

## El futuro de los centros culturales en la Europa Creativa

Publicat per [Interacció](#) [1] el 10/06/2015 - 09:31 | Última modificació: 05/02/2026 - 14:08



[Ayuntamiento de Camargo](#) [2] | [c2+i. culture+communication+innovation](#) [3]

Publicació que recull les aportacions fetes a les jornades i laboratori de reflexió sobre la situació actual dels centres culturals a l'Europa Creativa, celebrades amb motiu del 25è aniversari del [Centro Cultural La Vidriera](#) [4] al municipi de Camargo. Els temes centrals dels debats van ser la relació dels centres culturals amb la cultura digital/P2P; amb l'arquitectura, els espais i la ciutat; amb els públics i les audiències; amb els models de gestió i de finançament, i amb la creativitat. Es va qüestionar si l'Europa actual és realment creativa i si la desitgem creativa. L'objectiu de la iniciativa era identificar els reptes de futur dels centres cultural a Europa i reorientar, dins d'aquest context, l'estratègia de futur del Centre Cultural de La Vidriera per als propers anys, així com reforçar el posicionament d'aquesta antiga fàbrica de bombetes, exemple de recuperació i transformació de patrimoni industrial en una fàbrica d'idees i projectes.

Aquí teniu un extracte del llibre:

«A pesar de la frecuencia e intensidad de los discursos políticos de líderes económicos y sociales, de agentes académicos y de los profesionales del sector, sobre la importancia de la cultura y la creatividad y su rol en el devenir social y económico de cada uno de nuestros pueblos, ciudades o territorios, realmente la cultura y la creatividad no están en el centro de la agenda.

Incluso podríamos decir que la cultura y la creatividad tampoco son el objetivo principal de muchas instituciones culturales. A menudo, han sucumbido al rol simbólico y de representación territorial por delante de la sobreentendida, y sin embargo no siempre clara, activación y satisfacción de inquietudes y capacidades creativas de la ciudadanía.

El empacho dialéctico que estamos viviendo en torno al rol fundamental de las Industrias Culturales y Creativas (I.C.C.) en Europa, nos genera a los profesionales del sector una sensación ambivalente. Por supuesto que por un lado, celebramos que se haya reconocido su importancia pero nos inquieta por otro, la mirada sesgada y altamente instrumentalizada del mismo para finalidades, en su mayoría legítimas, pero alejadas de las cada vez más urgentes y necesarias políticas culturales.

El auge del pensamiento neoliberal, que no liberal, ha encontrado en las Industrias Culturales y Creativas, un nuevo espacio de oportunidad para el capital, ansioso de nuevas actividades donde colocar y rentabilizar los flujos financieros, en un momento de crisis y de madurez de los sectores tradicionales. Ha pasado de considerar la cultura y la creatividad como marcos de gasto improductivo, a situarlos en su discurso como eje de la transformación.

Evidentemente estas empresas forman parte del sector cultural y creativo. Pero ahí hay mucho más. Interesan a los grupos de influencia económica, privada o pública, precisamente por su dimensión industrial, porque permiten la generación de economías de escala, por la distribución global de sus productos, el acceso a grandes volúmenes

de consumidores... así como el desarrollo de ofertas de alto valor añadido, elaboradas a partir de creadores y estructuras (cuando las hay) de costes más que competitivos, es decir, baratos, dado el marco de precarización del profesional de la cultura en general y en particular del creador.

Por lo tanto, sí al impulso a las Industrias Culturales y Creativas pero cuidado con sustituir la parte por el todo (el ecosistema cultural). Debemos estar atentos a la escasez de pensamiento crítico con respecto a esta tendencia que santifican los programas de la Unión Europea y la mayoría de las políticas locales, regionales o nacionales de impulso económico, amén de algunas políticas culturales. Ya que parece que ante la adversidad del mercado y de los apoyos públicos, hemos abrazado ese discurso como un nuevo mantra reparador para el futuro. Algo que resulta más que dudoso.

Se ha instalado el pensamiento único también en la cultura. Y lo que nadie pedía a los espacios culturales de hace dos décadas (es verdad que a veces con una alta dosis de argumentarios demagógicos, como procurar impacto económico directo e indirecto o de atracción de turismo, incidir en la generación de empleo en el sector, contribuir al PIB nacional...) hoy se ha convertido en el eje de atención. Parece que los centros culturales cobran sentido solo si son capaces de activar procesos de regeneración urbana, de promover el emprendimiento empresarial en cultura, de contribuir a proyectar la imagen exterior de un territorio y contribuir a la atracción de talento (ya que se supone que este casi siempre está fuera) o de inversiones (que buscan smart cities, creative cities...). Es verdad que es posible incidir en estos aspectos pero ¿dónde queda el proyecto cultural, la catalización de capacidades creativas del territorio, la ciudadanía y su rol en una sociedad altamente compleja y en cambio acelerada?

La economía de la cultura y de la creatividad no necesariamente ha de ser el reflejo de un modelo industrial que incluso reproduce en el ámbito cultural prácticas, modelos organizativos y relacionales que se han demostrado poco adecuados para las nuevas organizaciones culturales (que son más pequeñas, flexibles, muy relacionadas, rápidas, heterárquicas, más humanas...). Este modelo de pensamiento imperante nos lleva a la institucionalización social de conceptos que chocan con nuevas tendencias o comportamientos que vamos a proponer en este texto. He ahí una primera tensión entre la apropiación más institucionalizada del discurso transgresor y transformador de la cultura y sus realidades prácticas, a menudo periféricas, hiperactivas pero desarrolladas en marcos de precariedad ascendente de una manera geométrica.

Esa tensión es también la del individualismo y el colectivismo, vieja dicotomía, que toma nuevos enfoques. Por un lado el discurso de las Industrias Culturales y Creativas: sigue primando la idea del consumidor individual, de la explotación de la propiedad intelectual y privada del producto cultural, de la especialización, de la inmediatez en el resultado (el impacto a largo plazo en una comunidad no es relevante como no lo es el proceso que ha llevado a ese resultado), de la globalidad de los mercados, de la excelencia y de los centros culturales/contenedores y, en el mejor de los casos, aparadores.

Las líneas de pensamiento más colectivistas, por su parte, priman la idea de comunidad, de proximidad, de procomún y socialización del conocimiento, de proceso y calado del mismo en el entorno, de espacios culturales tipo obrador (proactivos, abiertos y colaborativos). La continuidad flexible de las propuestas, la versatilidad de las organizaciones, la experiencia frente al producto, lo transdisciplinar frente a las miradas unívocas...

Y es en este último ámbito donde la complejidad social y específicamente profesional tiene una singular tensión entre los centros culturales comandados por personas expertas y el rol de la ciudadanía no experta, que reclaman la gobernanza de los mismos. Es decir, cómo superar la expertización como regla para crear y gestionar a partir de la mutualización de competencias y teóricas incompetencias.

Y queremos hacer otro apunte relevante. El pensamiento único nos lleva a la consideración social de que solo merecen vivir aquellas iniciativas culturales y creativas capaces de autofinanciarse y alejarse de los recursos públicos de los que se supone, en su visión, que contaminan el resultado. Es un nuevo reflejo del pensamiento industrial aplicado a nuestro sector. Situados en esa lógica, deberían cerrar casi el cien por cien de los espacios culturales. Y esta idea vuelve a generar nuevos equívocos de reacción pendular. Desde la creencia de que sólo es posible una gestión privada de los centros en clave de explotación estrictamente comercial de los espacios y de los productos (los procesos no suelen ser rentables), hasta la idea de que sólo una gestión pública, sin vinculación alguna con lo privado, puede garantizar el carácter de servicio público de un centro cultural. Y a esto hay que añadir una tercera visión orientada al control que ejercen grupos sociales, comunidades y colectivos altamente activos de los espacios públicos, auto-otorgándose una representación de la comunidad, a menudo discutible. Es decir, nuestro paisaje se alimenta de pensamientos únicos que reaccionan anulando el valor de la otra mirada, aunque sus discursos estén repletos de palabras como diversidad, disenso, creatividad, transformación, impacto



socia...»

**PDF** [El Futuro de los centros culturales en la Europa creativa : reflexiones desde Camargo : \(una experiencia booksprint\)](#) [5]

[Inicia sessió](#) [6] o [registra't](#) [7] per enviar comentaris

**Etiquetes:** centres culturals

**Etiquetes:** creativitat

**Etiquetes:** arquitectura

**Etiquetes:** transformació digital

**Etiquetes:** públic

**Etiquetes:** finançament

- [8]

**URL d'origen:** <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2015/futuro-centros-culturales-europa-creativa>

**Enllaços:**

[1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>

[2] <http://www.aytocamargo.es/portal.do>

[3] <https://c2masi.wordpress.com/>

[4] <http://www.camargocibernetico.es/lavidriera.htm>

[5] <http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E150136.pdf>

[6] <https://interaccio.diba.cat/>

[7] <https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[8] <https://interaccio.diba.cat/node/5824>