Transformar la realidad

Para transformar la realidad de la ciudad, previamente, debes aprender a captarla, conocerla y dominarla. La realidad tiene incontables fisonomías, se transforma cuando se libera la creatividad de los ciudadanos y se da "un salto" de lo conocido a lo desconocido, de la zona visible a la invisible, de lo posible a lo imposible; es un abandono en manos de la imaginación.

Hay que convencernos que hay otras realidades que podemos crear con la ayuda de las imágenes. Para hacer esta artística pirueta, debemos dejarnos llevar por la imaginación hacia otros abismos. El hombre es un ser que crea y transforma su presente. La creatividad puede transformar la realidad de la ciudad, igual que el niño se va transformando en adulto a través del proceso educativo.

¿Puede transformar la realidad el ciudadano que asiste a una exposición de pintura **con ganas de aprender?**

¿Qué tipos de preguntas se le ocurrirán?

El ciudadano, sea joven o adulto, a través de la creatividad es capaz de concebir imágenes de la nada, extraer nuevas formas de la ciudad y establecer nuevas relaciones y asociaciones. Cada mirada debe servir para descubrir las huellas de algo maravilloso y divino que está ahí oculto, esperando que seamos capaces de verlo y captarlo en su sentido más puro. Debemos abrir nuestros ojos con amor, fascinados ante una realidad más rica, bella, plena y real.

La magia de la creatividad permite transformar la realidad y encontrar nuevas soluciones a los problemas que pueda tener la ciudad. La transformación es un cambio de percepción, a partir de las posibilidades infinitas de elección que existen. La creatividad, al igual que la inteligencia, es un potencial que tiene todo ciudadano por ser persona y por tanto factible de desarrollarse.

***La vida de cualquier ciudadano es misteriosa y consiste en una secuencia continua de actos creativos imprevisibles.*** Para potenciar el sentido de la vida de manera consciente se debe aprender a completar una nueva visión con la mente, el cuerpo, el espíritu y el alma y con un nuevo entendimiento alquímico de cómo la energía de la creatividad y de la transformación está dentro de cada uno de nosotros.

Los alquimistas sabían que dentro de cada persona se encontraba todo momento creativo. Se trata de conectar el mundo interior más profundo con el mundo exterior y establecer una conexión entre la ciudad virtual interior y el campo físico exterior. La creación es una danza de transformación donde algo que estaba en el reino de la imaginación pasa a la vida real.

¿Puede transformar la realidad el entrenador que piensa ***entusiasmar y sorprender a sus jugadores?*** ¿Qué imágenes le llegarán a su mente?

La ciudad debe ser un espacio de transformación en la convivencia, donde deben coincidir formación y creatividad en un mismo afán transformador. Este proceso permanente de transformación debe generar espacios de autonomía y libertad, en donde el ciudadano se convierta en un ser que se respeta a sí mismo y respeta a los demás.

Al ciudadano hay que estudiarlo en su doble vertiente transformadora: como sujeto de transformación mediante el período de formación; su mente está en una permanente transformación. A la vez puede llegar a transformar la ciudad, cuando es capaz de activar el talento creativo que él posee. Nada es punto y final; cada nuevo hecho o percepción cambia la realidad de la ciudad. No se trata de un cambio de conducta sino de una transformación total, que es la esencia de la maduración propiamente humana. Esta es la magia de la vida.

El ciudadano ordena y configura su ciudad, la va formando y transformando según se ve a sí mismo, en el transcurso de sus relaciones con los demás. Su realidad está marcada por la complejidad y a la hora de captarla e interpretarla la va reconstruyendo en función de su estructura mental y observaciones.

¿Puede transformar la realidad un grupo de jóvenes que ha **presentado en la Concejalía de Cultura un proyecto innovador?**

¿Qué ambiente se creará en el entorno?

Tenemos que enseñar a mirar y aprender a deshacernos de nuestros prejuicios, contemplando en silencio la inmensa realidad que tiene la ciudad. Hay que abrir nuevas vías hacia la liberación del espíritu; lo que se visualiza puede llegar a ser. Según los expertos hay tres niveles de transformación:

- CAMBIAR. Es principalmente un cambio externo y temporal que poco afecta a los circuitos internos. No se trata de cambiar sólo el lenguaje y la apariencia, sino cambiar los pilares que sustentan creencias, costumbres y actitudes y cambiar las

intenciones. Debemos aprender a ser creadores de cambios constructivos que amplíen nuevos horizontes. Ghandi decía: *Si quieres cambiar el mundo, cámbiate a ti mismo*".

- **TRANSFORMACIÓN.** Es un cambio interno que se manifiesta fuera. Requiere tener un propósito atractivo de futuro, un reto, un desafío. El proceso de transformación es necesario para liderar tu vida. Es el momento de reinventarnos. Consiste en construir un puente que una el lugar donde estás con el lugar al que quieres ir, avanzar sin parar, esforzarse, conectando con la energía más elevada y asumiendo todos los riesgos. Saturnino de la Torre (2003) escribe: *"La mente reproductora repite lo adquirido; la mente creativa transforma la información de modo personal"*.
- **METAMORFOSIS.** Es una transformación total y definitiva que no te reconoces. El ego se disuelve y te liberas de todas tus ataduras. Desde el amor a ti mismo, a los demás, a tu ciudad y al mundo, sientes la necesidad y la responsabilidad de transformar. Conviertes lo ordinario en extraordinario y valoras y disfrutas de todo lo pequeño. La Madre Teresa de Calcuta dijo que su misión era *"hacer extraordinariamente bien todas las cosas ordinarias"*.

Existen en la ciudad escenarios, plazas y rincones que están muertos, víctimas del sistema que es de "todo", menos creativo. La ciudad necesita ser reencantada: la creatividad es la nueva semilla que puede transformar la realidad de la ciudad. Sabemos que la ciudad está llena de ingredientes sueltos, en apariencia sin relación

entre sí. Pero si cualquier ciudadano decide acercarlos y combinarlos, la fuerza resultante puede producir efectos sorprendentes.

## Expresar Nuevos Significados

Todos nacemos con una capacidad extraordinaria para la creatividad y en la mayoría de las ocasiones sólo expresamos una mínima parte, pero hay muchos ciudadanos que no la aprovechan en absoluto. Expresarse desde una perspectiva creativa exige sentirse seguro de sí mismo y sentirse libre de condicionamientos. No vale una expresión mecánica y rutinaria; la expresión creativa es un movimiento que va del interior más profundo al exterior, es una liberación de lo que hay dentro. Cada ciudadano puede exteriorizar lo que lleva dentro por medio de la palabra oral o escrita, los lenguajes artísticos (musicales, escénicos, plásticos, motrices), las ciencias y las tecnologías conocidas.

Captar la realidad de la ciudad, tomar conciencia de ella, es importante; modificarla, cambiarla o transformarla es imprescindible, pero el paso más decisivo para ser creativo es saber comunicar al exterior este producto, expresando de la ciudad nuevos significados ideas, valores, propuestas y teorías. Todo ello es un proceso de **reinvención, innovación y redescubrimiento**, que surge cuando uno es capaz de generar una nueva visión de la ciudad y después sabe comunicarla, expresarla y la hace extensible a las autoridades y al resto de los ciudadanos. Si no se expresa el nuevo hallazgo la creatividad se anula. La capacidad de expresión es el cimiento de la creatividad.

Un nuevo significado puede surgir de una combinación fortuita, de una asociación inesperada o de una relación de cosas inusuales, respecto a un punto de vista, una

referencia, un conocimiento, en función de una escala de valores que uno tiene interiorizado, consciente o inconscientemente. El auténtico poder de la creatividad está en cambiar la forma de mirar, pensar, sentir y actuar en la ciudad. Nosotros configuramos nuestra vida en la ciudad según las circunstancias y las realidades que percibimos. Sólo cuando cambias tus pensamientos puedes cambiar la ciudad.

La posibilidad de expresar nuevas ideas, valores y significados es un proceso creativo, pero no hay que olvidar que dentro de la ciudad hay muchas realidades posibles, alternativas o posibilidades. **Intuir o imaginar** todas las posibilidades es ampliar el rango perceptual de los sentidos. Cambiar la percepción de la ciudad como la conocemos por la intuición supone un salto cuántico. Esto es posible cuando el ciudadano logra una conexión profunda con el entorno, por medio de la contemplación, ya que llega a la conciencia la comprensión de las ideas primordiales. No puede haber creatividad auténtica si no parte del interior, ni tampoco sino se expresa al exterior.

Muchas de las perturbaciones del ciudadano tienen su origen en la imposibilidad de expresarse o en la expresión parcial de los estados emocionales. La depresión es falta de expresión emocional. Hay que eliminar y descargar la tensión acumulada, y dejar espacios de libertad para generar el mayor potencial energético. Algunas veces surgen los bloqueos y no podemos expresar nuestra creatividad.

¿El ciudadano puede ser capaz, ante un tema importante para el municipio, *generar y expresar nuevas ideas, utilizando cualquier tipo de recurso?*

¿Por qué no?

El ciudadano debe tener la posibilidad de expresarse de diferentes maneras, pues es una capacidad natural y está presente en todas las culturas; pero igual que se puede estimular se puede reprimir, todo depende de cómo se sienta los habitantes de la ciudad: la autoestima estimula tener iniciativas, el miedo y la inseguridad la reprimen. Los expertos dicen que la sociedad ahoga la creatividad.

El ciudadano debe tomar conciencia de los talentos y posibilidades expresivas que tiene y se debe respetar su manera de ser, permitiendo que afloren sus fantasías y sueños; no se debe tratar de moldear su mente a un estilo preestablecido, como ha hecho siempre la escuela reproductora. El ciudadano debe experimentar el placer que supone expresar sus ocurrencias, sus inventos, sus descubrimientos, sus genialidades. Hay que satisfacer la necesidad vital de expresarse.

Las múltiples posibilidades que tiene la ciudad se concretan y conviven simultáneamente, hasta que el ciudadano selecciona una. Es como el sistema de TV por cable: mientras yo veo un canal, otros muchos canales siguen funcionando simultáneamente. Podemos hablar de una ciudad con diferentes soluciones posibles, dependiendo de la percepción que se tenga. La energía interior del niño, joven o adulto es la encargada de hacer la selección en función de las vibraciones que le producen los estímulos exteriores que recibe.

El mundo material que nos rodea, visto desde la física cuántica, no es más que movimiento, todo son posibilidades de la conciencia. La conciencia es el alma, es el observador, de ahí que el ciudadano pueda crear su propia ciudad y generar nuevas ideas y finalmente expresarlas a toda la comunidad. La evolución del talento del ciudadano del

siglo XXI no será lineal, como plantea la educación formal; será orgánico y evolucionara a partir de las respuestas que obtiene del entorno.

¿El monitor de senderismo puede ser capaz, en su trabajo habitual, *expresar nuevas ideas para ver la ruta de forma diferente?*

¿Por qué no?

La realidad de la ciudad tiene que ser percibida no como si fuera una reproducción de lo que figura en los catálogos de publicidad, ni tampoco como un negativo. La ciudad debe sentirse como si fuera vista por primera vez, sin ningún tipo de barniz, entusiasmándose y llegando a su interior más profundo. Para ello se ha de poner en juego la **imaginación** y captarla de forma **subjetiva**, de tal forma que cada ciudadano pueda generar sus propias imágenes, y finalmente descubrir sus valores, atributos y darles los significados pertinentes. La realidad se capta a través de los **sentidos** y es necesario percibirla con toda su belleza, misterio, encanto y frescura, no contaminada.

La mente no puede distinguir la diferencia entre una experiencia real y otra imaginada. El cerebro acepta y reacciona de manera automática ante la inmensa información que recibe en forma de palabras, imágenes, sonidos o sentimientos. El ciudadano tiene que acercarse con mucho amor, con mucha confianza y con el corazón abierto. La libertad para expresarse de forma propia requiere un entorno facilitador. Las ideas subyacen en todas las formas de creatividad. Hay ideas que son productos de una experiencia psíquica especial que tienen una fuerza extraordinaria. JUNG decía: *"El hombre cree que él moldea esas ideas, pero en realidad, son ellas las que lo moldean y lo hacen su intérprete inconsciente"*

La creatividad que tiene cada ciudadano es energía. Todo es energía, pero también nuestra mente es energía, la atención, la voluntad, la conciencia, el amor son energías. La energía no es sólo aquello que mueve al cuerpo, sino también tiene que ver con nuestra capacidad de comprender, nuestro estado de ánimo, la imaginación, es decir, nuestra alma. Pero ¿qué es lo que da energía al ciudadano? si los alimentos dan energía al cuerpo, son las sensaciones y las emociones que recibe las que le da energía a su vida interior. Sentimientos e impresiones nuevas, en definitiva cambios. Ese es el primer ejercicio que debe hacer el ciudadano, de tal forma que le permita cambiar cosas en su vida.

¿Un equipo de jóvenes, responsable de organizar el *maratón fotográfico*, puede ser capaz de romper la tradición y expresar un desarrollo diferente para mejorar la participación?

¿Por qué no?

El equipo de jóvenes debe pretender que, mediante un proceso constante de búsqueda e indagación, junto con un esfuerzo e ilusión apasionada, aparezca algo insólito que tenga sentido que asombre y motive a los ciudadanos. En un futuro próximo lo real será lo virtual. ¿Qué diferencia a un gran escultor de uno mediocre?. Los dos esculpen la piedra, pero la genialidad está en encerrar el alma en ella. Ahí está la genialidad; ahí está el misterio.

Hay que dotar a los sentidos de nuevos poderes, ejercitándolos de manera inusual. Es interesante apagar el poder habitual que tiene la vista, el oído o cualquier otro sentido y tratar de provocar nuevos matices. Aprender a describir sensaciones cerrando los ojos,

tratar de que las manos hablen o que el oído vea, son experiencias que ponen en danza todos los sentidos. Estamos hablando de la sinestesia. El célebre escultor italiano Miguel Ángel que creó "*El David*", hablaba con el mármol y esperaba que el mármol le contara algo que en cierto modo hacía. Moraleja, si quieres generar ideas en los ciudadanos y provocar nuevos significados es necesario actuar de forma diferente y no continuar haciendo lo mismo. El ciudadano debe ser protagonista del proceso de aprendizaje.

Tú eres creativo. El proceso para ser creativo es una gran aventura cuyo único propósito debe ser deleitarse con cada paso del camino; es un placer de primera magnitud. Es todo un proceso que a veces puede durar horas y días, pero otras requiere meses y años. Es fruto de una maduración y de una iluminación que suele surgir de forma inesperada. Pero hay que tener mucho cuidado porque las ideas creativas son muy frágiles y pueden romperse con facilidad.

El proceso de creación se inicia con aprender a captar la realidad con una mirada diferente ¡Motivador!; continúa con la acción decisiva de transformarla, descubriendo algunos aspectos desconocidos ¡Arriesgado! y termina con la expresión al exterior de un nuevo resultado, haciéndolo de una forma original, a partir de lo que ha quedado grabado en el interior del ser ¡Alucinante!. Tu poder creativo debe consistir en hacer visible lo que no es visible.

La necesidad de promocionar la creatividad entre los habitantes de una ciudad nos lo recuerda, con suma claridad, el *Manifiesto sobre la consciencia planetaria*, adoptado por el Club de Budapest (1996): "*Para vivir y actuar de manera responsable la condición necesaria es una nueva manera de pensar. Para evolucionar es necesario fomentar la*

*creatividad en todas las personas, en todas las partes del mundo. La creatividad no es un atributo genético sino cultural de los seres humanos". (E. Laszlo, 2009, 183-4)*

### **3. Crear el Futuro**

*"La vida es una paradoja tremenda.*

*La única realidad que existe es el aquí y ahora.*

*El pasado no debe preocuparnos porque ya no existe,*

*pero el instante presente es fruto del pasado.*

*El futuro tampoco debe preocuparnos porque no existe,*

*pero de lo que se haga en este mismo instante depende el futuro,*

*aunque tampoco sabemos cual será"*

*Pensamiento Zen*

*¿Qué pasa en Madrid "La Noche en Blanco?"*

#### **Los ciudadanos transforman la ciudad**

Ninguna ciudad está terminada, las ciudades acabadas están muertas. Para crear el futuro de la ciudad hay que salirse de lo rutinario y proyectarse hacia los espacios desconocidos, que generalmente nos produce cierto miedo. Ello implica salirse de los límites permitidos y activar nuestro cerebro a realizar patrones de conexiones neuronales en un orden y una secuencia diferentes a las habituales.

El futuro de la sociedad está en crear ciudades creativas que sean capaces de crecer de forma sostenida en función de las necesidades de un mundo que progresa a ritmos agigantados. La ciudad que no invierta en creatividad e innovación de forma

continuada terminará empobreciéndose. Hay que recuperar la creatividad latente de todos los ciudadanos, y sentirse protagonista de su crecimiento. **Construir una ciudad creativa es un arte y una tarea colectiva de toda la población.**

La Expo de Shanghai (Mayo 2010) es una ventana abierta al futuro de las ciudades, donde la mayoría de los países presentarán sus sueños y las mejores prácticas urbanas, atraído por el lema "*Mejor ciudad, mejor vida*". El pabellón de España está proyectado por Benedetta Tagliabue, en el que se ha armonizado la arquitectura con la poesía, hecho de mimbres entrelazados en apariencia; solo es un espacio para la vida, con un lago de riberas sinuosas. Pretende hacer habitable una ciudad como una casa. La ciudad es tu casa.

La idea clave es tener presente cuál va a ser el legado cultural que vamos a dejar a nuestros hijos y nietos, resaltando que, este capital natural deberá mantenerse en condiciones parecidas, e incluso mejor que la que nosotros hemos recibido. Hay que cuidar y mejorar el patrimonio cultural, así como los recursos naturales de la ciudad. Se ha de determinar y definir, explícitamente, qué tipo de ciudad queremos, y poner los medios y los recursos para conseguirlo.

Miriam Subirana (2009), creadora de un nuevo paradigma, escribe: "*utilicemos nuestra capacidad de crear no para repetir el pasado, no para evidenciar el presente, sino para crear el futuro*". Crear el futuro es adelantarse al tiempo que queremos que llegue, igual que hicieron los científicos y artistas a lo largo de la historia. Hay que aprender a dar un salto cuántico, extraordinario, que se apoye en lo nuevo y que elimine los viejos esquemas.

*¿Qué ocurre cuando "El pensador" de Rodin se coloca en las calles de Málaga?*

### **La creatividad de un escultor transforma la ciudad**

Para crear un nuevo paradigma, una nueva ciudad, hay que romper con las estructuras y creencias del pasado y el presente, y empezar a ver la realidad y el mundo con una nueva mirada, tal como lo hicieron en su momento los grandes científicos como Galileo, Newton y Einstein, o las aportaciones de los grandes artistas como Van Gogh, Picasso y Kandinsky. Si revisamos las huellas de nuestro legado histórico podemos encontrar obras de arquitectos, escultores, pintores, poetas, músicos y escritores que han inmortalizado la realidad, utilizando una forma diferente de pensar, sentir y actuar.

Todos estos genios que se adelantaron al futuro, exploraron las zonas desconocidas y tuvieron el coraje de crear nuevas formas de expresión, en su época no fueron comprendidos, e incluso fueron etiquetados de locos e insensatos. Ellos veían la realidad con otra mirada, mientras que la gente de su época aún vivía en el viejo paradigma. Cualquier cambio que implique salirse de lo convencional genera incomodidad y desconcierto, y por ese siempre habrá resistencia al cambio. Es preferible prolongar lo conocido: el pasado. No podemos acudir a soluciones de antes, ante situaciones muy diferentes a las del pasado.

Las investigaciones derivadas de la Física cuántica (Bohr, Heisenberg y Einstein) han puesto de relieve que el tiempo es algo elástico, que se contrae y expansiona, que existe una relatividad en el tiempo y que no hay nada fuera de nosotros. Se ha descubierto que lo que denominamos materia es "solo" un tipo de vibración. La población en general

todavía sigue creyendo en la Física clásica de NEWTON y organiza su vida cotidiana a partir de esta creencia.

Dicen los expertos que ciertas generaciones de hombres y mujeres vienen dotados de un talento específico que hacen que esa época destaque sobremanera, como así ha ocurrido a partir de los años noventa en Silicon Valley, donde han confluído una mayoría de jóvenes con un gran dominio de las nuevas tecnologías. En este territorio se han dado las mejores circunstancias para que las ideas creativas fueran fomentadas de manera prioritaria.

En estos momentos las nuevas generaciones que se están incorporando al sistema educativo vienen dotado, según las últimas investigaciones, (Noemi Paymal, 2008), con un gran talento y creatividad. Estamos hablando de los niños índigos o cristal, que cada año que pasa son más numerosos. Ellos pueden transformar la realidad si se les cuida con mucho mimo, primero en su ambiente familiar y después en las escuelas, porque en caso contrario sus poderes creativos se bloquearán como ha pasado en épocas anteriores. Es cierto, como dice Kim Robinson(2009), experto mundial en el desarrollo del potencial humano, que ese talento puede aparecer en cualquier momento de su desarrollo evolutivo, siempre que se den el clima y las circunstancias adecuadas. Los alcaldes no pueden desaprovechar este momento, o reaccionan ahora y empiezan a crear el futuro de su ciudad o perderán esta oportunidad.

## 4. Descubrir la dimensión mágica de la ciudad

*"Si no se espera lo inesperado no se hallará,  
dado lo inalcanzable y de difícil acceso que es"*

*Heráclito de Éfes*

*(filósofo griego ss. VI - V a. C.-)*

*¿En época de Carnaval qué ocurre en ciudades como Cádiz, Venecia o Río?*

### **La creatividad de los ciudadanos transforma la ciudad**

El gran misterio de la vida es conocer su dimensión mágica, pues a través de la imaginación se hace comprensible un deseo. La magia es el origen de la Naturaleza. La dimensión mágica es algo espiritual que contiene el más grande de todos los secretos y hace posible la conexión con la sabiduría divina. La magia de la vida es el amor, hacemos magia y ni cuenta nos damos: nuestros pensamientos, sentimiento y vivencias son mágicos. Lo fabricamos en el centro de nuestro ser, donde reposa todo lo bello y luminoso de nuestro yo interior. Todos los ciudadanos deberían abordar esta dimensión y descubrir el poder tan impresionante que revela la ciudad, imprescindible para cultivar cualquier campo de la dimensión creativa: descubrir el amanecer o el atardecer; contemplar la belleza de sus parques o la noche estrellada; disfrutar del silencio o la actividad del mercado.

Cuando se habla de espiritualidad se presta a confundirse con la religión. pero el concepto "espiritualidad" es más amplio que el de religión. Es una realidad plenamente humana, plenamente natural, y absolutamente ligada a todo ser humano. La dimensión

espiritual de la vida es polifacética y es una vía de acceso a esa profundidad de la mente, a la que a veces se alude simplemente como "*conciencia superior*", sentimiento de la grandeza del cosmos, los valores sagrados que nos ofrece la naturaleza, el sentido trascendental del ser humano. Todo ello supone un "*reencantamiento del mundo*", un cambio de todos los circuitos del cerebro y una recuperación de la dimensión mágica de la vida.

La "espiritualidad", entendida como la dimensión profunda del ser, supone la superación del ego a través de la práctica de la conducta virtuosa y la contemplación espiritual de la ciudad. Esto significa llegar a la comprensión de uno mismo, que va más allá de saber que se siente y que se piensa en un momento determinado. Hay que aprender a organizar nuestra mente de forma coherente, lo que implica mantener un diálogo interno para descubrir cómo nuestras experiencias influyen en nuestra personalidad y nosotros podemos influir en nuestro entorno. Pensar, sentir y actuar deben estar alineados.

BERGSON nos habla de dos niveles de conciencia. Uno, superficial que apunta hacia los "*datos inmediatos de la conciencia*" (lo que toco, lo que veo, lo que escucho, las emociones...). Otro, que se dirige a la profundidad de la mente, que es donde se asientan las vivencias del ser, del yo íntimo, de lo divino; aquí está la esencia de la conciencia. Recuperar el nivel superficial está al alcance de cualquier mente ordinaria, pero evocar el nivel más profundo de conciencia exige concentración, relajación e imaginación creativa. Estos dos aspectos son complementarios y constituye la vía de desarrollo pleno de la persona.

*¿Qué acontece en ciudades como Sevilla, Valladolid o Zamora cuando llega la Semana Santa?*

La creatividad transforma la ciudad

Los elementos esenciales de la vida, como el amor, el alma, el inconsciente, el tiempo... son invisibles. Lo invisible es lo no-visible que no es lo mismo que inexistente. Son nuestras percepciones lo que nos permite ver o no ver algo, pero más allá hay una realidad a la que no podemos acceder más que por medio de la imaginación, la intuición, la fantasía y la metáfora. El ejemplo de Kandinsky es evidente. Este pintor ruso, patriarca de la abstracción, se dedicó a buscar un camino propio y lo encontró incorporando en su mirada una comunicación espiritual con la materia, intentando *"salvar lo esencial"*. Él aspiraba a iluminar un nuevo mundo.

La ciudad está recorrida por un laberinto de senderos invisible que discurren por todas partes. Tales senderos que cruzan el universo son los lazos emocionales que unen a las personas generando lo que Rupert Sheldrake (2005), biólogo inglés, ha denominado *"campos de resonancia mórfica"*. Las emociones constituyen el campo básico sobre el que se constituye la red social.

Hay quien dice que la ciudad es como un hojaldre, un lugar hecho de múltiples capas por las que se entremezclan todo tipo de energías y flujos, actuaciones, encuentros e intercambios. Siempre en constante cambio y evolución. La ciudad es como un sistema vivo que se retroalimenta.

A través de nuestra experiencia vital con la ciudad podemos acercarnos a lo invisible. Hay experiencias que deben trascender la realidad perceptual que van más allá de lo concreto que permiten ampliar la conciencia, con el objeto de experimentar a través del yo interior y tratar de unirse al Todo y viajar a través del tiempo y el espacio. Según Josep María Fericgla (2001) es una catarsis, donde la razón y la naturaleza emocional se armonizan. Tales experiencias te permiten alcanzar la plenitud y son la puerta para descubrir la creatividad latente del ser humano.

La ciudad como el ordenador tiene una parte dura - sus edificios - y una parte blanda - sus habitantes. Pero su alma, la dimensión mágica, está tanto en unos como en otros. Buscar el alma de la ciudad es buscar su esencia, que viene a ser como una amalgama armoniosa de hechos, situaciones, valores y espacio espiritual que la engrandece de forma singular y la determina; es un alma colectiva que vuela al ritmo que le marcan sus habitantes.

La creatividad nace de la espontaneidad, la espiritualidad, la libertad y el encuentro con la realidad, que los ciudadanos irán descubriendo y construyendo de forma natural hacía dentro, en función de lo que hay en su entorno. En una sociedad democrática, toda ciudad debe contribuir a crear el sentido del nosotros, imprescindible para facilitar una comunicación sincera de sus habitantes. Cualquier experiencia que el ciudadano tenga, libremente, tiene que integrarla en su interior. La espiritualidad es la vivencia interna de la conquista de la verdad, mientras que la creatividad se encarga de dar sentido propio a esa vivencia.

## 5. Visualizar la ciudad creativa

*¿Qué sucede el 23 de Abril, día del Libro, cuando un gran número de personas se organizan para leer de forma continuada fragmentos del Quijote?*

**La mayor joya creativa de la literatura española transforma la ciudad.**

Visualizar la ciudad creativa es navegar por zonas desconocidas, espacios invisibles y valerosos de la imaginación; es tanto como visualizar la ciudad soñada, algo similar a lo que hizo Ítalo Calvino con *"Las ciudades invisibles"* o lo que narra Gabriel García Márquez con *"Macondo"*. La literatura del siglo XX cuenta con excelentes escritores que han situado sus novelas en ciudades imaginarias, como Juan Carlos Onetti, Juan Rulfo o William Faulkner. Estas experiencias nos puedan dar indicios para crear la ciudad del futuro y encontrar nuevos rasgos, perfiles y posibilidades creativas. Hay que hacer lo que hacía Marco Polo en sus viajes: describe lo que ve y lo que no ve, pero que cuando reviven las ciudades, allí están para él.

Los alcaldes que triunfarán en el futuro serán aquellas que sean capaces de ofrecer un sueño, un producto asociado a una idea que emocione que llegue al corazón. Los ciudadanos darán más valor a la única habilidad humana que no puede ser automatizada: la emoción. El lenguaje de la emoción afectará a todo, desde nuestras decisiones de compra hasta cómo convivir en la ciudad. Este será el espíritu de los nuevos tiempos. No estamos ante una era de cambios, sino ante un cambio de era, y en este caso, ningún axioma anterior es válido. Estamos ante un cambio de paradigma importante.

En esta misma línea se pronuncia Rolf Jensen (1999), escritor danés, en su libro *The Dream Society: "Los productos del futuro tendrán que apelar a nuestros corazones, no*

a nuestras cabezas". Y continua diciendo: "No tenemos defensa contra una historia que va directa al corazón, las personas no toman sus decisiones sólo por la calidad objetiva de los datos, sino también por sus necesidades emocionales de aventura, amor, amistad, identidad o creencias". De la sociedad de la información pasaremos a la sociedad de los sueños, la sociedad de los valores y las emociones. La materialización de los sueños es el móvil del desarrollo humano. Esto supone pensar de forma diferente. Los ciudadanos necesitarán mirar hacia adelante e imaginar su futuro, igual que los novelistas imaginan sus historias, lo que conlleva recurrir al hemisferio derecho del cerebro en donde reside la creatividad.

*¿Qué sucede cuando Plácido Domingo da un recital en Madrid, Barcelona o Milán?*

### **La ciudad se transforma**

Se debe empezar a visualizar una ciudad creativa, los ciudadanos deben incorporar el pensamiento prospectivo y pensar cómo será la ciudad en el año 2030 y estudiar los cambios y los desafíos que se producirán. Hay que detener el pensamiento lineal y evitar repetir el pasado, sabiendo que no existe una ley natural que determine que sucederá en el futuro. La solución no consiste en mejorar la condición actual, sino en crear algo nuevo, porque ya no vivimos en un entorno estable y predecible, sino en un entorno de cambios permanentes. Hay que estimular la creatividad de hombres y mujeres, expandir la mente de los ciudadanos y aprovechar la gran cantidad de conocimiento que existe.

La ciudad creativa que propone Richard Florida (2004) ha tenido duras críticas, siendo considerado su modelo como "*ciudades de cartón piedra*", pues aquellas ciudades que no cuentan con la intervención e implicación de su ciudadanos pronto se desmoronan.

Si queremos crear ciudades creativas se ha de contar, inexorablemente, con ciudadanos creativos, a quienes se le ha de ofrecer oportunidades para que manifiesten su creatividad. Le corresponde a los Ayuntamientos implicarse en este compromiso, creando en su organigrama un Departamento de Creatividad e Innovación, como así lo han hecho algunas instituciones municipales, como el Ayuntamiento de Cáceres.

## **6. Conclusión: una plataforma de propuestas**

*"En muchos lugares del mundo,  
el auténtico potencial de los seres humanos  
está tristemente atrofiado.*

*La manera en que se cría a los niños  
desactiva sus facultades de aprendizaje y creatividad"*

*Manifiesto sobre la Consciencia Planetaria*

*(Club de Budapest, 1996)*

*(E. Laszlo, 2009, 188)*

*¿Cómo se comporta la población, cuando un museo expone en sus salas los cuadros de Sorolla, Monet o Barceló?*

### **La creatividad transforma la ciudad**

Como conclusión quiero recordar el hecho histórico acaecido en la Isla del Gallo, que ha quedado grabado en una pintura impresionante que escenifica a Francisco Pizarro (1526) con *Los Trece de la Fama*, según cuenta el historiador José Antonio del Busto:

*"El trujillano no se dejó ganar por la pasión y, desenvainando su espada, avanzó con ella desnuda hasta sus hombres. Se detuvo frente a ellos..., al tiempo que,...*

*trazaba con el arma una raya sobre la arena: Por este lado se va a Panamá, a ser pobres, por este otro al Perú, a ser ricos; escoja el que fuera buen castellano lo que más bien le estuviere..."*

Este precioso hecho de la historia, protagonizado por el gran conquistador extremeño, quiero que sirva de modelo para despertar la posibilidad de un futuro prometedor, siempre y cuando las autoridades adquieran la responsabilidad y se comprometan a estimular a todos los ciudadanos - niños, adolescentes, jóvenes y personas adultas - ese bien universal que cada uno dispone de forma oculta, pero que muy pocos hacen uso de él. Vive tu creatividad, crea tu vida, transforma tu ciudad.

Para aquellas ciudades que estén dispuestas a cruzar la raya y emprender este precioso reto que les llevará a conseguir una ciudad creativa, he aquí algunas propuestas orientativas:

- DETERMINAR QUÉ TIPO DE CIUDAD QUEREMOS DEJAR A NUESTROS HIJOS Y NIETOS.

No basta con incidir en construir parques empresariales, tecnológicos o científicos, ni en levantar grandes museos, esculturas y centros comerciales, sino es necesario generar entre los ciudadanos nuevas actitudes y afán de participación en la mejora del tejido sociocultural. Se debe determinar cómo entender el trabajo y el tiempo libre, y como proyectar el progreso de la ciudad, de tal forma que mejore la calidad de vida del último ciudadano.

Joel Kotkin (2006) recomienda que hay que pensar la ciudad, teniendo en cuenta lo que es, ha sido y será, estudiando su ámbito de mercado, producción,

infraestructura, posibilidades. Baudelaire, famoso escritor francés, decía que en la ciudad "moderna" lo único seguro es la transformación.

- ESTABLECER VINCULOS ENTRE LOS CIUDADANOS

Establecer vínculos hace referencia a un espacio social constituido para mantener relaciones entre los ciudadanos, con una corriente permanente de intercambio recíproco, donde voluntariamente intercambian información, bienes o servicios. De esta forma, entre los ciudadanos se establecen lazos de cooperación para obtener resultados que no pueden lograr ellos solos. Para evitar el declive de los barrios, pueblos y ciudades hay que crear redes sociales que permitan que los ciudadanos puedan interactuar, estar conectados y compartir conocimientos, experiencias, opiniones, elaborar propuestas y finalmente llevarlas a cabo. Las redes sociales son el capital intangible de un municipio y es el verdadero motor de la vitalidad de la población. Lo importante no es crecer mucho, sino crecer juntos.

- FAVORECER LA DIVERSIDAD CULTURAL

La diversidad de culturas es una riqueza para aquellos pueblos que han sabido atraer el interés de otros vecinos lejanos. La oportunidad de convivir con otras personas y colectivos con los que se comparte unos valores y unos intereses comunes es una riqueza insustituible. Cuando las diferencias raciales, culturales y de sexo están ampliamente representadas en una comunidad, entonces favorece el desarrollo de la creatividad, pues un contexto diverso y heterogéneo facilita la aparición de nuevas ideas. La diversidad cultural promueve la creatividad.

Los ciudadanos de procedencia distintas y con experiencias diferentes contribuyen a la diversidad de ideas, expresiones, talento y perspectivas que enriquecen a las comunidades. La cultura constituye un activo valioso que se debe conservar, enriquecer y transmitir a las generaciones venideras. La cultura evoluciona, puede enriquecerse pero también puede empobrecerse. Se tarda menos en destruirla que en generarla.

- **FACILITAR EL ACCESO A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS**

Internet no es una palabra de moda, sino es una herramienta imprescindible para cualquier ciudadano que conviva en la sociedad del conocimiento. Utilizar la Nuevas Tecnologías es básico para lograr soluciones a los problemas que tiene la comunidad en la que uno vive. Hay que crear un software social, que permita que cualquier ciudadano pueda participar en conversaciones online, utilizando los blogs locales, donde se discute sobre temas relacionados con la política municipal y cultural. Los propios municipios deben crear redes wifi abiertas y universales en la que cualquier ciudadano de cualquier edad y condición tenga acceso. Hay que pasar de las "webs municipales" centradas en el ciudadano como "tramitador" a webs que impulsen el diálogo.

- **FORMAR CIUDADANOS CREATIVOS**

Hay que construir ciudades contando con el aporte de la creatividad de toda la población. Una ciudad creativa no surge de la mera inspiración de sus gobernantes, sino que es el fruto de la formación, de la innovación y del trabajo de miles de ciudadanos que se esfuerzan día a día en aportar mejoras a la sociedad a la que

pertenecen. La sociedad se construyen entre todos y entre todos tenemos que hacer ciudad. Hay que potenciar la creatividad activa en lugar de la pasiva.

La verdadera clave para entender la sociedad moderna está en considerar que todos los seres humanos somos creativos por naturaleza; es un bien común similar a la libertad o la seguridad. Es esencial y nos pertenece a todos. Son muchos talentos los que se han desperdiciados por no haber tenido una educación apropiada para estimular la capacidad creadora de los niños y jóvenes. En tiempos de incertidumbre y crisis no se puede desaprovechar ningún talento. El gran reto de nuestra comunidad es crear ciudades creativas a partir de la capacidad de los ciudadanos para promover proyectos de tipo científico, tecnológico, artístico, musicales, literarios, o incluso de la vida cotidiana. La creatividad es el nuevo motor del crecimiento económico.

- INVERTIR EN I + D + i (Investigación, Desarrollo e innovación)

Crear ciudades creativas es un arte, pues requiere atraer no sólo a organizaciones empresariales sino también a ciudadanos que trabajen y vivan en la ciudad con un estilo creativo. Generar un entorno de calidad es imprescindible para conseguir el capital humano y el talento necesario. No sólo se necesita el capital productivo, sino se requiere la presencia de mentes abiertas y creativas. De este modo, la ciudad se transforma en emprendedora, innovadora, vital, moderna y, en estas condiciones, la creatividad se convierte en una fuerza motriz del desarrollo y prosperidad del espacio económico y cultural.

El Departamento de I + D + i debe ocupar un lugar importante en la estructura organizativa de una ciudad o municipio y tendrá como función principal promover y recabar de los ciudadanos planes y programas innovadores que garanticen la mejora permanente. Se trata de incentivar la creatividad a todos los niveles y aplicar la innovación en todas las actividades productivas, culturales, educativas y artísticas. Cuanto antes se empiece a desarrollar la creatividad latente que hay en los ciudadanos, más pronto surgirán en el municipio proyectos innovadores que producirán riqueza y beneficios importantes.

- POTENCIAR EN TODAS LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS LA CREATIVIDAD DE LOS ALUMNOS.

Mi propuesta es empezar a desarrollar la creatividad desde la Escuela Infantil, seguir con la Educación Primaria y Secundaria y finalizar con la Educación Universitaria. A las nuevas generaciones no podemos privarles de este bien universal. El Ayuntamiento que invierta en ofrecer a sus estudiantes una formación en creatividad estará creando los pilares de una ciudad creativa y dinámica que sabrá adaptarse a cualquier tipo de cambio. No se trata de planificar la creatividad, más bien es necesario crear las condiciones para que las potencialidades de los alumnos puedan expresarse. Será una ciudad con ideas, imaginación y recursos para mejorar y crecer, pero también sabrán afrontar las posibles crisis que aparezcan. En tiempos de crisis, aplicar la creatividad es la mejor solución.

El principio Nº 10 del Manifiesto de Memphis (2003) se pronuncia de forma categórica: *"Garantizar que todas las personas, especialmente los niños, tengan derecho a la creatividad. Es fundamental contar con una educación continuada de la*

*mejor calidad posible durante toda la vida, para desarrollar y retener a las personas creativas, que constituyen recursos valiosos para la comunidad". (R. Florida, 2010, 464)*

***Si formamos a los niños, adolescentes y jóvenes en un modelo educativo basado en la creatividad, estaremos en condiciones de crear ciudadanos creativos, y por consiguiente ciudades creativas.*** Las autoridades locales deben empezar a invertir en programas específicos dirigidos a todos los alumnos de escuelas e institutos.

## ***Bibliografía***

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. (1998): *Creatividad: el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*, Barcelona. Paidós.

CUBEIRO, Juan Carlos (2008): *La clase creativa*, Barcelona: Planeta.

FERICGLA, J.M. (2001): *No creemos lo que vemos, sino que creemos lo que vemos*. <http://etnopsico.org/index2.php?> (Consulta: 13/11/08).

FLORIDA, Richard (2004). *The rise of the creative class*, Basic Books.

\_\_\_\_ (2009): *Las ciudades creativas. Por qué donde vives puede ser la decisión más importante de tu vida*. Barcelona. Paidós.

\_\_\_\_ (2010): *La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Barcelona. Paidós.

KOTKIN, Joel (2006): *La ciudad. Una historia global*, Barcelona: Debate.

JENSEN, R. (1999): *The Dream Society*. New York. McGraw-Hill.

LASZLO, Eervin (2009): *El cambio cuántico. Cómo el nuevo paradigma científico puede transformar la sociedad*. Barcelona. Kairós.

MENCHÉN, Francisco (2007): *La creatividad en el aula*, Santiago de Chile: Conocimiento.

\_\_\_\_\_ (2009): La ciudad creativa en tiempo de crisis. En *Encuentros Multidisciplinares*. Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid. Núm. 31 Enero-Abril. págs. 33 - 42.

\_\_\_\_\_ (2009): *La creatividad y las Nuevas Tecnologías en la Organizaciones Moderna*. Madrid. Díaz de Santos.

PAYMAL, Noemi (2008): *Pedagogía 3000*. Barcelona. Ox La-Hun.

ROBINSON, Ken y ARONICA, Lou (2009): *El Elemento. Descubrir tu pasión lo cambia todo*. Barcelona. Grijalbo.

SHELDRAKE, R. (2005): *Caos, Creatividad y Conciencia cósmica*. Castellón. Ellago.

SUBIRANA, Miriam (2009): *Creatividad para reinventar tu vida. Reflexiones sobre el cambio, la intuición y la alquimia espiritual*. Barcelona. Integral.

TORRE, Saturnino de la (2003): *Dialogando con la creatividad. De la identificación a la creatividad paradójica*. Barcelona. Octaedro.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Trece\\_de\\_la\\_Fama](http://es.wikipedia.org/wiki/Trece_de_la_Fama)

<http://www.leergratis.com/literatura/las-ciudades-invisibles-de-italo-calvino.html>