

La rebelión de las musas

A un par de amigos les he escuchado de forma simultánea en diferentes foros –concretamente a Arturo Reque y David Bailón, ambos por cierto arquitectos y grandes personas- hablar de que Marbella es ahora mismo como un adolescente cercano a emanciparse. Ese divino y, a la vez, revuelto periodo vital de nuestra existencia puede tener muchos paralelismos con lo que le ha ocurrido a Marbella. Ciudad que ha depositado con frecuencia su bienestar en manos de foráneos que han decidido sus designios: Enrique Gryvegnée House, Manuel Gutiérrez de la Concha primer marqués del Duero, Manuel Agustín Heredia, Ricardo Soriano, José Banús...pero que también han traído riqueza e innovaciones a Marbella, por lo que les debemos estar agradecidos. Otros vinieron de fuera más tarde trayendo calamidades en tiempos oscuros y convulsivos, como agitada es la edad de la pubertad.



Superar la adolescencia es caminar hacia la madurez, buscar nuestra verdadera identidad. Así lo deja claro su etimología. Tanto adolescente como adulto provienen del verbo latino *adolescere* que quiere decir crecer, desarrollarse. Y en eso tengo que dar la razón a estos amigos. Marbella, al menos en mi opinión, está dejando de ser un joven adolescente que no ha parado de crecer y desarrollarse para empezar una nueva etapa como persona madura, como ser social que está empezando a encontrar su identidad propia gracias a una ciudadanía que está tomando las riendas de su propio destino.

Cuando nos mecíamos como pueblo en manos de esas personas ilustres, gente preparada en Marbella sólo había una minoría, como minoría era la población universitaria entonces. Esta realidad sociocultural ha cambiado y Marbella posee un gran capital humano que representa una oportunidad, no sólo para decidir lo que queremos ser como ciudad de una vez por todas sino para lo más importante: que nuestra ciudad sea una referencia, no sólo en el plano turístico o en el sobrevalorado papel *couché*, sino como ciudad referente en el **capital creativo**.

¿Por qué Marbella tiene que fomentar el talento creativo?

En un mundo globalizado y en continuo cambio conocer las tendencias globales es anticiparse al futuro para actuar con mayor acierto. Su estudio pronostica la pérdida de hegemonía económica de Europa en un mundo multipolar y con claro declive de occidente frente a las nuevas potencias emergentes. En este nuevo panorama las ciudades deben planear muy bien cuál debe ser su rol en este mundo global con la seriedad que requiere el proceso pero con la valentía necesaria para llevarla a cabo si quieren ser prósperas urbes en del siglo XXI. Muchas ciudades aventajadas hoy hicieron una apuesta fruto de un consenso social de sus ciudadanos y sus principales agentes sociales y económicos.

Esto es en el plano colectivo de la ciudad. En lo individual el **siglo XXI** se va a caracterizar por una enorme incertidumbre que va a requerir de cada uno de nosotros una enorme adaptabilidad, gran competencia para gestionar el cambio y altas capacidades para aprender cosas nuevas. El

aprendizaje es el mejor antídoto para enfrentarnos a todos estos desafíos. Una ciudad que apuesta por el talento tiene la certeza que se encontrará en una situación más privilegiada para afrontar un futuro incierto.

El talento creativo no es un invento o una idea obstinada de Marbella Activa y de algunos de sus miembros. Es ante todo una apuesta de futuro para diversificar nuestra excesiva dependencia del modelo turístico hacia otro sector complementario a este. Es una forma de proporcionarnos un buen abrigo en el invierno de la estacionalidad o de las tendencias globales que puedan desbancar a nuestro municipio de su privilegiada posición turística. Como dijo Stephen Covey, "si haces lo que siempre has hecho conseguirás lo que siempre has conseguido".

Existen ciudades en el mundo que han hecho de la educación y la formación uno de los pilares más sólidos para la construcción de su modelo de ciudad, incluso en más de una ocasión les ha servido para reinventarse después de un periodo de crisis postindustrial. Ciudades como Boston, Vancouver, Chicago o ciudades-Estado como Singapur hicieron una apuesta, en el origen de su creación, por el conocimiento, por el desarrollo del talento y la atracción del mismo que siguen manteniendo hasta hoy. Fueron capaces de atraer a personas inteligentes y que estas interactuaran entre sí para formar ciudades prósperas.

Richard Florida, urbanista, catedrático de política pública y gurú global sobre la creatividad, cree que para que una ciudad quiera convertirse en referencia debe fomentar las artes, la tolerancia hacia los estilos de vida alternativos y un centro urbano con espacios públicos capaces de atraer y desarrollar actividades diversas. Este mismo autor sentencia en alusión a las ciudades educadoras que el crecimiento económico sólo será posible allá donde se concentren personas productivas y de talento.

Cuando hablamos de economía creativa es necesario analizar cifras para saber de lo que estamos hablando. En Estados Unidos la economía creativa da trabajo a 40 millones de personas y mueve 2.000 millones de dólares (datos de 2007), casi la mitad de los salarios que se pagan en el país. En Canadá el porcentaje es aún mayor: el 25% de su población trabaja de la economía creativa. Este sector crea valor y riqueza, puestos de trabajo, innovaciones dentro de las nuevas tecnologías y produce nuevos sectores aprovechando esa capacidad de las personas. La economía creativa toca diferentes sectores como el informático, la ingeniería, la educación, la sanidad o el entretenimiento. En Estados Unidos este último sector, que puede incluir desde el hip-hop hasta los juegos producía 400.000 empleos, el doble que el sector de la ingeniería.

Así lo han hecho algunas ciudades de segunda que, gracias a fomentar este tipo de economía, se han convertido en urbes con un gran potencial creativo. Dublín como centro de producción de software, Toronto como uno de los cinco principales centros creativos de Norteamérica, Sidney, Melbourne o incluso pequeñas ciudades como Wellington en Nueva Zelanda donde se generan miles de millones de dólares gracias a ser sede de las producciones cinematográficas de Peter Jackson (creador de la trilogía de El señor de los anillos). Como diría Richard Florida: las ciudades pueden cambiar su destino, pero sólo si verdaderamente ponen empeño en ello.

Como dice mi amigo David Bailón "las características del municipio de Marbella lo convierten en un lugar ideal para establecer, con las posibilidades de las nuevas tecnologías, el centro creativo de multitud de empresas. El enclave geográfico nos aporta un valor añadido al situar la ciudad entre Málaga y Algeciras, entre Europa y África. Las grandes ideas surgen al poder existir la libertad de poder salir del camino principal, variando la lógica esperada, abriéndonos nuevos caminos. Las singularidades de Marbella y el entorno que le rodea, la hace ideal para estimular el fenómeno mental de la percepción que resulta básico para la creatividad. Desde Marbella se puede hacer cine,

se puede escribir, se puede diseñar,... se puede crear e innovar. Marbella es en la actualidad un referente turístico a nivel mundial, contando con unas condiciones climáticas y paisajísticas excepcionales que pueden ofrecernos la oportunidad, gracias a las dimensiones y características territoriales de la ciudad, para que se puedan propiciar estrategias de desarrollo urbano capaces de garantizar un elevado nivel de vida en el futuro. Marbella es además una ciudad abierta, dinámica, habitada por ciudadanos de múltiples lugares del mundo gracias a lo cual existe un intercambio constante de conocimientos.”

Existen muchas ciudades educadoras o ciudades que aprenden. Seattle es un buen ejemplo. Cada año al menos cien líderes empresariales, cívicos, intelectuales se desplazan a otros lugares para aprender e identificar buenas prácticas que trasladaran a su ciudad.

Apostar por el talento creativo debe ser una estrategia de ciudad para desarrollar al máximo el potencial de nuestros estudiantes y de los trabajadores, independientemente de su nivel académico o profesional y es ahí donde entra el concepto de **ciudad educadora**, un entorno adecuado que alimenta y cuida esta capacidad creadora que todos tenemos. Este tipo de ciudad se puede dar de forma espontánea pero es más fácil y dará mejores frutos si lo hacemos de forma planificada creando las sinergias adecuadas para ello: desde lo público a lo privado, las asociaciones, la comunidad educativa y empresarial, etc. Obtener un consenso y buscar los objetivos y medios para conseguirlo.



Como todo acto creativo, este necesita de las musas. Invoquémoslas para conseguir que Marbella se convierta en una polis repleta de ciudadanos con talento que hagan de su vida un reflejo de la misma. Así la ciudad podrá recoger con creces esa explosión mental y creativa de sus individuos.

Javier Lima Molina

Economista y Presidente de Marbella Activa

