

Miguel Ángel Chaves Martín (Ed.)

CIUDAD Y COMUNICACIÓN



Grupo de Investigación
Arte, Arquitectura y Comunicación en la Ciudad Contemporánea
Universidad Complutense de Madrid

CIUDAD Y COMUNICACIÓN

Miguel Ángel Chaves Martín (Ed.)

EDITA: Grupo de Investigación Arte, Arquitectura y Comunicación en la Ciudad Contemporánea. Universidad Complutense de Madrid

COLABORA: Departamento de Historia del Arte y Patrimonio. Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Madrid

© De los textos: sus autores

© De la presente edición: Grupo de Investigación Arte, Arquitectura y Comunicación en la Ciudad Contemporánea (UCM)

REVISIÓN DE TEXTOS Y MAQUETACIÓN: Estíbaliz Pérez Asperilla

DISEÑO PORTADA: Beatriz Villapecellin Villanueva

IMPRESIÓN: Discript S.L. Madrid

ISBN: 978-84-617-5575-2

DEPÓSITO LEGAL: M-36807-2016

PRIMERA IMPRESIÓN: Septiembre 2016

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Los Editores no se responsabilizan de la selección y uso de las imágenes incluidas en la presente edición, siendo responsabilidad exclusiva de los respectivos autores.

Este volumen colectivo se vincula a los resultados del proyecto *Arquitectura, urbanismo y representación en la construcción de la imagen de los barrios artísticos* (Ref. HAR2012-38899-C02-02). Plan Nacional de I+D+i. Ministerio de Economía y Competitividad.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	
Miguel Ángel Chaves Martín	9
EL FUTURISMO Y LA CIUDAD A TRAVÉS DE SUS MANIFIESTOS	
Mercedes López Suárez	13
REPRESENTACIÓN DE LA CIUDAD EN LAS <i>RELACIONES GEOGRÁFICAS</i> DE LAS INDIAS	
Adela Acitores Suz	27
EL CINE DE FICCIÓN Y EL ESTUDIO DE LAS TRANSFORMACIONES URBANAS. EL CASO DE MADRID	
Víctor Aertsen, Agustín Gámir, Carlos Manuel	39
EXPRESIONES DE PODER EN LA PLAZA MAYOR HISPANOAMERICANA	
Andrea Paola Alarcón Núñez	49
CIUDAD Y ARTE EN BELGRADO: TRES APROXIMACIONES LITERARIAS (BOUVIER, MAGRIS, DRASKOVIĆ)	
Pilar Andrade Boué	59
EN RED-ARTE EN LA CIUDAD	
María Jesús Aparicio González	69
LA GUERRA CIVIL LIBANESA EN EL CINE: ALTERACIONES URBANAS EN BEIRUT A TRAVÉS DE SUS REPRESENTACIONES FÍLMICAS	
Inés Aquilué Junyent, Sergio Villanueva Baselga	79
LÍNEA CON MEMORIA	
Manuel Arenas Vidal	93
LAS ARQUITECTURAS PINTADAS EN MÁLAGA: ¿CÓMO COMUNICAR SUS VALORES PATRIMONIALES A LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA?	
Eduardo Asenjo Rubio	99
EL ENSANCHE DE VALENCIA DE 1859. ¿UNA PROPUESTA ROMÁNTICA?	
Inés Cabrera Sendra	109

MEJORANDO EL PAISAJE URBANO A TRAVÉS DE LA MEMORIA COLECTIVA: EL PROYECTO “VENTANAS A TETUÁN” EN MADRID Beatriz Calvo Peña	117
INFLUENCIA DEL CINE EN LA ARQUITECTURA DE LA CIUDAD Òscar Canalís Hernández	127
COMUNICACIÓN E IDENTIDAD EN LOS COMERCIOS A PIE DE CALLE. LA IMAGEN DE LA CIUDAD A TRAVÉS DE LOS PEQUEÑOS LOCALES: DE LA MODERNIDAD A LA GLOBALIZACIÓN (1925-1975) Armando Cano Redondo, Andrés Martínez-Medina	135
HERRAMIENTAS DIGITALES COMO INSTRUMENTOS DE EDUCACIÓN ARTÍSTICO-PATRIMONIAL AL SERVICIO DE UNA CIUDAD EDUCADORA: EXPERIENCIAS TANGIBLES EN LA CIUDAD DE BARCELONA Júlia Castell Villanueva, Laia Coma Quintana, Carolina Martín Piñol	147
HECHAS DE DESEOS Y MIEDOS Aurora Conde Muñoz	157
CANALETTO, ROSSI Y ROWE: LA PINTURA COMO BASE PARA UNA TEORÍA DE LA PROYECTACIÓN DE LA ARQUITECTURA DE LA CIUDAD Alberto Costa Martínez - Hidalgo	167
DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA CIUDAD: UNA APROXIMACIÓN A LA IMPLEMENTACIÓN DE PANTALLAS DIGITALES EN LA CIUDAD DE MÉXICO Adriana Dávila Ulloa	177
JEFF WALL: CONSIDERACIONES ECOCRÍTICAS DEL ESPACIO URBANO COMO CONTEXTO DE COMUNICACIÓN Marta Delgado Larrodé	189
MODELO ARQUETIPO DE CIUDAD FUTURA REPRESENTADA EN EL CINE CLÁSICO. ANÁLISIS DE EVERYTOWN Rosa Delgado Leyva	197
LA DIFUSIÓN CULTURAL DE LA ARQUITECTURA, LA CIUDAD Y EL PATRIMONIO. POSIBILIDADES, RETOS Y ESTRATEGIAS Miguel Díaz Rodríguez	209

EL PAPEL DE LA PUBLICIDAD Y LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN LA DIVULGACIÓN DEL PATRIMONIO MUNDIAL DE LA UNESCO	
Artur Philipe Dos Santos, Aurora García González	217
LA METRÓPOLI SOÑADA. LA IMAGEN DEL RASCACIELOS EN LA PUBLICIDAD DE LAS REVISTAS ESPAÑOLAS DE ARQUITECTURA Y CONSTRUCCIÓN DE LOS AÑOS TREINTA	
Francisco Egaña Casariego	225
LOS CREATIVOS Y LAS CIUDADES	
Romina Cecilia Elisondo, Danilo Silvio Donolo	235
LA CONSTRUCCIÓN DE UNA IMAGEN DE CIUDAD. BURGOS EN LA MIRADA DE LOS VIAJEROS ILUSTRADOS Y ROMÁNTICOS	
Montserrat Espremans Baranda	243
LO BIOLÓGICO COMO POSIBILIDAD ICONOGRÁFICA. SIMULACIÓN DE CARTOGRAFÍAS CORPORALES	
Luz Alejandra Estrada Galeano	253
URBANISMO Y EUSKERA	
Unai Fernández de Betoño Sáenz de Lacuesta	265
DE LA MULTIDISCIPLINARIEDAD A LA TRANSDISCIPLINARIEDAD: MIGRACIÓN ENTRE LA REALIDAD Y LA IMAGEN	
Miguel-Héctor Fernández-Carrión	273
CIUDAD Y PANTALLAS DIGITALES PUBLICITARIAS: MOTIVOS, FUNCIONES Y EFECTOS DE SU IMPLANTACIÓN	
Jennifer García Carrizo	281
CÁCERES: PATRIMONIO Y URBANISMO EN EL SÉPTIMO ARTE	
Angélica García-Manso	293
REPRESENTACIONES ARTÍSTICAS DE LA CIUDAD DE SEVILLA DESDE LA CORNISA DEL ALJARAFE	
Miguel García Martín	301
SABER ESTAR EN LA COSMOPOLIS: EL BUEN GUSTO. MÁS ALLÁ DE LA “CIUDAD LÍQUIDA” DE BAUMAN: UNA CUESTIÓN DE ESTÉTICA	
Rafael García Sánchez, Juan Manuel Salmerón Núñez	311

LA IMAGEN DE TOLEDO EN EL SIGLO XVIII A TRAVÉS DE DOS VIAJEROS ILUSTRADOS. UN ACERCAMIENTO AL PATRIMONIO ARTÍSTICO Verónica Gijón Jiménez	321
LA CONSTRUCCIÓN DEL IMAGINARIO POP EN EL MADRID DE LA MOVIDA: EL BARRIO DE MALASAÑA Rafael Gómez Alonso	331
RELATOS INCOMPLETOS DEL ENTORNO DOMÉSTICO: DE LA CASA COLONIAL A LA CASA PREMODERNA EN LA LITERATURA DE TOMÁS CARRASQUILLA Luz Margjori Gómez Jiménez	339
LA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LA SEÑALÉTICA EN LAS CIUDADES Marta González-Peláez	347
DE LA MARCA CIUDAD A LA MARCA PAÍS: EL CASO ESPAÑOL Olga Heredero Díaz, Miguel Ángel Chaves Martín	353
MANHATTAN: GEOMETRÍA URBANA VERSUS DELITOS Blas Herrera Gómez, Albert Samper Sosa	361
LA IMAGEN DE LA ARQUITECTURA INDUSTRIAL EN LOS ENCABEZAMIENTOS DE FACTURAS, ENTRE 1880 Y 1915. UNA APROXIMACIÓN DESDE EL ARCHIVO DE LA EMPRESA FORJAS DE BUELNA (CANTABRIA) Sara del Hoyo Maza	371
COLECTIVIDAD SOCIAL EXPANDIDA. LAS REDES URBANAS EN LAS PRACTICAS ARTÍSTICAS Ricardo Iglesias García	379
KING VIDOR O EL TRATAMIENTO URBANO EN EL CINE COMO METÁFORA DE UNA EVOLUCIÓN IDEOLÓGICA Ricardo Jimeno Aranda	391
ANÁLISIS Y REPRESENTACIÓN DEL ESPACIO URBANO A TRAVÉS DE MEDIOS AUDIOVISUALES Leandro Madrazo	401
CINE Y ESPACIO URBANO: GUEST, DE JOSÉ LUIS GUERIN Luz Marina Ortiz Avilés	409
CIUDADES IMAGINADAS, CIUDADES SOÑADAS, CIUDADES (RE)CREADAS Ana Panero Gómez	417

EN LA CIUDAD DE LOS BOLCHEVIQUES: GLUMOV, MISTER WEST Y OCTOBRINA Alfonso Puyal	427
CUIDAD Y COMUNICACIÓN VIRTUAL: EL MAPA INMATERIAL DE PORTO Cristina Tereza Rebelo	437
TORRES Y MURALLAS - LA IMAGEN DE LA CIUDAD COMO EXPRESIÓN DEL PODER DE LOS DUQUES DE BORGONA Y FLANDES EN LA SEGUNDA MITAD DEL SIGLO XV Oskar Jacek Rojewski, Paolo Privitera	445
LA COMUNICACIÓN DE LA CONFLICTIVIDAD URBANA POR LAS ASOCIACIONES VECINALES. EL CASO DE LA INTEGRACIÓN DEL AVE EN MURCIA Juan Manuel Salmerón Núñez, Rafael García Sánchez	457
ARTE Y CIUDAD EN LA PLANIMETRÍA HISTÓRICA DEL ARCHIVO DUCAL DE MEDINACELI Antonio Sánchez González	467
“SMART CITY” Y PATRIMONIO CULTURAL: LAS APLICACIONES MÓVILES DE CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD ESPAÑOLAS María Sánchez Martínez, Fernando Bonete Vizcaino	475
‘UN, DEUX, TROIS... PARIS!’ LA NARRACIÓN DE LA CIUDAD A TRAVÉS DE LA MÚSICA POPULAR: ZAZ Y SU REVISIÓN DE LAS ‘CHANSONS FRANÇAISES’ DEDICADAS A LA CAPITAL Mónica Tovar-Vicente	483
URBE LUDENS: EL PLACER DE ‘HACER JUNTOS’ CIUDAD Angelique Trachana	493
LA IMAGEN EN LA CIUDAD: OBJETO Y COMUNICACIÓN Paola Velásquez Betancourt	503
EL PROYECTO SMART CITY DESIGN COMO VÍA DE DESARROLLO DE LA CIUDAD DE CORTONA Gianluca Emilio Ennio Vita	511
URBANISMO HOOK-UP. LAS NUEVAS CARTOGRAFÍAS DEL DESEO EN LOS TIEMPOS DE GRINDR Y TINDER Guzmán de Yarza Blache, Jorge León Casero	519

LOS CREATIVOS Y LAS CIUDADES

ROMINA CECILIA ELISONDO

DANILO SILVIO DONOLO

Universidad Nacional de Río Cuarto

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina)

1. INTRODUCCIÓN

En la ponencia se analizan las ciudades como espacios propicios para la creatividad considerando estudios biográficos de personalidades argentinas destacadas de las ciencias, las artes y la cultura. Se recuperan estudios biográficos previos (Elisondo, 2013; Elisondo, Donolo y Rinaudo, 2013 a y b; Elisondo, en prensa) para profundizar en el análisis de las relaciones entre los creativos y las ciudades. Buenos Aires, Barcelona y París son las principales ciudades que aparecen en los relatos y las biografías de los creativos como contextos propicios para la creatividad. Los creativos se acercan y se alejan de las ciudades transformándolas y transformándose en cada viaje, estancia y recorrido.

En la primera parte de la ponencia, se presentan consideraciones teóricas respecto de las ciudades creativas y los potenciales impactos de los contextos urbanos en la creatividad. También se argumenta teóricamente acerca de las ciudades creativas desde perspectivas socioculturales de estudio de la creatividad. Se destaca la importancia de las interacciones sociales en el desarrollo de proce-

dos creativos y se analizan espacios públicos y privados de las ciudades que facilitan construcciones conjuntas de conocimientos, iniciativas y proyectos. Reuniones de cafés, tertulias en algunas casas famosas, como la de Victoria Ocampo, y algunas bibliotecas se configuran en espacios propicios para el desarrollo de ideas y proyectos innovadores en diferentes áreas. Por último, se proponen consideraciones finales y posibles líneas de investigación e intervención orientadas a la promoción de la creatividad en contextos urbanos.

2. PERSPECTIVAS SOBRE CREATIVIDAD Y CIUDADES

La relevancia social, económica y cultural que la creatividad ha contribuido en la consolidación de un campo de investigación cada vez más diverso, complejo y desafiante. Los estudios no solo se centran en los individuos sino que avanzan hacia consideraciones más grupales, sistemáticas y comunitarias respecto de los procesos creativos y sus impactos en diferentes contextos y culturales. El campo actual de investigación de la creatividad se caracteriza por la multiplicidad de definiciones, enfoques, perspectivas,

voces y metodologías. El campo de la creatividad también es atravesado por el de las políticas sociales, culturales y económicas, las innovaciones sociales y los desarrollos tecnológicos vertiginosos. El tema de las ciudades ocupa un lugar importante en el campo de investigación de la creatividad, especialmente en los estudios contextuales y culturales de los procesos creativos. Desde la perspectiva de la creatividad, las ciudades son analizadas como entornos amplios que configuran espacios y lugares que favorecen el pensamiento y la producción divergente, la innovación y la transformación. Las perspectivas socio-culturales de estudio de la creatividad (Glaveanu, 2010, 2014) ofrecen interesantes argumentos para analizar las ciudades creativas como contextos de interacciones entre grupos y objetos culturales, se entiende que los procesos creativos dependen de las interrelaciones entre sujetos, grupos, objetos y lenguajes culturales. Además, los procesos creativos siempre suponen acciones de los sujetos y los grupos, es decir intervenciones sobre la realidad, los entornos, los objetos culturales disponibles y las nuevas propuestas. Según Glaveanu (2013), la creatividad puede ser comprendida desde un enfoque de las 5 A: Actor, Acción, Artefacto, Audiencia, *Affordances* (posibilidades en los entornos). El modelo de las 5 A pretende reflejar una visión dinámica, compleja, contextual y sistémica de la creatividad que se sustenta en planteos de la psicología socio-cultural. Glaveanu y Tanggaard (2014) también se han referido a la necesidad de incorporar consideraciones sobre identidad creativa en los estudios socio-culturales de los procesos creativos. Los autores consideran a la identidad creativa como el proyecto representacional emergente de las interacciones entre el creador, los otros, las audiencias y las diferentes nociones de creatividad presentes en los discursos sociales. Según los investigadores, es relevante analizar cómo las identidades creativas y las representa-

ciones sobre lo creativo, que siempre son sociales, dinámicos, contextuales y múltiples, pueden facilitar u obstaculizar el desarrollo de la creatividad en diferentes entornos.

La creatividad un tema de interés en las agendas de organismos internacionales como la UNESCO quien propone desarrollar ciudades creativas, promover la creatividad artística y procesos creativos en la educación. La creatividad atraviesa casi todos los temas relevantes definidos para la UNESCO, es un tópico cultural, pero también social, educativo y de las políticas urbanas. Para la UNESCO, la creatividad es un elemento esencial no solo para la vida espiritual, sino también para la vida individual y material de los individuos y los pueblos. Asimismo, creatividad, según la UNESCO, ofrece posibilidades para el diálogo intercultural e igualitario entre diferentes sectores y grupos. La creatividad es un proceso dinámico que reúne tradición, imaginación e innovación. Ofrece a las personas y a las comunidades múltiples canales para explorar los interrogantes acerca de las normas, identidades y expectativas sociales con respecto a los papeles de género y las relaciones que se producen (UNESCO, 2014). Un breve recorrido por la página oficial de la UNESCO muestra la transversalidad de la creatividad en las diversas áreas y políticas definidas por el organismo.

A partir de los planteos de Florida (2002) y el documento inicial de la UNESCO, propuesto en 2004 (UNESCO, 2004), investigadores, políticos y gestores de planificación urbana y social se han interesado con mayor énfasis en el tema de las ciudades creativas. Se han desarrollado numerosos eventos científicos, como por ejemplo Congreso de Ciudades Creativas Madrid 2009, Madrid 2011, Campiñas 2013 y Madrid 2015¹ y

¹ Actas de los Congresos Disponibles en <http://www.congreso2013.ciudadescreativas.es/images/atasparte1publicar.pdf>
<http://www.icono14.es/actas-del-ii-congreso-internacional-ciudades-creativas>
<http://www.icono14.es/actas-i-congreso-internacional-ciudades-creativas>

el Congreso de Creatividad e Innovación en Cáceres 2009, en los que se ha tratado la temática desde diferentes perspectivas y con el aporte de especialistas en diferentes campos. También se han realizado numerosas estudios referidos al tema y su impacto en diferentes contextos geográficos, políticos y culturales (Castello y Ortega, 2014; Araújo, Bernardes y Ramos, 2014; Grossi y Tuca, 2014; Barcenas, 2014).

Desde la perspectiva de Florida (2002) el motor de la economía se encuentra en el sector creativo, es decir en las personas que agregan valor económico a través de su creatividad. Las ciudades que atraen a las clases creativas son aquellas en las que existen muchas alternativas y posibilidades de empleos creativos, alta calidad en equipamiento y dinamismo cultural (lugares ricos en actividades culturales y vida vecinal, lugares tolerantes a la diferencia y ambientes innovadores). Los planteos de Florida han recibido críticas de numerosos sectores especialmente por el enfoque netamente economicista que refleja su postura y la desconsideración de otros aspectos importantes para el desarrollo de la creatividad en las ciudades. Según Galarraga, Luna y González (2013) el modelo económico de las ciudades creativas profundiza contradicciones inherentes a la lógica del capitalismo especulativo generando ciudades exclusivas que refuerzan la fragmentación de la ciudad y de los ciudadanos plasmando una desigual estructura de oportunidades y procesos de mercantilización de la cultura y la práctica artística. Para superar estas contradicciones proponen generar entornos socialmente creativos en las ciudades que movilicen recursos y capacidades de los grupos y promuevan la innovación social y el desarrollo territorial. Resulta socialmente significativo pensar las ciudades creativas como contextos donde los ciudadanos construyen y reconstruyen entornos socialmente creativos donde desplegar sus potencialidades de innovación colectiva.

Menchen (2007) también propone una definición de ciudad creativa que integra perspectivas subjetivas y sociales. Según el autor una ciudad creativa es aquella que proporciona a sus ciudadanos las condiciones y el clima propicio para que fluya la creatividad, con el objeto de generar proyectos innovadores que beneficien a toda la comunidad. Estas ciudades logran definir explícitamente el modelo deseado de ciudad, construir redes sociales, formar ciudadanos creativos, favorecer la confluencia de culturas, el acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y la apertura a planes y programas innovadores. Es necesario un análisis crítico de los múltiples y diversos desarrollos teóricos sobre ciudades creativas. Acordamos con Galarraga, Luna y González (2013) en la necesidad de superar los discursos economicistas y técnicos referidos a las ciudades creativas y construir genuinos espacios de creatividad social en los contextos urbanos. Es indispensable reflexionar acerca de los impactos sociales y culturales de ciertas políticas y desarrollos conceptuales que lejos de generar contextos creativos en las ciudades, fragmentan, dividen y excluyen. Se requiere de perspectivas sociales y culturales para comprender y promover ciudades creativas como espacios urbanos ricos, diversos y estimulantes para todos los ciudadanos. En esta línea, se desatacan la importancia de los entornos comunitarios, barriales y culturales que se construyen y reconstruyen en las ciudades.

3. NUEVAS LECTURAS DE LOS ESTUDIOS BIOGRÁFICOS

En la presente ponencia proponemos nuevas lecturas a los análisis realizados en estudios biográficos previos donde investigamos procesos desarrollados por creativos argentinos. Específicamente, en esta ponencia nos interesa indagar respecto de las relaciones entre los creativos y las ciudades que habitaron. En el libro *Estudios de*

*creatividad. Las travesías de Alfonsina, de Astor, de Julios y de Mariás*², analizamos la vida de creativos en diferentes campos artísticos, culturales, científicos y sociales, incluimos en la muestra a las siguientes personalidades: Atahualpa Yupanqui, Roberto Arlt, Antonio Berni, Adolfo Bioy Casares, Julio Bocca, Jorge Luis Borges, Julio Cortázar, Enrique Santos Discépolo, Bernardo Houssay, René Favaloro, Roberto Fontanarrosa, Joaquín Salvador Lavado (Quino), Luis Federico Leloir; César Milstein, Victoria Ocampo, Astor Piazzolla, Benito Quinquela Martín, Ernesto Sábato, Alfonsina Storni, Leopoldo Torre Nilsson, Marina Esther Traverso (Niní Marshall) y María Elena Walsh (Elisondo, 2013). Luego, profundizamos los análisis de los creativos en campos científicos (Elisondo, Donolo y Rinaudo, 2013a) y culturales (Elisondo, Donolo y Rinaudo, 2013b). En el último estudio biográfico (Elisondo, en prensa) analizamos desarrollos creativos de los siguientes científicos: Cristiane Dosne de Pasqualini, René Favaloro, Emilia Ferreiro, Enrique Gaviola, Bernardo Houssay, Luis Huergo, Gregorio Klimovsky, Luis Federico Leloir; Salvador Mazza, César Milstein, Jorge Newbery, Enrique Pichon Riviere, Osvaldo Alfredo Reig, Jorge Sábato; Eugenia Sacerdote de Luistig, Manuel Sadosky y Mariana Weissman.

En los estudios apelamos a los enfoques teóricos y metodológicos referidos a perspectivas biográficas contextuales de la creatividad (Gruber y Wallace, 1999). Se han construido categorías a partir de las nuevas lecturas de los análisis realizados en las investigaciones señaladas. Las categorías muestran la relevancia de los contextos urbanos en el desarrollo de la creatividad y el papel de los sujetos en la apropiación y re significación de dichos contextos.

3.1. No se quedan quietos...

Los creativos a lo largo de la vida habitan múltiples ciudades reales e imaginarias. Los creativos se desplazan por las ciudades y los países buscando contextos propicios para el desarrollo de nuevas ideas, producciones y vínculos. Las relaciones entre los creativos y las ciudades son dinámicas y complejas, los creativos se mueven hacia entornos más diversos, tolerantes y estimulantes. A su vez, los creativos transforman los lugares que había en contextos más divergentes e inspiradores, porque crean nuevas relaciones, formas de percepciones el mundo y producciones innovadoras.

Tal como sostienen Csikszentmihalyi (1996), Florida (2002) y Tornqvist (2004), los creativos se desplazan hacia ciudades donde existen múltiples oportunidades de desarrollarse en campos y ámbitos específicos

Los análisis realizados en el segundo estudio han demostrado que Buenos Aires y París se han constituido en centros culturales que atraían a los creativos o potenciales creativos. Estas ciudades donde reinaba la diversidad cultural y cierta tolerancia a la diferencia representaron para los creativos espacios propicios para el desarrollo de la creatividad. El intercambio con otros creativos y con *diversidades* culturales y sociales parece haber ampliado los horizontes y las perspectivas de los creadores favoreciendo la creatividad. Las diversidades y los objetos culturales y simbólicos de las ciudades en las que vivían los creativos se han convertido en materias primas para muchas de sus obras, en las cuales pueden observarse *rasgos* porteños y parisinos (Elisondo, 2013: 320).

Los desplazamientos de los creativos a veces son forzosos, muchos han emigrado de contextos desfavorables, como

² Libro completo de acceso abierto disponible en <http://issuu.com/revistalatinadecomunicacion/docs/10cbadonolo>

guerras, crisis económicas, etc., otros han debido exiliarse debido a problemas políticos o *diferencias de perspectivas con los gobiernos de turno*. En otros casos los creativos de desplazan por interés personal o por sugerencia de otras personas, en el caso de los científicos se observa claramente la incidencia de los mentores o tutores en la promoción de viajes académicos a otras ciudades y países.

En las biografías analizadas se observa que muchos de los científicos podrían considerarse *bien viajados*, características que parece vincularse estrechamente con la creatividad, en tanto las estancias en lugares diversos ofrecen oportunidades de aprendizaje y de construcción de experiencias culturales variadas (Elisondo, en prensa: s/d).

No quedase quietos parece ser una constante en la vida de los creativos, en diferentes circunstancias y con motivaciones también diversas, los creadores se desplazan por las ciudades construyen en ellas nuevos espacios para el aprendizaje y la creatividad. En las nuevas ciudades que habitan los creativos encuentran diversos lenguajes, imágenes, costumbre y entornos de interacción. Estas experiencias diversas contribuyen de manera significativa en el desarrollo de la creatividad, tal como lo señalan numerosos estudios multiculturales (Leung y Chiu, 2010; Maddux, Adam y Galinsky, 2010; Damian y Simonton, 2014). La diversidad de experiencias culturales vividas en las ciudades ofrecen ideas, perspectivas y recursos variados para el desarrollo de producciones creativas.

3.2. Espacios en las ciudades...

Los creativos estudiados constantemente buscan y construyen espacios para aprender, leer, intercambiar ideas, establecer contactos con personas significativas y expresarse mediante la pintura, la escritura, la música o la ciencia. Bibliotecas, librerías, tertulias, laboratorios y parques son espacios de las ciudades en los que los crea-

tivos activamente habitan y comparten con otros de intereses similares. Las ideas, y la creatividad, tal como sostiene Steve Jobs, parecen encontrarse más a gusto en los pasillos, los cafés y los espacios menos estructurados.

Los lugares construidos por Victoria Ocampo, son solo algunos de los múltiples lugares disponibles en Buenos Aires a mediados del siglo pasado para la creatividad y la expresión cultural. El Café Tortoni, la casa de las hermanas Lange, bibliotecas oficiales y populares, peñas y grupos independientes diversos, son también lugares creativos disponibles en el Buenos Aires de aquella época. Desde inicios del siglo pasado, o tal desde antes, Buenos Aires hasta es una ciudad caracterizada por la diversidad y apertura cultural y la disponibilidad de lugares para la expresión artística y social y el intercambio de ideas y proyectos. Además, Buenos Aires integra en sus calles y espacios historias y proyectos, pasado y futuro se conjugan en una ciudad llega de oportunidades para la creatividad. Consideramos a Buenos Aires como una ciudad creativa, en la época de Victoria y en la actualidad (Elisondo, Donolo y Rinaudo, 2013b: 240).

La creatividad se construye y reconstruye en diferentes espacios de las ciudades, no solo en los contextos esperables, escuelas de arte, universidades, conservatorios, sino y especialmente, los procesos creativos se despliegan en entornos no formales y en algunos casos inesperados. Las ciudades ofrecen múltiples espacios para la creatividad, sin embargo depende los sujetos encontrarlos, hacerlos propios, reconstruirlos y generar otros. Es interesante en el análisis de las ciudades creativas considerar el papel de los sujetos en la apropiación de los espacios urbanos.

3.3. El sujeto en las ciudades...

Para la creatividad es importante que existan espacios diversos, ricos y estimulantes en las ciudades, también es

indispensable que los sujetos habiten estos espacios y los reconstruyan en interacción con otros. La creatividad depende de la confluencia de factores subjetivos y contextuales, no caben dudas de que son importantes las oportunidades disponibles en los entornos, no obstante éstas no son suficientes sino no son aprovechadas y resignificadas por sujetos motivados e interesados en desplegar sus potenciales creadores. Identidad, agencia, responsabilidad social y relaciones interpersonales conforman un entramado complejo de conceptos y procesos socioculturales puestos en juego en la construcción y reconstrucción de aprendizajes y entornos creativos. Las personas, los grupos, tienen un papel activo en la construcción de contextos y la contextualización de las oportunidades disponibles en diferentes organizaciones, instituciones y contextos urbanos.

La utilización y generación de *espacios* también es determinante en los procesos creativos, independientemente de las mayúsculas y las minúsculas. Agrupaciones, movimientos, cafés, tertulias, asociaciones vecinales, clubes barriales, instituciones educativas formales e informales son algunos de los espacios usados y generados para el desarrollo de la creatividad. En los estudios destacamos la relevancia de estos espacios y de los procesos de apropiación y transformación que las personas ejercen sobre los mismos. Estos espacios ofrecen a los creadores oportunidades de aprendizaje de conocimientos específicos de los campos y también conocimientos prácticos sobre los modos de desempeñarse en los ámbitos especializados. Además, en estos espacios se generan interacciones con *otros* significativos y se accede a recursos necesarios para la creatividad (Elisondo, 2013: 319).

También es interesante señalar que el desarrollo de la creatividad está vinculado a la participación en múltiples espacios de manera simultánea. Esta participación múltiple se asocia a la apertura a la experiencia, rasgo característico de los creativos (Mc Crae y Greenberg, 2014) La

diversidad de experiencias que buscan y construyen los sujetos se relacionan positivamente con las posibilidades de desarrollar la creatividad. Las experiencias constituyen un reservorio de ideas, imágenes, problemas, conocimientos que son activados durante los procesos creativos.

4. CONSIDERACIONES FINALES

En los estudios biográficos observamos que las relaciones entre los creativos y las ciudades deben comprenderse desde perspectivas interrelacionadas, analizando los espacios y potencialidades que ofrecen las urbes, y también los procesos de resignificación, apropiación y reconstrucción que realizan los sujetos en cada contexto urbano. Los creativos y las ciudades se reconstruyen gracias a las acciones de los sujetos y sus interacciones en diferentes espacios. Los enfoques socioculturales de estudio de la creatividad brindan interesantes herramientas para comprender las relaciones entre los sujetos, los grupos, los contextos y los artefactos culturales que circulan durante los procesos creativos. Estas relaciones están mediadas por lenguajes, historias, procesos de agencia y de construcción de identidades individuales y colectivas.

Interesa pensar a las ciudades como conjunto de espacios diversos potencialmente creativos para los ciudadanos y reconocer que ciertos contextos urbanos resultan más propicios para la creatividad. Aquellas ciudades que promueven perspectivas diversas, experiencias variadas y toleran las diferencias parecen ser las más propicias para el desarrollo de procesos creativos en diferentes áreas de conocimientos. Asimismo, las ciudades que ofrecen espacios para la interacción con grupos, historias y estéticas variadas amplían las posibilidades creativas de los ciudadanos.

Los creativos construyen relaciones complejas con las ciudades, las redefinen, transforman y complejizan. Los creativos, de diferentes campos y ámbitos, se desplazan

por las ciudades en busca de espacios para desarrollar la creatividad. Las relaciones entre los creativos y las ciudades son dinámicas. Atracciones y rechazos, partidas y regresos, inmigraciones y emigraciones caracterizan a los vínculos entre los creativos y las ciudades. Ni las ciudades, ni los creativos son los mismos luego de estos vínculos, los contextos urbanos se transforman gracias a los creativos y éstos desarrollan su potencial gracias a los espacios que ofrecen las ciudades.

BIBLIOGRAFÍA

- ARAÚJO, ELIONAR; BERNARDES, JEUEL y RAMOS, FERNANDO (2014). “Proposta de Elementos Arquiteturais para o Sistema de Gestão de um Espaço Organizativo: Desenvolvimento da economia criativa no Brasil sob o enfoque sistémico” en *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*. Volumen 9, pp. 85-112.
- BARCENAS, CURTIS. (2014). “El Cluster y la Ciudad Creativa: ¿Alternativas para una Política Cinematográfica en la Ciudad de México en la Convergencia Digital?” en *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*. Volumen 9, pp. 23-46.
- CASTELLO, ANDREA y ORTEGA, MARCELO (2014). “Uma comunidade vulnerável, a necessidade de desenvolver conceitos para serviços aplicados a dispositivos móveis e um método: ‘Magic Thing’” en *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*. Volumen 9, pp. 113-126.
- CSIKSZEENMIHALYI, MIHALYI (1996). *Creatividad. El fluir y la psicología del descubrimiento y la invención*. Paidós: Barcelona.
- DAMIAN, RODICA y SIMONTON, DEAN (2014). “Diversifying Experiences in the Development of Genius and their Impact on Creative Cognition”, en SIMONTON, D. (ed.) *The Wiley Handbook of Genius*. Chichester: John Wiley y Sons, pp. 375-394.
- ELISONDO, ROMINA (2013). “La creatividad en personas comunes. Potencialidades en Contextos cotidianos” en DONOLO, D. y ELISONDO, R. (eds.) *Estudio de Creatividad. Las travesías de Alfonsina, de Astor, de Julios y de Marias*. (pp. 47-390). Sociedad Latina de Comunicación Social: Tenerife. Disponible en <http://issuu.com/revistalatinadecomunicacion/docs/10cbadonolo> (última consulta: 19 de octubre de 2015).
- (en prensa). Creatividad y Ciencias en Argentina. Un estudio biográfico contextual. *Revista Ciencia, docencia y tecnología*.
- ELISONDO, ROMINA; DONOLO, DONOLO y RINAUDO, MARÍA (2013a). “Procesos creativos en ciencia: Houssay, Leloir y Milstein” en *Revista Fundamento de Humanidades*. Volumen 26, pp. 99-114. Disponible en <http://fundamentos.unsl.edu.ar/pdf/articulo-26-99.pdf> (última consulta: 29 de octubre de 2015).
- (2013b). “VICTORIA OCAMPO, CREATIVA... Desde la atalaya en Mar del Plata” en *Actas del Tercer Congreso Internacional de Ciudades Creativas*. Disponible en <http://congreso2013.ciudadescreativas.es/index.php/es/> (última consulta: 10 de octubre de 2015).
- FLORIDA, ROBERT (2002). *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. Basic Books: New York.
- GALARRAGA, AUXKIN; LUNA, ALVARO y GONZÁLEZ, SANDRA (2013). “Cultura y creatividad en la nueva economía urbana. Evidencias, discursos y críticas” en *Revista de Dirección y Administración de Empresas*. Volumen 20, pp. 33-55.
- GLAVEANU, VLAUD (2010). “Paradigms in the study of creativity: Introducing the perspective of cultural

- psychology” en *New Ideas in Psychology*. Volumen 28, pp. 79-93.
- (2013). Rewriting the language of creativity: The five A's framework en *Review of General Psychology*. Volumen 17, pp. 69-81.
- (2014). “The Psychology of Creativity: A Critical Reading” en *Creativity: Theories-Research-Applications*. Volumen 1, pp. 10-32.
- GLAVEANU, VLAUD y TANGGAARD, LEE (2014). “Creativity, identity, and representation: Towards a socio-cultural theory of creative identity” en *New Ideas in Psychology*. Volumen 34, pp. 12–21.
- GROSSI, ÁNGELA y TUCA, MARCOS (2014). “Inclusão e Cidadania Digital no Brasil: a (des) articulação das políticas públicas” en *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*. Volumen 9, pp. 69-84.
- GRUBER, HOWARD y WALLACE, DORIS (1999). “The case study method and evolving systems approach for understanding unique creative people at work” (pp. 93-115) en STERNBERG R. (ed.) *Handbook of Creativity*. New York: Cambridge University Press.
- LEUNG, ÁNGELA y CHIU, CHI-YUE (2010). “Multicultural experiences, idea receptiveness, and creativity” en *Journal of Cross-Cultural Psychology*. Volumen 41, pp. 723–741.
- MC CRAE, ROBERT y GREENBERG, DAVID (2014). “Openness to Experience” en SIMONTON, D. (ed.) *The Wiley Handbook of Genius*. Chichester: John Wiley y Sons, pp.222-243.
- MADDUX, WILLIAM, ADAM, HAJO y GALINSKY, ADAM (2010). “When in Rome...learn why the Romans do what they do: How multicultural learning experiences enhance creativity” en *Personality and Social Psychology Bulletin*. Volumen 36, pp. 731–741.
- MENCHEN, FRANCISCO (2007). *Descubre tu creatividad en tu tiempo libre. IV Congreso Internacional de ocio joven*. Disponible en <http://www.iacat.com/revista/recreate/recreate07/Seccion6/6.%20Menche%C3%A7Ponencia.pdf> (última consulta: 19 de octubre de 2015).
- TÖRNQVIST, GUNNAN (2004). “Creativity in time and space” en *Geografiska Annaler*. Volumen 86, pp. 227-243.
- UNESCO (2004). *Ciudades Creativas: fomentar el desarrollo social y económico a través de las industrias culturales*. Disponible en http://portal.unesco.org/culture/es/files/23947/11097017581Ciudades_Creativas_Espagnol.doc/Ciudades%2BCreativas%2BEspagnol.doc
- (2014). *Igualdad de género, patrimonio y creatividad*. Disponible en www.unesco.org/new/.../CLT-LibroG eneroPatrimonioBORRADOR.pdf