

Notas indispensables

Después de pedir perdón por la cultura desactivada abordemos las claves éticas para la gran transformación

La cultura como atmósfera de la ciudad

Toni Puig



Hemos transformado la cultura, desde inicio de los ochenta con la obsesión enfermiza por el despropósito de las políticas culturales afrancesadas primero y después ya directamente con la opción desbocada por el mercado, en un comodín glamuroso: cultura futbolística, cultura empresarial, cultura del botellón, de la homeopatía, gastronómica, del espectáculo y la diversión, empresarial, cultura del pelotazo económico... No es de extrañar que en la Francia intelectual, harta de tanto despropósito, hayan surgido libros con títulos provocadores: *Le grand dégoût culturel*, de Allain Prossat, que podemos traducir por *El asco cultural* o *La repugnante cultura*. Otro libro de Claire Clos, cuyo título intraducible viene a decirnos: *Por qué hay que mandar la cultura a tomar por el culo*. Para ambos lo que importa, desde hace algunos decenios y en nombre de la cultura, es apagar los focos de insumisión, con la que está cayendo en nuestro mundo y ciudades en extraordinaria transformación imparable: los gestores culturales se han esforzado por eliminar lo político en la vida o nuestra tozuda voluntad por convivir creativamente y cooperantemente desde el esperar lo que todavía no es y nos convierta en más ciudadanos democráticos, responsables, libres, solidarios. Estamos, después del largo invierno de las políticas culturales marcadamente neoliberales que han acompañado el esplendor delincuente del capitalismo financiero aberrante, definitivamente hartos de estar sometidos al único poder concentrado en el salvaje mercado de los lobos financieros servidos a diario por políticos vasallos, hartos de su mundo injusto creciente y en desguace ecológico, con democracias más aparentes que reales, con una cultura premeditadamente desactivada, sumisa al dictado económico y solo para la diversión o el espectáculo, que con sus programaciones estúpidas y endulzadas apuesta por la férrea obstinación del no pensar o el quedarse pasivo solo comprando entradas y o todo lo enlatado antes que movilizarse por la dignidad del vivir cotidiano y decir basta a la totalizante barbarie financiera y su corte de políticos que

recortan bienestar conseguido con el esfuerzo abnegado de tantos... Quieren que todo sea sólo mercancías comprables con pingues beneficios incluso para *el emprendedor cultural*, que debería cambiarse por *el empresario sin escrúpulos* y que ha tenido en la SGAE, la Sociedad General de Autores y Editores Españoles, por poner un ejemplo juzgado en los tribunales, uno de los grandes tiburones insaciables revestido con ropajes de cultura, siempre sediento de más euros para financiar artistas del Espectáculo General Desactivado, gentuza que lo único que le interesa es engordar su cuenta en el banco. La creatividad compartida con los ciudadanos para otra vida, ciudad y mundo ni saben que es ni les interesa.

Ante el cáncer de la frivolidad y obsesión económica que enferma a la cultura, *opto por el atrevimiento de presentar cómo rediseñar las ciudades desde la cultura desde la ética de la convivencia y la creatividad*, frente a la política rutinaria, la dominación de los sistemas mediáticos y el huracán de los valores financieros que nos estereotipan, espectacularizan, planchan o diseñan como gran bazar para las pingues desigualdades a favor de unos pocos, sin alma ciudadana común. La cultura debe gritar rotundamente *basta ya, idiotas, y proponer con audacia otros horizontes*, después de pedir públicamente perdón por no haber enfrentado, desde hace demasiado tiempo, a los males de nuestras ciudades y mundo con trapicheo económico bochornoso, con desigualdades que ya sobrepasan el límite de lo humano, con la destrucción sistemática de los vínculos sociales cooperantes, una casta política nada democrática y si muy interesada en enriquecerse, unos artistas autistas y superfluos... Demasiada mierda consentida, demasiado mirar miope para el otro lado, demasiada sumisión a lo anti ciudadano. La indignación, con pocas excepciones, ha estado ajena a la cultura, incluso cuando la muchachada inunda las plazas. Los directivos del teatro, el museo, el auditorio, la danza, el arte en soportes varios...cierran las sagradas puertas, con mil excusas burocráticas, para que el aire no

se vicia con aromas de ciudadanos empobrecidos y emprendedores. ¿Proponer otra vida, ciudad y mundo, insisto? A los de la cultura de estos últimos decenios este interrogante les parece propio de los del trabajo social. ¡Pandilla de cagados timoratos y vendidos! Echémoslos a todos.

Paolo Magalli, director de teatro, opina que *no se puede vivir sin soñar, sin creer, sin confiar*. Afirma que la cultura no es jamás un lujo: es un servicio, el primero y más *urgente de los servicios*. Clama: *¡soñar es una urgencia, señores!* La alternativa al sueño, al diseño de otra realidad cotidiana, es una irrealidad espesa y obtusa que provoca insomnio y depresión. Para Paolo, para los muchos que estamos en esta sintonía, la cultura siempre anticipa sueño: *ética de futuro creativo mejor cooperante para todos*. La cultura, pues, sirve para abordar especialmente el rediseño de nuestras actuales ciudades, complejas. Vulnerables. Demasiado asfixiadas por el sin sentido. Desorientadas. Casi ya solo supermercados. Pero en gran transformación. Porque una inmensa mayoría de ciudadanos está por la cultura de la dignidad. No es poco.

1. Qué vida queremos es la gran pregunta.

Para el rediseño de las ciudades esta es la cuestión. Seamos concretos: para el rediseño de mi ciudad, ¿qué? La respuesta profunda, clave, amplia para la vida de todos los ciudadanos la facilita la cultura: *la cultura propone cómo queremos convivir todos y cómo queremos avanzar desde la creatividad compartida*. Centrémonos aquí, por favor.

Así lo han entendido las ciudades desde la Atenas de Pericles que optó por *la democracia*, la Venecia de Gritti que, vencido en las armas, opta por *la inteligencia*, la Florencia neoplatónica que centra en *el hombre la opción y la medida de todas las cosas* con un deslumbrante renacer desde los padres griegos y los hermanos romanos, el París ilustrado que inventa la modernidad tan controvertida y con excelentes consecuencias desde *la libertad, la igualdad y la fraternidad*, la Viena modernista que innova para *una vida*

cotidiana de más calidad y creatividad compartidas, el París de las vanguardias que propone *rompamos las reglas y los estereotipos sociales y artísticos*, la Barcelona rosa de fuego que experimenta un anarquismo comunitario después desacreditado hasta demonizarlo, desde una *libertad como vida sin fronteras*, el Nueva York capital del mundo que apuesta por *el antiautoritarismo y la multiculturalidad*, la Barcelona olímpica centrada en *los ciudadanos primero y siempre*, el Berlín que *une diferencias desde la libertad responsable*, el Medellín que enfrenta la inseguridad y la muerte desde *la educación y la cultura frente a la violencia* o Curitiba que apuesta por *la ecología es vida*. Son solo ejemplos a tener presente: son ciudades que apuestan por atmósfera cultural innovadora, imprescindible.

En la otra sintonía del poder y la diversión como espectáculo incesante está la Roma imperial con su *pan y circo*, Los Ángeles para *el espectáculo del divertimento incesante*, Las Vegas como *gran tragaperras para todos los placeres luminosos y comprables*, el Miami de *la exhibición de los cuerpos de gimnasio y las fortunas* o el Dubai de *las grandes marcas* para enamorar a los ricos refugiados en islas inasaltables.

2. ¿Cómo lograr una ciudad rediseñada desde la cultura?

La ciudad que apuesta por rediseñarse desde la cultura opta por un conjunto de actitudes proactivas.

2.1. No se conforma con lo que es y ha sido: *es inquieta*.

2.2. *Innovaciones motivacionales* la empujan a un horizonte mejor, emprendedor, en el mundo de hoy y el del mañana.

2.3. *Memoria despierta* porque recuerda y asume su historia en los puntos altos y los segmentos de quietud mediocre: no los disfraza.

2.4. *Momento de crisis asumida*: una manera de vivir, entender la ciudad, de convivir en ella está estancada, se acabó. Y urge un cambio de horizonte, de apuesta.

2.5. *Gusta mucho pensar*: la maravillosa manía del pensar, proponer, imaginar, atreverse, diseñar apuestas y sueños, en la ciudad que quiere reinventarse es indispensable. En esta ciudad no piensan unos cuantos: son una multitud de ciudadanos, organizaciones, asociaciones, medios... Donde hay ideas siempre es posible otra la vida mejor. Porque fluye la libertad.

2.6. Quiere un paso adelante. Ha interiorizado aquello que dijo Luther King: *da el primer paso. No necesitamos ver toda la escalera, sólo el primer peldaño*. No es lo habitual.

2.7. *Opta por el futuro* que siempre existe si uno se pone en marcha: es como la buena suerte, que siempre está ahí si la trabajas, si la persigues, si no te quedas parado, pasmado. Imbecilizado.

2.8. *No llora jamás*. Porque sabe que quejarse es una pérdida de tiempo. Y llorar provoca impotencia. Se le terminaron, pues, las lágrimas si alguna vez se desesperó, se sintió marginada, no querida por los ciudadanos, gobierno u otras ciudades.

2.9. *Aprende de otras*. De las inteligentes, de las que se han atrevido, de las que lo han logrado, de las que estaban como la ciudad, parada, y han sobresalido. Estén donde estén. Importa la información directa. El compartir. No los quilómetros.

2.10. *Estrategia de posicionamiento*. ¿Qué ciudad queremos ser? ¿Cómo? ¿Con quiénes? ¿Por qué? ¿A partir de qué y con quiénes lograrlo? Fascinante. Escribidlo. Con un texto contundente. En un primer trazo nada reprimido. Aquí os la jugáis: optad por un valor de marca de cultura radicalmente cívico, ético, sumamente implicativo y furiosamente innovador.

2.11. *Suma es la palabra*: la ciudad será de cultura porque trabajaremos, incansables, para que los ciudadanos plurales y sus organizaciones distintas lo asuman y

practique. Sin suma, sin red proactiva para la cultura otra, no hay futuro: hay prepotencia desactivada.

3. Una marca de valor desde la cultura con respuestas para la vida personal y común.

Después de tantos años de karaoke de políticas culturales para la desmotivación y la pasividad ciudadana o la abulia como parámetro, debemos plantearnos crudamente algunas cuestiones fundamentales a las que deberemos facilitar horizonte, sugerencias, esbozos de vida otros. La cultura neutra fue: ¡no lo fue nunca!

Deberemos estar en la ciudad real con demasiada inseguridad y vulnerabilidad en la mayoría de los ciudadanos, con dolor intenso para los excluidos, insignificantes, dejados al margen y, en la crisis sistémica, con un crecimiento alarmante. Crece el desencanto, el buscar salvadores, el desasosiego y la impotencia. Repuntan ferozmente las desigualdades. Y, alarmante, decrece la valoración por la democracia. Si no estamos con todos estos ciudadanos la marca de ciudad desde la cultura es estúpida.

Toda esta multitud de ciudadanos buscan y piden soportes, dispositivos, palancas, puntos de interés, puentes... para encontrar otro sentido y otros estilos de vida biográficos y comunes. Los buscan en los libros de autoayuda, en los spas, en los gimnasios, en círculos religiosos místicos o súper implicativos, en preguntas que piden respuestas y no llegan, en su vida interior, cuando todo parecía que esto era opio o magia. Están aquí los miedosos adolescentes o los empresarios que saben que el corto plazo es catastrófico. Los hay con recursos y los sin recursos. Todos buscan. Pocos en la cultura y sus equipos, organizaciones, instituciones y propuestas. Ni un día más.

Todos han experimentado las maravillas decrecientes de la única iglesia universal que hoy es el capitalismo financiero depredador con sus apuestas de consumo compulsivo como religión y sus realidades de injusticias, de marginación. El tener éxito, triunfar, tener para ser, avanzar

a cualquier precio, preocuparte sólo de ti mismo, ser hiper-individualista... ya ha perdido el brillo exultante: ¡detrás no está la felicidad! Ya sabemos que no está el paraíso. Los valores financieros entorno a los que hemos querido edificar el mundo y las ciudades, optando por inmensas multinacionales sin escrúpulos, destruyendo recursos naturales y acuchillando a la madre tierra, dejando a la inmensa mayoría de ciudadanos en situaciones precarias o en el infierno de la pobreza absoluta, fueron. Después de la Gran Crisis del 2007 las cosas jamás serán igual. Y pueden ir a peor si no reaccionamos los ciudadanos desde otra cultura para la vida. Estamos atravesando el largo camino que va del poseer al experimentar: del materialismo más tosco a la vivencia de sentirte otro, mejor y compenetrado con la ciudad y el mundo. Como apuntó alguien, muy sensato: *en un mundo en el que reina lo “mío, mío, mío”, y el “conseguir, conseguir, conseguir” es importante pararse un momento y ver lo que realmente importa. ¿Dónde pararse?* En los espacios y propuestas de cultura de la ciudad iluminados desde una marca de valor ético contemporáneo. Pararse para repensarse.

En este escenario de mucho dinero y a la vez de deterioro de lo humano, las políticas culturales fueron simples comparsas desactivadas para facilitar espectáculo de diversión y estatus al neoliberalismo rampante: la cultura, para ellas, ya no es un proyecto ético para la vida común: es objetos y acontecimientos que se compran, actualizan y exhiben.

Los ciudadanos reflexivos, indignados, comprometidos, los que experimentan vacío... estamos hartos. Los ciudadanos que están sufriendo la crisis económica provocada por los gánster financieros, además de hartos, están empobrecidos. Los ciudadanos que quieren reinventarse desde la cultura están hoy especialmente furiosos con quienes en la ciudad deben cuidar de la democracia implicativa con acento en la cultura que acoge, acompaña y estimula: la cultura jamás debió servir para montar parques temáticos de bolsillo o lo grande y más y bobo.

4. Por qué la cultura es ética para la ciudad emergente.

La cultura del siglo XXI será ética relacional creativa para la ciudad común o no será. ¿Solemne? Convencido. La cultura es ética abierta para impulsar ciudad común y personal indispensable, otra: la ciudad no violenta, la ciudad que trata al otro como quieres que él te trate a ti. Este precepto básico para cualquier ciudad y para cualquier ciudadano. Es una propuesta ética, común, de inmensa humanidad. Es su fundamento: la ciudad se asienta, se vigoriza y crece desde este dos raíl por donde avanzan los derechos humanos contemporáneos. A este valor clave hoy debemos añadirlo otro: creatividad innovadora para afrontar retos y diseñar vidas, ciudades y un mundo con humanismo abierto al futuro. Son el ying/yang para la cultura.

Después de tantos años y décadas de cultura centrada en las artes y los artistas, los políticos y los gestores de grandes equipamientos brillantes, la cultura regresa, se rediseña, se reinventa, desde lo que siempre fue y jamás debió perder: *apuestas creativas para la vida más humana, en avance, atmósfera y climatología de humanidad esperanzada, convivencial, libre, responsable, comprometida especialmente con los débiles, los últimos, que coloca en el centro de los intereses y desvelos de la ciudad: todos somos ciudad, todos debemos avanzar creativamente en ciudadanía.* Todos somos ciudadanos de la maltratada madre tierra. Todos anhelamos otro aire desde la marca para la cultura de la ciudad emprendedora. Diferente. Urgente.

5. Después de un largo proceso: la cultura es motor para la vida en la ciudad.

Hasta la Revolución Francesa en occidente la vida la diseñaba la religión. Basta leer la historia europea: la marca católica, apostólica y romana, desde los últimos tiempos del imperio romano, ocupó casi todo el espacio. Religión que trasladamos a Latinoamérica para imponer el imperio.

La Ilustración y, después la Revolución Francesa como acción directa para otro mundo y ciudad, no sólo agrietó la católica como una marca/manera única de ver el mundo y la vida: la sentó en el banco de los acusados por acoso de conciencias. No le faltaba razón, después de las barbaridades de la inquisición, las guerras en nombre de Dios, la tortura de de las mentes y las sensibilidades acusándolas de pecados que son simple vida humana, su obsesión enfermiza con el sexo, el apego a los aparatos de poder...

La ciudad entonces viró hacia el racionalismo, la ciencia, la expresividad inmaterial de las bellas artes, las instituciones civiles, el laicismo. La cultura se configuró como el espacio para la vida secular con código abierto. Fue entendida y propuesta como motor de ética civil. Se pasó de la religión cerrada a la cultura creativa como propuesta para religarnos unos con otros y crear horizonte: la cultura es ahora atmósfera energizante para la ciudad vital.

En este ambiente triunfa el capitalismo, los sindicatos, experimentamos las utopías socialistas, nos enfrentamos a la barbarie nazi, soportamos la guerra fría, sentimos cómo las emociones se convertían en comerciales desde una manipulación infecta del mayo del 69 liberador, la educación crece pero no suficientemente como para erradicar la pobreza creciente, tomamos mucho Prozac y triunfan las marcas empresariales como referencias vitales. Aquí estamos: la partida sigue. Y debe mover ficha la cultura otra. Estoy seguro desde otros líderes, políticos, gestores y creativos. Y organizaciones.

6. Y llegamos a los tiempos de la gran transformación por crisis globalizada.

No pretendo ser exhaustivo ni historicista. Quiero sólo narrar una trama para situarnos, a grandes trazos, en los tiempos actuales. En estos tiempos nuestros la cultura debe trabajar no sólo para impedir la codicia, el egoísmo, la violencia, el odio, el desencanto, los dogmas, la injusticia, la exclusión, el miedo, la uniformidad forzada, los

fundamentalismos todos y la única religión del consumo incesante dictado por el dios ya financiero. Ha de trabajar, más y sobretodo, para la convivencia, la democracia o la regeneración de la política, la creatividad, la vida y el mundo que queremos con una ética actual y compartida. Ha de trabajar en positivo. Y desde las ciudades especialmente. Porque la cultura siempre implica, hace cotidiana, la comprensión y la responsabilidad, la solidaridad y la opción por la ecología, la igualdad y el amor, la reconciliación y la bondad, la cooperación y la diferencia, la sensibilidad y la no dominación. La cultura es una apuesta, siempre, a medio y largo plazo, desde el talento creativo y la pasión por la vida. *Es ciudad con ciudadanos despiertos, críticos, cooperantes y creativos.*

¿Cómo logra todo esto? Cuestionando lo que no va: tantas y tantas cosas, inercias, maneras, mediocridades, burocracias o injusticias encubiertas. Y proponiendo con audacia nuevas ideas: la cultura que hoy no innova éticamente desde una marca de ciudad otra en la vida personal y común, en los tiempos de los grandes y profundos cambios de largo alcance, se queda en academia, en prescindible, en lo no indispensable, en artísticidad caduca. E invita a todos a optar por la fascinante aventura de la vida que siempre avanza desde las ciudades que tienen la audacia de reinventarse.

La ciudad desde la cultura debe ser, ahora con intensidad, un océano de valores, conocimientos, relaciones, hechos responsables para la vida y el futuro global. Y quien debe impulsar todo esto, en un primer lugar y como centralidad, es lo público: el gobierno democrático con todos los ciudadanos, líder relacional para la cultura compartida desde y con la red de las organizaciones asociativas de los ciudadanos, en primer lugar, y creativos con alta sensibilidad pública. Levi-Strauss, el gran antropólogo ya muy mayor, escribía que *no es de manera metafórica que tenemos derecho a comparar una ciudad con una sinfonía o un poema: son objetos de la misma naturaleza. La ciudad se configura en la confluencia de la naturaleza y el artificio.*

Es, a la vez, objeto de naturaleza y sujeto de cultura: individual y grupal, vivida y soñada: humana por excelencia. Exacto.

¿Qué sinfonía o poema es ahora la ciudad? ¿Qué sinfonía o poema queremos que sea, estamos dispuestos a componer desde las notas de todos y desde las palabras comunes, desde la clave de la marca de valor para la ciudad priorizada? Tengamos presente la maltratada naturaleza. Escribamos la sinfonía. Toquémosla con la orquesta de las asociaciones, las empresas y los ciudadanos. Otorguemos la sección de percusión a los últimos. Seamos humanamente ambiciosos. Diseñémosla con audacia. Propongamos y logremos excelencia. Con una dirección de orquesta pública incansable y generosa, abierta. Todos los instrumentos pluralísimos son bienvenidos para sonar en la melodía de la ciudad reimaginada desde la cultura.

La cultura, es ética para la vida, que sabe cómo imaginar, recrear la sinfonía para el rediseño de la ciudad y mantenerla, es el tono a partir del que hoy es fascinante componer ciudad otra. Olvidémonos del modelo de cultura A2, insonoro: Artístico = Avestruz. Volvamos a usar el arte como creatividad para la vida, después de tantas décadas de no querer ver y estar con los ciudadanos, avestruzados. Narcisos. Encerrados. Para la egolatría. Y la exhibición. Facilitemos respuestas desde la cultura de la ética en avance a la ecología, la familia, la soledad, la vejez, la adolescencia, la violencia, la calidad del trabajo, la vivienda, la sensibilidad, la marginación, la desigualdad, el deterioro de la democracia...

7. Tracemos un plan con inteligencia creativa.

Un plan desde la cultura que aborde el vacío, el abismo, el sufrimiento, la agresión, el nihilismo, la sed de sentido. Estemos, desde y para la cultura de la ciudad, donde más duele y donde más preocupa. Aportemos desarrollo de sentido: de vida común y personal que queremos y necesitamos para alumbrar respuestas innovadoras o

continuar con las que ya tenemos, poniéndolas al día. Convirtamos el rediseño en emprendimientos éticos para más vida en la vida. En nuestra ciudad. Abierta a todos. Y al mundo.

Liberemos la cultura del encierro amurallado donde la han encerrado las hipócritas políticas culturales mezquinas y elitistas – teatros, museos, auditorios, salas de exposiciones, patrimonio, libros, discos, escenarios..., todo tan material – y abrámosla a lo post-material ético de la libertad, la justicia, la solidaridad, la pluralidad, la complejidad, los márgenes, la implicación, la intuición, el pacto. Imaginémonos desde aquí la ciudad. Y optemos y construyamos desde aquí su valor de marca. Acordémonos del valor, tan cívico, de algunas ciudades tardo-medievales, cuando vuelven a recrear Europa: *¡El aire de la ciudad nos hace libres!*

Peter Broock, otro de los grandes del teatro, propone para su teatro liberado de ornatos y centrado en la cultura: *permitamos atisbar los valores que hemos olvidado*. Sabio. Y profético. Entonces, como canta mi Kavafis, *la ciudad irá en ti siempre*. Porque es una propuesta y un lugar privilegiado para degustar, compartir y expandir la vida. Cada ciudadano, en esta ciudad, es ciudadano de cultura. Ético: tremendamente humano. Feliz, ¿por qué no decirlo? Esta ciudad empieza al otro lado de la muralla de las estupideces consentidas y asumidas donde vivimos sedientos, desgarrados, luchando. La muralla la derrumba la cultura: la cultura que crea y empuja la ciudad soñada, la del otro lado, que está ya aquí.

Dotémonos de un plan para saltar la muralla. Para el ahora: mañana es tarde.

8. Un plan entorno al valor ético, de cultura, como corazón de la ciudad compartida.

Rilke, ya que estamos en vena con los grandes poetas, asegura que se puede *construir un mundo desde un minúsculo fragmento*. Y que la cultura concentrada en el

arte es la transformación integral del mundo en espléndido. No se puede expresar mejor.

El valor que optemos para la ciudad que salta desde la cultura, como motor para el rediseño, debe ser nuclear, imprescindible, motivador, medible, compartido. No puede ser un cóctel de valores con buenas palabras: esto es buenismo para quedarnos como está ya la ciudad. Ha de ser un reto. Un desafío. Y colectivo.

Un desafío que lo puede motivar e impulsar la llegada de un nuevo equipo de gobierno o el departamento para la cultura público que despierta después del largo mal sueño de las políticas culturales o lo impulsa un conjunto de asociaciones para la cultura muy emprendedoras. Lo importante es que se dé: se proponga. Se asuma y realice.

A veces el detonante para rediseñar la ciudad desde la cultura es la opción por convertir la ciudad en capital cultural, una efeméride ciudadana con arraigo, la opción por un fórum nacional o internacional... Hay varias oportunidades: trenes que pasan no muy a menudo. Es obligatorio subir.

9. Empecemos por impulsar el valor desde los espacios ciudadanos para la cultura

Para motivar desde el valor, interiorizarlo, proponerlo como vida básica para la ciudad común y personal, nada mejor ni más fácil que impulsarlo y trabajarlo desde la red plural de todos los espacios públicos para la cultura de la ciudad, los asociativos y los de las pequeñas empresas que se sumen. Deben ser motores, casas para el alma compartida. No simples lugares de consumo o diversión: son de otro sector. Interesante, pero totalmente otro. Desde el valor optado deben abordar temas y perspectivas que la ciudad urge, con gran creatividad abierta y compartida. He señalado muchas necesidades y retos que debemos afrontar. Ahora me centro desde dónde.

9.1. Centros cívicos para la vida compartida desde los barrios. Indispensables para la ciudad ética, cultural, renovada, de valor, porque son los espacios de proximidad

cotidiana en los múltiples barrios. Para el tú a tú de las relaciones, las apuestas, los descubrimientos y las implicaciones. Incluyo aquí las bibliotecas activas. Deben concebirse como un todo interrelacionado.

9.2. Teatros para pensar conjuntamente. En los escenarios se muestran pasiones, conflictos, preguntas, discrepancias, apuestas, horizontes, espantos, denuncias... para confrontar la vida personal y común. Con tonos de comedia o tragedia. Es igual. Lo nuclear, en los teatros públicos, es motivar el debate para la vida actual. Entonces, se llenan. Cumplen.

9.3. Auditorios para escuchar el horizonte. La música es la más abstracta, indomable e insondable de las artes. Hoy es especialmente importante porque, en sus espacios, los ciudadanos pueden escucharse y descubrir las melodías a menudo olvidadas de lo que quieren y desean – son y quieren ser – y cómo quieren vivir y convivir en la ciudad.

9.4. Museos que iluminan el presente. Desde la memoria o la más rabiosa actualidad. Cuando un museo no es para el hoy ciudadano, no dice, no sugiere... es un almacén de trastos venerables. ¡Existen tantos! Muchos se esfuerzan para no llegar, con lo que proponen, a los ciudadanos. Y menos a los últimos, los barriales. El elitismo de algunos museos es pura pornografía en nombre de grandes palabras vanas.

9.5. Asociaciones ciudadanas activas. Por pequeñas que sean. Muchas aportan valor porque en lo que hacen implican a los ciudadanos personalmente y a sus grupos creativos. Siempre apuestan por mejoras puntuales que repercuten en la colectividad. Mimémoslas. Impliquémoslas. Son la red básica, calle a calle, para la cultura compartida desde abajo, desde una multitud de propuestas casi infinitas.

9.6. Plazas públicas abiertas a la creatividad cotidiana. Soy cada día más partidario de la cultura en medio de la ciudad, en sus plazas, especialmente. Para compartir fiesta. Pero también para compartir preguntas y apuestas en un clima de civilidad reflexiva, expansiva y audaz.

9.7. *Grupos para la creatividad.* Acostumbran a estar formados por jóvenes emprendedores y ciudadanos inquietos. A menudo son críticos, innovadores altermundistas. ¡Bravo! Son la ciudad de la frontera, en movilización. Respetémoslos. Estemos a su lado. Facilitémosles visibilidad. Son ciudad de futuro. Me gustaría que dispusieran de espacios abandonados de la ciudad para que los transformen en fábricas de ideas para compartir desde las artes y los debates.

9.8. *Fundaciones, a menudo empresariales, con responsabilidad ciudadana.* Acostumbran – no todas – a programar para la cultura del prestigio de la propia empresa: son inversión en publicidad. Debemos incluirla para la cultura que crea ciudadanía si actúan con una gran responsabilidad social: van más allá del decorado corporativo.

9.9. *Instituciones ciudadanas con talento.* Muy diversas, ligadas a la universidad, a organizaciones nacionales o internacionales. Desde el mutuo respeto, sumémoslas también.

9.10. *Red de redes para la cultura.* Pesemos y trabajemos la cultura de la ciudad desde una red de redes que proponga cada seis meses algunos temas a los ciudadanos de especial interés para buscar soluciones o sugerencias desde la cultura. Los que forman la red de redes deberían conformar el Consejo para la Cultura de la Ciudad, nada paquidérmico, encorsetado o partidario.

10. ADN de las organizaciones públicas para la cultura que rediseña la ciudad.

He detectado algunas constantes que quiero compartir.

10.1. Han abandonado la producción materialista para implicarse en *la construcción de sentido* posmaterialista: les importa la vida de los ciudadanos y la ciudad más que sus producciones y programaciones.

10.2. Piensan sus programas como *lugares para la incubación de valor* que, después, comparten con los que están en lo que proponen.

10.3. No piensan en la tontería posmoderna de los nuevos públicos: están directamente por *la gran inmensidad de los excluidos*.

10.4. No pivotan entorno a un político/gestor estrella mediática o carismática sino que todo lo deciden y hacen *en equipo de talento implicado*.

10.5. Les importa poco informar, estar a la última, a la moda: *les motiva iluminar*, que es mejor y más fascinante.

10.6. Las actividades son importantes cuando comunican *ética relacional creativa*.

10.7. Los grandes equipamientos han sido substituidos por *experiencias memorables*: felicidades.

10.8. Los artistas vienen después y siempre impulsan *vida creativa* para todos.

10.9. La gestión la entienden y practican como *movilización*.

10.10. La diversión fue: ahora es tiempo para la plenitud ciudadana que opta por *repensar su vida y su futuro*.

10.11. No gastan: *invierten*.

10.12. No van detrás de sponsors sacando la lengua: *saben lograr* lo que necesitan.

10.13. Lo mío ha sido substituido por *la red de redes* para la cultura con los ciudadanos.

11. ¿Y el turismo que tanto preocupa a muchas ciudades?

Cuando, a menudo, cuento cosas de estas en clases, seminarios y conferencias la primera pregunta es: *esto aporta turismo, ¿verdad?* Me reprimo para no gritar: *¡esto aporta vida ciudadana de calidad compartida, tontón!* Pero digo amable: *el turismo viene después*. El rediseño de la ciudad desde la cultura es un fin en sí mismo: ciudad de ciudadanos que viven la experiencia de su humanidad en profundidad y felicidad, compartiéndola. Cuidando el hábitat común. Potenciando vida personal y pública responsable. Siempre abiertos. Siempre creativos.

Esta ciudad, claro, es atractiva. Despierta interés. Desarrollará sus inmensas oportunidades: crecerá en

economía, en espacios significativos, en servicios. Y vendrá el turismo. Para compartir lo que sus ciudadanos han logrado.

12. 10 notas especialmente audaces para pilotar y gestionar el rediseño de la ciudad desde la cultura.

Para terminar sugerentes.

12.1 Equipo de gobierno público con valor para la ciudad y liderazgo relacional claro. Son los políticos democráticamente elegidos quienes deben impulsar y finalmente optar por un posicionamiento nítido para la cultura de la ciudad, con un valor de marca ético, claro, cargado de creatividad, actual, imprescindible, ciudadanísimo, que marcará todo el proyecto de rediseño de la ciudad desde la cultura y lo dotará de sentido público, cívico: todo saldrá de él, se desarrollará con él y se realizará en la vida ciudadana. Toda esta decisión y proceso debe ir acompañado por un fuerte, amable e implicativo liderazgo relacional: han de asegurar que siempre se implica: todo se hace desde y con los ciudadanos. Ésta es su labor primera: facilitar un valor ético para potenciar cultura en la ciudad con los ciudadanos, metiéndolos en el equipo que piense y trace la propuesta concreta de marca, dialogando, asumiendo pareceres y críticas, codeciendo. Estamos en democracia: lo público lidera. Jamás ordena y manda.

12.2. Dirección gerencial con equipo de talento. Frente a la propuesta para el rediseño debe haber un gestor con un equipo plural. El gestor no es aquel que lo sabe todo y lo hace todo: es el que tiene claro que gestionar es lograr los resultados optados, de valor de marca, a través de otros. De otros directivos, trabajadores, organizaciones. Trabajando siempre en equipo, en red. Optando por los mejores: por los que aporten conocimiento, ideas, estrategias... que innoven. Brillantes. Los cuida. Los mima. Les da libertad. Les exige, claro. No hay equipos malos: hay gestores sosos y engreídos, mediocres, que hundan a los equipos y el proyecto desde la cultura para reinventar la

ciudad. Su parámetro de decisión, de vehiculación, es doble: el valor de marca y la opinión cómplice de los ciudadanos. Los creativos, intelectuales, comunicadores, sociólogos, líderes ciudadanos... forman parte de este equipo de equipos. El político para la cultura del equipo de gobierno o, mejor, el alcalde, abre el juego de la implicación y la complicidad. El gestor lo transforma en proyecto abierto, en instrumento real y continuado: en estilo de gestión, de organización para la transformación

12.3. Nada sin red de redes, nada sin sumar. Para un gran proyecto para la cultura con los ciudadanos, de la ciudad con marca cultura, debemos sumar, liderados por el gestor que representa al equipo de gobierno, a las diversas administraciones públicas, sean del partido que sean: se deben a la cultura de los ciudadanos. Debemos sumar a las plurales asociaciones cívicas, especialmente las del sector cultura, pero no sólo. Debemos sumar a las empresas claramente con responsabilidad social, especialmente las pequeñas y medianas. Y debemos sumar a los ciudadanos líderes y a los miles de anónimos. Para el consenso. Para la codecisión. No sólo para el bla/bla la de la consulta.

12.4. Innovación es diferencia con asunción de riesgos. En las ciudades karaoke, en los tiempos vulnerables, en el avance de la soledad amurallada, en las metamorfosis de los cambios institucionales, en la fragmentación acelerada, en el imperio de lo puntual imprescindible, en la monotonía de la vida y sus experiencias codificadas, en el empobrecimiento creciente y el stop al dictado del solo mercado... necesitamos urgentemente innovación para crear otra cultura para otra ciudad. No posible: imprescindible. Con ideas y sentido, no *light*, que excite compartir pertenencia, inconformista, abierta, desde las biografías plurales de los ciudadanos, llena de esperanza. Diferente, pues. Esto sólo tiene un problema fantástico: debemos asumir riesgos. La innovación, desde y para la cultura de la ciudad, es el resultado de un equipo de talento. No de un equipo de siervos, secretarios, mandados, burócratas, hiperpatidarios. Innovación es

libertad para la república: para las cosas de todos sin fronteras.

12.5. El dinero no lo es todo. Evidente. Grandes fortunas han engendrado grandes bodrios. Porque se han gestionado inadecuadamente. Hoy la gestión se basa en el crear y compartir conocimiento. Para ello, la mejor inversión debemos ponerla en el equipo de talento: busquemos capacidades, impliquemos a competentes, optemos por los que tienen ideas diferentes...a precios justos. No los marquemos con estándares de partido o burocráticos. No incorporemos gente cómoda, previsible. Y optemos, claro, por una gestión económica emprendedora, especialmente activa, nada administrativa y burda, muy ajustada, que con poco se consiga mucho. Tengamos siempre al frente un economista con visión ciudadana, externa, buenísimo. Y tengamos claro esto: los proyectos para la cultura casi nunca son económicamente rentables. Están bárbaros cuando no se pierde. Y, a menudo, son deficientes. Como los presupuestos/servicios para la salud y la educación. En cultura se invierte. Con generosidad pública. Los resultados en cultura no son económicos: son ciudadanos: ciudadanos con espléndida convivencia, en libertad responsable, ecológicos, por la paz y en diálogo entre la maravilla de las culturas plurales... en una ciudad referencial, significativa, óptimamente posicionada. Envidiable. Para todo esto pagamos impuestos. Y exigimos resultados de calidad en la ciudad.

12.6. Los parques temáticos con brillos de cultura no son jamás cultura. En los tiempos del todo vale muchos optaron por alucines y grandiosidades pomposas. No más: un espanto. La cultura, siempre, valor, sentido, conocimiento, opción, esfuerzo o complicidad para la vida cívica, personal y común de humanidad radical, plantea preguntas, esboza horizontes. Todo proyecto para la cultura de la ciudad que se traviste en parque para la diversión o el entretenimiento, es un atentado contra la ciudad y sus ciudadanos que hoy anhelan, quieren, un mundo y una vida, una ciudad con más sentido ético compartido. No sólo

con más diversión. No se puede frivolar con valores éticos claves para la vida personal y pública. No se pueden descafeinar. Si se usan para solo entretener es delito. Los ciudadanos lo notan. Se lo apuntan en el secreto de la conciencia. Y obran en consecuencia: se quedan en casa y en las elecciones echan a los tontos. Mi experiencia traumática en el Fórum de las Culturas de Barcelona 204 me lo confirma.

12.7. Los fragmentos no conforman un proyecto para la cultura de la ciudad. Todo proyecto global para la cultura de la ciudad debe narrar, con fuerza y emoción, el valor cívico que lo crea, lo pone en pie y lo hace imprescindible para los ciudadanos. Ha de ser, pues, en su conjunto una experiencia inolvidable, que marque: que asocie ciudadanos y sus organizaciones, que descubra horizontes apasionantes. Parcelar, trocear, tratar cada fragmento como un producto separado, acostumbra a ensombrecer el valor, a optar por narratividades casi opuestas y presentar más un pastel mediático que una apuesta de conocimiento desbordante de vida ciudadana. La solución: trabajar desde el valor en red de equipos interorganizaciones culturales y para la ciudad común, sin protagonismos absurdos. Pactando el valor de marca desde la diversidad, que siempre es enriquecedora. No hagamos ni proponamos jamás solo cositas, la mayoría prescindibles: decoración.

12.8. Aprendamos de los errores: es de sabios. Quien no se arriesga no consigue nada. Optar por la sola y estricta calidad hoy ya no es suficiente. Porque los ciudadanos nos piden experiencias emocionantes y sorprendentes. En los proyectos clave y ambiciosos, más. Es por esto que los proyectos altamente innovadores exigen políticos valientes, gestores lúcidos y equipos con talento que arriesguen: que se atrevan. Con garra. Con ambición. Con tesón. Y si fallamos, aprendamos. El siguiente será óptimo. Y no cerremos ningún proyecto sin ensayarlo con los ciudadanos. Con grupos de análisis. Aquí muchos errores encuentran ya solución.

12.9. *La cultura de las ciudades crece y decrece: cuidémosla.* La cultura –y sólo la cultura- crea, mantiene e incrementa ciudades libres, democráticas, solidarias, sostenibles, comunicadas, abiertas. Porque les facilita sentido: civilidad. Apuesta por la república, por estar y gestionar, por optar y cuidar las cosas de todos. Con todos. Esta opción por lo común, por la ciudad compartida y creativa, no es consubstancial a la ciudad y sus ciudadanos. Se aprende. Se ejerce. Y, a menudo, se monotiza, se adormece e, incluso, a veces está semimuerta, superviviente, ahogada. El rediseño de ciudad desde la cultura, pues, debe plantearse desde el punto en que está la cultura de la ciudad para señalar dónde quiere apuntar. Y debe lograrlo. Con entusiasmo.

12.10. *Metamos a raros.* Hoy –no confundir- los raros no son la mayoría de artistas, en los que abundan los oficialistas de las artes y grandes/amantes sólo de la plata. Los raros son los que piensan desde lo radical de hoy, los que han logrado poner en pie pequeños o grandes proyectos para la cultura aparentemente imposibles, los que se avanzan cinco años a los tiempos, los que se preguntan cada día como pueden hacerlo mejor, los que les importa el encuentro con el otro diferente, los que buscan lo improbable necesario. Los que son radicalmente ciudadanos creativos antes que otra cosa. Con ellos, todo. Con ellos, ¡música!

Termino con una experiencia personal. Después de contar estos 10 mandamientos en un seminario en Madrid se me acercan algunos asistentes entusiasmados. *Profesor*, me pregunta un muchacho esbelto, con pelo largo y trazos mestizos, demasiado a lo militar informal, *sus 10 mandamientos ¿cómo los resumiría?* Viene con un bloc y bolígrafo. *Apunta, chico: ciudadanos, ciudadanos y ciudadanos. Innovación, innovación e innovación. Y comunicación, comunicación y comunicación. Así, con insistencia.* Me regala mi caricatura hecha durante la conferencia. Casi me gusto. Es tarde, anochece. Le invito a

cenar ligero. Y me exprime. Estudia marketing. Quiere montar una empresa para el turismo especializado en cultura. *Profesor ¿por qué usted no está dirigiendo un equipamiento muy importante para la cultura?* No hay manera de que me llame Toni. Despisto. Me sacude: *¿como profe de marketing público que usted realmente en su vida profesional, cómo concebiría un centro para la cultura con marca de ciudad?* Pido un vino rosado. Y le ataco. *El problema de las organizaciones, de las marcas ciudadanas para la cultura, es que no logran entender a los ciudadanos.* Me mira, absorto. Brindamos. *Gestionar una marca para la cultura pública no tiene secretos. Uno debe saber cómo se gestionan hoy las marcas de valor, estar abierto, escuchar, implicar...* Come con vigor y escucha con pasión. *Mira, primero fueron importantes las organizaciones, después las marcas, por último los medios de comunicación. Hoy lo son los ciudadanos. Deciden cuanta comunicación quieren, deciden si van a estar contigo... Estas decisiones las toman si notan –y no se equivocan- que les invitas a compartir intimidad, sensibilidad, compromiso, confianza: marca de valor sin decoraciones ni estupideces: experiencias para la vida otra, más auténtica, abierta, con los otros diferentes, más creativa. Altamente ética, no le tengas miedo a la palabra. Entonces se enamoran. Y están contigo, entusiasmados. Para esta toma de decisiones buscan información. Y la encuentran siempre a gran velocidad. Debemos pensar nuestros proyectos para la cultura, nuestra comunicación, todo, desde ahí. Debemos presentar sueños. Ilusiones. Esperanzas. En una palabra: ¡valor otro, olvidado, cargado de futuro! Esto es lo que quieren los ciudadanos. Para lograr todo esto, situemos a los ciudadanos en el centro de la creatividad, las decisiones, la comunicación, los precios... Estemos, constantemente, conectados con ellos. En su pluralidad y personalidad. Y estarán, fielmente, con nosotros. Es el marketing para la mutua confianza: el del valor relacional.* Alza la copa. *Profesor, es mejor que los diez puntos. Ya no queda nadie en el restaurante. ¿Quiere*

escribir un libro conmigo sobre marketing cultural que movilice y enamore muchachos? Me lo voy a pensar.

¿Difícil lo del rediseño de las ciudades desde la cultura? Un amigo argentino, gran diseñador, me envía un e-mail en navidades, en rojo brillante y una frase en blanco, inmensa: *¡Tente fe!* Si la tenéis como organizaciones públicas plurales para la cultura, como ciudadanos, como creativos, como ciudad, el rediseño está en la esquina.

Toni Puig

www.tonipuig.com