

## Otra cultura para otro Madrid. ¿Otra cultura para quién? Notas sobre el PECAM

PECAM son las siglas del Plan Estratégico de la Cultura del Ayuntamiento de Madrid. Un proyecto cuya elaboración comenzó en los primeros meses del año y que actualmente se encuentra en proceso de desarrollo. El PECAM pretende ser la guía para la política cultural de Madrid para los próximos tres años, hasta 2015 (¿quizás más allá si el PP vuelve a ganar las elecciones?, quien sabe). El plan surge del Área de las Artes y como parte de la elaboración se ha publicado un 'Avance', un texto de más de seiscientas páginas que se propone como borrador inicial para su discusión pública. Un documento que ha generado no pocas controversias en el mundo de la cultura y entre mi entorno próximo y muy cercano.

La semana próxima participo en una mesa redonda que Medialab-Prado ha organizado para la discusión del 'avance' del PECAM. La mesa pretende debatir sobre la pertinencia de un plan estratégico (es la primera vez que se hace uno para la cultura madrileña), la concepción de la cultura que se maneja en el proyecto, la influencia de la cultura digital en ella... estaré con Berta Sureda, Jaron Rowan y Mar Núñez. Estas son mis notas previas al debate.

Es la primera vez que el ayuntamiento de Madrid elabora un 'plan estratégico' para el área de cultura. En Barcelona los han realizado en varias ocasiones. El PECAM está promovido por Fernando Villalonga, el nuevo delegado de las Área de las artes (responsable de cultura) del ayuntamiento y es consecuencia de la llegada a la alcaldía de Ana Botella después de la salida de Gallardón para ocupar el puesto de Ministro de Justicia. Villalonga es un político con experiencia en los gobiernos de Aznar (Secretario de Estado de Cooperación), Consejero de Educación y Cultura de la Generalitat Valenciana y que ocupaba el cargo de cónsul de España en Nueva York antes de su actual puesto.

El PECAM se presenta inicialmente como una doble propuesta: un **proceso de apertura (una metodología) para la participación política** ciudadana y un **plan sustantivo para la orientación de la política cultural madrileña**. Dos aspectos diferenciados que plantean problemáticas muy diferentes.

Llega en un momento de completa reorganización del Área de las Artes con dimisiones precipitadas de profesionales que han tenido una gestión intachable. El sector de lo público se encuentra sumido en una incertidumbre absoluta sobre su futuro. Y las noticias que llegan de las últimas decisiones del área no son esperanzadoras: el aumento de precio, triplicado, de la matrícula en las escuelas de música municipales y la supresión de toda la programación de Las Artes en los centros culturales dependientes de las Juntas municipales hasta final de año.

### **Participación ciudadana**

En relación con la metodología. El extenso documento de 600 páginas, el 'avance' del PECAM, ha sido elaborado tras la consulta a varias decenas de expertos desde marzo de 2012 hasta su presentación en julio. Desde ese momento hasta octubre se abre una consulta ciudadana. La consulta parece que se reduce al envío de comentarios haciendo uso del buzón convencional que el ayuntamiento tiene en la web. Decepción. La ausencia de una web específica para el asunto o la posibilidad de consultar los comentarios es un problema y deja en evidencia ese grandilocuente gesto de 'consulta ciudadana'. A finales de octubre se

harán una serie de mesas de expertos de las que se recogerán nuevas opiniones y el plan se presentará definitivamente en diciembre de 2012. El 'avance' del PEACM insiste en que "la participación de la ciudadanía es fundamental a lo largo de todo el proceso". Si es así bien podrían tratar de incorporarla, por ejemplo, a la misma elaboración de las mesas que se realicen en octubre y, más importante, dada la importancia que se concede a la evaluación del plan en los próximos años, bien podría haber unas mesas de evaluación ciudadana permanentes.

Por lo que se refiere al documento de avance del PECAM el texto se organiza en dos grandes ejes. Uno que hace un mapeo del sector cultural de Madrid y un segundo donde se proponen elementos para el debate. Una última sección (sexta) está dedicada a la 'consulta pública' y la 'metodología' del proyecto, que acabo de señalar. En las notas siguientes me refiero a los materiales que el 'avance' propone para el debate y que están contenidos en tres secciones (¿deberíamos circunscribirnos a los límites que marca el PECAM en su discusión?, no lo creo). Una primera dedicada a las visiones de Madrid, una segunda donde hay propuestas específicas siguiendo un orden sectorial (bibliotecas, artes plásticas, audiovisual...) y una última donde describen una serie de casos que pueden resultar inspiradores. Esta última es singular y un ejemplo del eclecticismo del proyecto, como discuto más abajo. Incluye a centros municipales como Matadero y Conde Duque, otro de la comunidad como el CA2M, un centro autogestionado como La Tabacalera y uno de esos llamados centros de co-working (empresa privada): Utopic\_Us. Recorre, por lo tanto sin complejos, desde lo público a lo privado pasando por la autogestión.

### **El PECAM y la ciudad**

Poca gente tiene tiempo y ganas para leer un informe de 600 páginas, así que las líneas previas no tenían otra intención que situar el documento en su propio contexto antes de entrar a condimentarlo con mi propia salsa. Pero un documento tan extenso abre muchas posibilidades para abordar su lectura, en lo que sigue rescato simplemente una temática que está implícita en el avance y que me interesa específicamente: la ciudad.

El PECAM es un plan para la cultura pero al abordarla formula una cierta visión de la ciudad. Una ciudad al servicio de cierta cultura, una cultura que ha de producir una cierta ciudad. "Es hora de sentarse a pensar el concepto de ciudad que desean los madrileños y que mejor los representa", se dice. El informe es consciente de que las intervenciones culturales hace tiempo que han desbordado los límites de la cultura para hacer ciudad:

muchas de las prácticas culturales y artísticas contemporáneas tienden cada vez más a incidir en ámbitos que exceden las funciones y las competencias de los espacios que tradicionalmente han ocupado las instituciones y las políticas culturales.

Pero, ¿qué ciudad es la que imagina el PECAM?, ¿qué ciudad es la que ignora, esconde o invisibiliza?, y en términos generales podemos preguntarnos ¿qué ciudad es la que construimos desde la intervención cultural? La sección dedicada a las 'visiones de Madrid' es explícita en la formulación de una visión de ciudad caracterizada por tres imágenes, la ciudad diversa, inclusiva e inteligente (*smart city*). A ellas se suman otras dos visiones de carácter marcadamente economicista: una ciudad al servicio del turismo cultural como impulsor del desarrollo económico y una cultura como vector estratégico de internacionalización de la ciudad. La ciudad al servicio de la cultura (turismo), la cultura al servicio de la ciudad (la ciudad marca). Hmmm, **¿y qué hay de los ciudadanos?, esas gentes que deambulan cotidianamente por las calles de la ciudad.** El PECAM raramente se acuerda de ellos, excepcionalmente al pensarlos como 'consumidores' de la

cultura. En ningún momento se constituyen en el objeto de la discusión política que se propone.

El 'avance' invoca insistentemente el lenguaje de la cultura digital en la visión que formula de ese nuevo Madrid. A través de la *smart city* (ciudad inteligente) o las fábricas sin humo se nos habla de una ciudad que produce los datos sobre sí misma a través de los cuales gobernarse, una ciudad donde las fábricas sin humo son el paradigma de una nueva clase (creativa). La presentación que el delegado de las artes hizo del PECAM a finales de julio explicitó de una manera aún más clara la elección de la cultura digital como lenguaje que tamiza la propuesta del PECAM y que el delegado evidenció en tres figuras que propuso como referentes para intervenir en la transformación de la cultura: la digitalización, el procomún y la mediación. Todas ellas tramadas, de manera más o menos sutil, a través del lenguaje de la cultura digital. La cultura digital es de esta manera el epítome de la transformación que se pretende operar en el ámbito de la política cultura; aunque cómo se articula ese cambio es una cuestión aparte. Veamos.

### **Industrias creativas**

El concepto central de la nueva visión de ciudad y cultura para Madrid es el de las 'industrias creativas'. Nada nuevo bajo el sol. Jaron Rowan ha contado la emergencia del término y su acuñación en la década de los noventa en el mundo anglosajón en un proceso de subordinación de la cultura a la economía; la que hace de esta un 'servicio' frente a lo que contraponen esa otra noción de la 'cultura como derecho'. El concepto clave de la formulación de la cultura en términos estrictamente económicos es el de **industrias creativas**. El mismo que constituye la piedra de toque del PECAM.

La relación entre la ciudad y las industrias creativas se plantea en un doble sentido de dependencia, una ciudad que se transforma a través de las industrias creativas, la promoción de unas industrias creativas para transformar la ciudad:

las industrias culturales y creativas deben ser consideradas como una parte central de las futuras estrategias de Madrid: son un acelerador del desarrollo económico y territorial y fomentan dinámicas de integración social. Tenemos que repensar y analizar, exactamente, cuál puede ser su contribución y su legado al modelo de ciudad urbana y contemporánea que queremos crear, más sostenible experimental e inclusiva

El informe deja claro que una cultura articulada en torno a las industrias creativas tiene en su horizonte a la iniciativa privada e Internet (¿y las iniciativas ciudadanas?):

las industrias creativas de iniciativa privada (con las que deben establecerse nuevos lazos con el fin de trazar nuevas estrategias de colaboración), y a internet, como germen de recursos y una de las fuentes principales de la que beben la mayoría de los ciudadanos. Ambos deben ocupar un lugar sobresaliente en el nuevo horizonte de trabajo.

En síntesis, la propuesta que el PECAM articula en torno a la noción de industrias creativas propone: la **cultura como objeto económico**; la iniciativa **privada como sector principal al que interpelar desde lo público**; la **creatividad como figura saliente de una nueva clase social** y sector económico; y las **tecnologías digitales como epítome de la transformación social**. Las industrias creativas constituyen de esta manera la piedra de toque de una concepción de la cultura reducida a su dimensión económica y pensada como un sector empresarial. En ese concepto: industrias creativas, la balanza se inclina del nombre (industrias) antes que del adjetivo (creativas).

### Tres ejes para la discusión

Mi intención es proponer tres líneas a partir de mi lectura que pueden ayudar a enmarcar el debate (uno de los muchos debates posibles):

- (i) El avance moviliza un lenguaje economicista para pensar la cultura que reduce a esta a un sector empresarial.
- (ii) El PECAM presenta un extraño eclecticismo que mezcla de manera indiscriminada proyectos públicos, privados y autogestionados bajo la misma rúbrica.
- (iii) El olvido singular, en mi opinión, de quienes son los hacedores de la cultura: los ciudadanos, en favor de los productores tradicionales.

### El apaciguamiento de la cultura

En términos generales la cultura es pensada como un dominio puramente económico, un sector empresarial. El vocabulario de la eficacia permea el informe (insistencia en el sometimiento de la cultura a la voracidad de los indicadores cuantitativos), las invocaciones a la iniciativa privada son insistentes y el mismo lenguaje evidencia esa concepción que hace de la cultura una oferta o de los ciudadanos unos consumidores (y no partícipes o productores de la cultura). De esta manera la cultura queda reducida a un objeto instrumental al servicio de lo económico, el umbral de las relaciones empresariales entre lo público y lo privado que ha de venir: la cultura como dimensión simbólica (Madrid ciudad turística, la cultura al servicio de la visibilidad internacional); la cultura como recurso económico (generadora de empleo); la cultura como condición urbana (estrategia de revalorización de espacios urbanos). **¿Qué hay de la cultura como lugar para la crítica?, ¿qué hay de la cultura como espacio para la construcción de ciudadanía?**, reducida a un objeto económico, el informe apacigua el verdadero valor de la cultura, la neutraliza.

Raramente hay una toma de posición clara en el documento sobre el valor de lo público y de las instituciones públicas en el dominio de la cultura. Los guiños a las iniciativas privadas y la necesidad de colaborar con ellas desde lo público son insistentes. Sea en la loa a la generación de sus propios ingresos en Matadero (que más que virtud es una necesidad de sus responsables por la limitada financiación pública) o a la misma concepción que se hace del espacio público:

es necesario tanto potenciar la búsqueda de aportaciones privadas, como lograr que este sector se haga cómplice de las iniciativas municipales, algo que, en estos momentos, es una de las estrategias de trabajo clave. Son muchas las marcas comerciales que, sabedoras de esta importancia, quieren utilizar las calles de la ciudad como espacio publicitario. En este sentido, una buena reglamentación y el esfuerzo común pueden dar continuidad a estos programas, e incluso favorecer su crecimiento.

Aunque más abajo entro en la cultura digital diré que el apaciguamiento de la cultura se evidencia en la manera como en distintas partes se aborda la cultura digital, por ejemplo en el abordaje de la *smart city* (ciudad inteligente). La hoja de ruta de la *smart city* señala prometedoramente la democratización de la información, pero justo cuando se refieren a la democratización de la información se produce uno de esos giros decepcionantes:

democratización de la información y con su puesta al servicio del ciudadano a través de redes y plataformas que permitan acceder en tiempo real a eventos culturales vía streaming: Información turística y cultural, ticketing y audioguías, participación en debates y otros procedimientos de e-learning y servicios de información cultural y comercial

Y por la senda de la empresarialización de la cultura: la insistencia en la introducción de indicadores cuantitativos para 'medir' el 'consumo' de cultura es una reducción de esta a su dimensión más inane:

Debemos establecer, conjuntamente, indicadores cuantitativos de consumo, a medio y largo plazo, que reflejen los índices de producción, de participación cultural, cifras sobre turismo cultural, etc. Para su seguimiento y evaluación, que será permanente hasta finalizar el mandato en 2015, la Dirección General de Planeamiento y Evaluación Cultural mantendrá reuniones regulares con representantes del sector, en un diálogo constante, así como con los representantes institucionales y de distrito.

Si de lo que se trata es de medir número de amigos en Facebook... entonces estamos perdidos. Y si la cultura ha de ser sometida a indicadores cuantitativos, ¿qué es lo que vamos a perder de la cultura pública porque no resulta medible? Quizás eso que no se puede medir es en ocasiones lo más relevante. Hay proyectos municipales de sobrado valor cuyo sutil trabajo no cabe en los límites estrechos de un indicador.

Bien harían los responsables **por explicitar de manera clara cuál es su posicionamiento con respecto a lo público** porque será la única manera de que comencemos a tener un debate franco sobre la cultura que queremos. Si los guñños al voluntariado y a la cesión de espacios a la ciudadanía (que recuerda al lema de la propuesta británica de Big Society) son un movimiento para desactivar lo público y someter después los proyectos ciudadanos a los criterios de lo privados (indicadores), entonces que la administración se prepare para la contestación ciudadana que ya puebla las calles de Madrid. La única manera de defender los proyectos ciudadanos es sostener con más fuerza las instituciones públicas porque unas y otras se retroalimentan a menudo. Ambas son la fuente de una ciudadanía vigorosa.

### **Cultura digital y el eclecticismo desorientado**

La cultura digital constituye uno de los conceptos sobre el que se sostiene la noción de industrias creativas. Las tecnologías digitales se señalan como uno de los vectores principales de transformación social, y por supuesto también de la cultura: de sus modos de organización, producción y distribución.

Hay una tensión permanente y no resuelta dentro del informe en lo que se refiere a la cultura digital. Podemos decir que una contradicción flagrante que alimenta un 'eclecticismo desorientado'. Una sección dedicada a la cultura digital hace de Intermediae y Medialab-Prado los referentes para pensarla a través de figuras como la experimentación, los laboratorios ciudadanos, el software libre, la apertura de los procesos, el amateurismo, la colaboración y producción ciudadana de cultura... Y desde esas mismas figuras es posible repensar las mismas instituciones culturales y su función como promotoras de "contextos de experimentación colectiva". Nada que ver con esa noción decimonónica de la institución pública como responsable de la "tutela del acceso a la cultura", tal y como lo formuló el delegado de las artes en su discurso de presentación del avance del PECAM. Pensar en términos de 'tutela' es, además de un ejercicio de infantilización de la ciudadanía, una forma de ignorar que algunos de los proyectos culturales/sociales más innovadores de Madrid son el resultado del ejercicio de una ciudadanía rica en inventiva y plena de creatividad.

Cuando abandonamos la sección dedicada expresamente a la cultura digital el resto del documento adopta una sensibilidad muy distinta. El informe cae, en no pocos momentos, en el recurrente gesto de pensar y reducir la cultura digital al despliegue de infraestructuras

o a la anécdota. De lo primero queda constancia en la elaboración que se hace de la *smart city* como una de las visiones futuras de Madrid, como el resultado del despliegue de grandes infraestructuras. La anécdota es la letra pequeña que ilustra el discurso grandilocuente en torno a la cultura digital en más de una ocasión: la apertura de un blog o de una página web, el despliegue de infraestructuras digitales para crear un catálogo en Internet o una visita virtual a los frescos de Goya.

Pero el informe tampoco se posiciona (fuera de la sección específica) de manera clara en torno a la cultura digital. Un ejemplo manifiesto se presenta al colocar a Medialab-Prado (centro público) y Utopic\_Us (empresa privada) como modelos de la cultura digital. Pueden ser lugares informados por la cultura digital, pero la función social de cada uno de ellos y el tipo de cultura (y ciudad) que contribuyen a construir es distinta, y no puede ser de otra manera porque uno es público y el otro es privado. No hay una sino múltiples culturas digitales. La que encarna Microsoft o Facebook son radicalmente distintas de la que representa la Wikipedia o el Software libre. La cultura digital que se localiza en Medialab es muy distinta de la que se evidencia en Utopic\_Us. Colocarlas a todas en el mismo lugar homogeneiza la singularidad de cada una de ellas, reduce su carácter al mínimo denominador; nuevamente la neutraliza.

Quizás los responsables públicos han de dialogar con quienes son diferentes; pero dialogar con todos no significa asumir los valores de todos. Han de decidir por qué valores optan. En este caso, si la cultura digital es un referente, han de explicitar cuál es la cultura digital de la que quieren tomar parte y que quieren promover. La relevancia de la cultura digital no procede de sus infraestructuras (al menos no únicamente) sino de la invención de nuevos modos de pensar y practicar lo social. Es a través de algunas de sus figuras principales como la cultura digital está reinventando algunos (sólo algunos) dominios sociales, o al menos proponiendo nuevas formas de traerlos a la existencia. Figuras como la apertura (del software libre/abierto), la remezcla, la horizontalidad (el P2P) y el hackeo son propias de algunos lugares de la cultura digital, de algunas tecnologías, de algunas iniciativas. Muchas de esas figuras sirven de inspiración para repensar y reformular las formas de organización de las instituciones tradicionales (a través del hackeo de la academia), la producción de conocimiento (a través del urbanismo p2p), la misma noción de creación (el remix como figura paradigmática) o los regímenes de propiedad (mediante las licencias copyleft).

Bien harían los responsables políticos en posicionarse primero sobre qué cultura digital es la que insistentemente están invocando y después decidir si no pasa de un brindis al sol o, por el contrario, la cultura digital es fuente de inspiración para pensar en sus mismas instituciones y no reducirla a un dominio anecdótico. Medialab-Prado, Intermediae y Matadero son instituciones públicas en las que pueden mirarse. El Campo de Cebada y La Tabacalera son proyectos ciudadanos respaldados por lo público que beben de la cultura digital de una manera amplia y donde los responsables políticos pueden comenzar a revisar sus nociones de la cultura digital y de los modos de incorporarla.

### **¿Y los ciudadanos?**

Los ciudadanos, esos convidados de piedra al PECAM. Apenas se hacen presentes en él más que como el extremo último de la cultura. Y sin embargo, Madrid se ha constituido singularmente en los últimos años como una de las ciudades donde emergen algunos de los proyectos urbanos más innovadores y excepcionales, no sólo de España sino de Europa; singularmente no han sido promovidos por las administraciones sino a costa de ellas. El Campo de Cebada, Esto es una plaza, La Tabacalera, el Patio Maravillas... Que sean pequeños en dimensiones no resta el genuino y radical gesto de inventiva que todos ellos

incorporan. Ignorarlos es invisibilizar los lugares de reinención de la ciudadanía, reformulación del dominio de la cultura y reformulación de la intervención urbana. Bien harían los responsables públicos en prestarles atención.

### **Algunas preguntas**

- Un plan que hace de la creatividad su tropo principal, ¿cómo puede dejar al margen al tejido académico y a la universidad?
- ¿Dónde están los jóvenes en el discurso sobre las industrias creativas?, ¿ese segmento de la población cuyo paro llega al 50% y probablemente preñado de capacidad creativa?

### **Una propuesta**

Que los mismos ciudadanos intervengan en la configuración de parte de las mesas que se celebrarán a finales de octubre para la discusión del PEACM.

Habilitar un espacio de discusión permanente durante los próximos tres años que evalúe el desarrollo del informe y en el que participen ciudadanos y distintas organizaciones no formales de ciudadanos/vecinos.