

Ciudades creativas y patrimonio cultural: nuevos escenarios para la conservación del patrimonio en México

Mónica Solórzano Gil

Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (México)

Introducción

El término economía creativa ha sido frecuentemente usado desde la década de los 90's y hay quien afirma que surge en 1994 en Australia a partir del proyecto "Creative Nation"¹, un proyecto que pretendía impulsar la economía de ese país a partir del trabajo creativo con la integración de sectores tecnológicos, esto configuró lo que conocemos como *Industrias Creativas*. Asimismo hay quien refiere que el término surge en 2001, impulsado por el escritor y gestor de medios de comunicación inglés John Howkins, refiriéndose a aquella economía que abarca no sólo bienes y servicios culturales, sino también la que comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual como: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo (I+D), juegos y juguetes, moda, música, publicidad, *software*, TV y radio, y videojuegos², entre otros. A su vez, la economía creativa abarca sectores y procesos que tienen como insumo la creatividad, sobre todo la cultura, para generar en el ámbito local y distribuir en el ámbito global bienes y servicios con valor simbólico y económico³. Esto reconoce las actividades y los procesos culturales como el núcleo de una nueva y poderosa economía.

Las Industrias Creativas o culturales son aquellas que se enfocan en la producción y consumo cultural que tienen un elemento expresivo y simbólico en su núcleo y que abarcan campos y sectores creativos muy diversos, su alcance no se limita únicamente a la producción

¹ Fonseca-Reis, Ana Carla (Org.), *Economía creativa como Estrategia de Desarrollo – una visión de los países en desarrollo*. São Paulo: Garimpo de Solucoes e Itaú Cultural, 2008. p.16.

² Buitrago Restrepo, Felipe, Duque Márquez, Iván, *La Economía naranja, una oportunidad infinita*, BID, 2013, p.15.

³ *Ídem*. p. 24.

intensiva con base en la tecnología, sino que considera que una gran parte de la producción cultural de los países en desarrollo es de tipo artesanal. La UNESCO a su vez define a las Industrias Creativas o culturales como:

“Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”⁴.

Por consecuencia los recursos y beneficios económicos que se generan a partir de estos sectores creativos y estas actividades relacionadas a ellos dan cuerpo a la economía creativa de cada lugar, la cual se aprovecha de lo singular, lo simbólico y lo intangible⁵ como insumos para hacer más fuerte y apuntalar esta economía. Esto contribuye al reconocimiento, recuperación y puesta en valor de lo que se genera y produce en las ciudades de forma única y particular y al fomento y desarrollo de las industrias creativas, contribuyendo así a la preservación de la identidad cultural. Tal y como lo plantea Edna dos Santos: la economía creativa puede ser entonces una opción factible para la promoción del desarrollo humano sostenible, al mejorar la calidad de vida de las personas no solo por medio del crecimiento socioeconómico, sino también por medio de la cultura y la educación.⁶

¿Qué es una Ciudad Creativa?

Una Ciudad Creativa es aquella que busca transformar su contexto urbano en base a la creatividad que incluye y en donde a decir de Richard Florida, de forma muy real confluyen las “Tres T”, talento, tecnología y tolerancia.⁷ De acuerdo a Ana Carla Fonseca, hay tres rasgos principales que caracterizan a una Ciudad Creativa. La primera: las **innovaciones**, que pueden ser de tipo tecnológicas, sociales, culturales, y todas las ciudades de todos los tamaños y características tienen una gran necesidad de innovación, la cual va dirigida fundamentalmente a encontrar la solución de sus problemas del tipo que estos sean, políticos, económicos, sociales, etc. La innovación se concibe como un proceso interactivo de aprendizaje en el que participen un conjunto de agentes diversos, que interactúan a través de una variedad de

⁴ Definición tomada de: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/>, fecha de consulta 30 de agosto de 2015

⁵ Fonseca-Reis, *op. cit.*, p. 9

⁶ Edna dos Santos Fustenberg, *La economía creativa: ¿es una opción de desarrollo factible?*, En: Fonseca Reis, *op. cit.*, p. 75.

⁷ Buitrago Restrepo, Felipe, *op cit*, p.153.

mecanismos y rutinas institucionales y de convenciones sociales que son específicas a cada entorno cultural e institucional.⁸

El segundo rasgo característico de una ciudad creativa tiene que ver con las **conexiones** que existen entre las personas que la habitan y sus espacios, incluidos los actores políticos, económicos y sociales, las personas de distintos orígenes, culturas y creencias y la combinación de historias y pensamientos, que es lo que caracteriza en gran medida la diversidad de los contextos urbanos. El espacio público juega un *rol* importante en este sentido, puesto que es en donde se favorecen y propician muchas de estas conexiones, siendo el punto de encuentro y confluencia de estos actores con sus espacios, sus contextos urbanos y su patrimonio edificado. Muchas de estas conexiones se producen en áreas públicas como en plazas, bibliotecas, áreas libres y mercados, que son espacios de encuentro de diversidades, de libre expresión y circulación de ideas, pensamientos y pluralidad de comportamientos.

El tercer rasgo o factor fundamental de las ciudades creativas es la comprensión de su propia *cultura*, a través de la cual se expresa la singularidad de la ciudad. Esto vuelve relevante la forma en que las ciudades asumen y se aprovechan de la cultura para la contribución económica al desarrollo de la propia ciudad. La cultura abre la posibilidad de constituirse como fuente de inspiración e innovación, ya que a través de ella se puede mostrar de la ciudad lo que nadie veía y siempre estaba, es decir, aprovechar las diversas manifestaciones culturales para resaltar las particularidades y singularidades de cada sitio y emplearla como herramienta para el impulso de su propio desarrollo.

El origen de este binomio "*cultura y desarrollo*" surge a partir de la publicación en 1995 del informe "*Nuestra Diversidad Creativa*" de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, orientado a las políticas sobre las interacciones entre cultura y desarrollo⁹. Asimismo la Organización Mundial Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU), adoptó la Agenda 21 de la Cultura¹⁰ como documento de referencia de sus programas en cultura y asumió un papel de coordinación del proceso posterior a su aprobación. Éste grupo de trabajo constituido en Beijing en 2005 es el punto de encuentro de ciudades gobiernos locales y redes que sitúa la cultura en el centro de sus procesos de desarrollo.¹¹ Sobre ello la *Agenda 21* no sólo alienta la formación de redes y vínculos entre actores, sino que los identifica como elementos determinantes en el éxito de los proyectos de desarrollo local y cultural mediante mecanismos

⁸ Rodríguez Arantxa, Vicario Lorenzo y Martínez Elena, *Competitividad y urbanismo 'creativo' en la revitalización de Bilbao: entre la necesidad y la especulación*, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, UPV/EHU, p. 2.

⁹ Maass Moreno, Margarita, Carvajal Cortes, Rocío, *Cultura, desarrollo y cooperación internacional: una aproximación desde la perspectiva sistémica*. Cuadernos de cooperación internacional y Desarrollo, Instituto Mora, UIA México, 2012. p.15.

¹⁰ Consultado en: <http://www.agenda21culture.net/index.php/es/>

¹¹ Maass Moreno, *op. cit.*

de participación, debate y acción para asegurar la centralidad de la cultura en el conjunto de las políticas locales, impulsando la redacción de agendas de desarrollo en cada ciudad o territorio, en coordinación estrecha con los procesos de participación ciudadana y planificación estratégica.¹²

“Cuando la cultura se coloca el centro de las estrategias de desarrollo local para potenciar y revitalizar las dinámicas de intercambio y acción pública, es cuando verdaderamente puede contribuir a la construcción de mecanismos de integración social, logrando también un mejor acceso a los bienes y servicios culturales para toda la población que habita en interactúa en las ciudades, convirtiéndose en un ámbito de participación democrática, en el más amplio sentido del término.”¹³

Esto ya está sucediendo en algunos países de América Latina donde la cultura es impulsada desde sus políticas, y ya cuentan con un marco de economía creativa instaurado, mientras que México, Perú y Uruguay están empezando reconocer el potencial del sector. En este sentido, la visión política contempla la producción, distribución y consumo cultural en términos no estrictamente relacionadas con los resultados económicos. Así, la acogida de la cultura como recurso económico surgió recientemente y es aun admitida con cierta reticencia por muchos artistas y creadores¹⁴. Sin embargo, es claro que representa en muchos de los casos documentados en el mundo un claro insumo para el bienestar y prosperidad de las ciudades de forma sustentable.

Un ejemplo interesante documentado es el crecimiento de las Industrias Creativas en Argentina en 2011, que fue principalmente potenciado por servicios creativos relacionados y se logró gracias a los apoyos que se otorgó a este sector y beneficios disponibles, semejantes a aquellos existentes para los sectores manufactureros en ese país. Asimismo hay casos reconocibles como Brasil y Colombia, en donde en algunas ciudades como Rio de Janeiro y Medellín, se puede evidenciar el papel de la cultura como motor de desarrollo económico y los claros beneficios que esto ha generado a las ciudades. En relación a esto, el Informe sobre Economía Creativa 2013 plantea que las **políticas públicas** son mejores cuando se implementan en conjunto con el objetivo de preservar y renovar la cultura tradicional, o con la visión de reducir las desigualdades más que exacerbarlas, así como para proporcionar un medio de subsistencia para muchos en lugar de beneficios desproporcionados para pocos. El Informe aboga firmemente por la necesidad de contemplar la economía creativa en tér-

¹² *Ídem.*, p. 18.

¹³ *Ídem.*

¹⁴ *Informe sobre la Economía Creativa*. Edición especial 2013. Ampliar los cauces del desarrollo local, Naciones Unidas / PNUD / UNESCO, 2014, p. 79.

minos humanísticos, la creatividad como una cualidad plasmada y vivida que forma parte de una serie de industrias y actividades.

En el informe también se menciona que:

“Además, las industrias creativas pueden exponer las fuerzas locales existentes, aprovechando las actitudes y formas de expresión que son intrínsecas de cada lugar específico y a menudo únicas. Las dinámicas que generan los lugares creativos no son exclusivas de centros internacionales y la historia reciente está repleta de ejemplos de cómo nuevo material, productos expresiones de diversos sitios han entrado en el espacio de los flujos mundiales.

Existe el peligro de que se imponga una agenda de ciudad creativa importada y cada vez más formulada de forma poco realista y/o perjudicial, ignorando las necesidades locales y pasando por alto las oportunidades para galvanizar las expresiones culturales locales o ya existentes.”¹⁵

De tal forma, la formulación de políticas culturales que los gobiernos locales y la acción cultural generen, implicará una profunda transformación ideológica y de identidad. El colocar la cultura al centro de los programas y planes de desarrollo implica mucho más que una mera reorientación de objetivos, en realidad se trata de una transformación de carácter ideológico y de cambio en los paradigmas sociales de organización: la “arena” de trabajo posee una cualidad dual tanto tangible como intangible.¹⁶

Una de las estrategias destacadas en el tema de las Ciudades Creativas es que las políticas públicas se deben de pensar desde lo local y generar impactos significativos que van hacia lo regional y posteriormente hacia otros ámbitos nacionales e incluso internacionales. De esta forma, las políticas culturales deberán elaborarse desde lo local y generando intercambios a nivel regional y con la posibilidad de generar pautas e impactos significativos que puedan ser adoptados posteriormente como medida o política nacional. Partiendo de estos planteamientos la Red de Ciudades Creativas estimula la creación de estas políticas de impacto local, pero que al mismo tiempo generen este impacto desde la base hacia diversos ámbitos, incluyendo el internacional.

Considerando estos tres factores fundamentales que caracterizan a las Ciudades Creativas, se entiende que éstas son aquellas que están en un constante proceso de cambio o innovación y para ello es fundamental que sepan manejar los procesos de cambio de forma efectiva pero sobre todo de forma “original”, aprovechando sus propios recursos y

¹⁵ *Ídem.*

¹⁶ Maass Moreno, *op. cit.*, p. 30.

potencialidades, su patrimonio cultural en todas sus manifestaciones tangibles e intangibles, es decir, aprovechando esto en su conjunto como estrategia para el fomento de su cultura y como herramienta para impulsar su propio desarrollo y sustentabilidad.

En la economía creativa, por tanto, una parte importante de la creación de valor en muchos sectores se basa en activos intangibles, por lo que los factores de localización geográfica son decisivos en la nueva economía y tienen que ver sobre todo con atributos y características de los lugares que los hacen especialmente atractivos para una clase creativa depositaria de "talento"¹⁷. De esta forma, la mano de obra creativa se transforma en el principal activo de las ciudades y regiones, volviéndose sitios que atraen a personas creativas y con identidades muy diversas. Como explica Richard Florida, la creatividad se vincula por tanto a las personas y a las ciudades e incluso a sectores sociales específicos en ciudades concretas¹⁸.

Tomando en cuenta lo anterior, coincidimos en que las Ciudades Creativas son:

*Aquellas que pueden ser capaces de transformar de manera socioeconómica las relaciones que establecen con el mundo, teniendo como base su propia esencia. Aprovechando su creatividad y sus industrias creativas de forma sostenible con su contexto cultural. Son ciudades que transforman la trama socioeconómica urbana en base a lo que tienen de más singular, creativo y específico y en un profundo entendimiento de su identidad cultural.*¹⁹

De esta forma, la cultura puede constituirse como el nuevo motor de desarrollo de las ciudades. En la mayoría de los casos, específicamente en México, no se ha valorado adecuadamente el potencial que la cultura representa para modificar las dinámicas sociales y económicas. Si las ciudades en nuestro país, sus gobernantes y habitantes son conscientes del valor de su cultura, del potencial como motor económico de su patrimonio en todas sus manifestaciones, de los beneficios que implica poseerlo y saber explotarlo adecuadamente, la propia sociedad impulsaría con más ahínco su cuidado y conservación. Cada vez más en las ciudades el patrimonio cultural debe jugar un papel definido en la productividad económica, generando recursos o beneficios que permitan el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos, ofreciendo fuentes de empleo y proveyendo al mismo tiempo lo necesario para el mantenimiento y acrecentamiento de esos recursos patrimoniales de carácter cultural de forma sustentable. Es así que la cultura y el aprovechamiento de sus valores

¹⁷ Rodríguez Arantxa, Vicario Lorenzo y Martínez Elena, *Competitividad y urbanismo 'creativo' en la revitalización de Bilbao: entre la necesidad y la especulación*, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, UPV/EHU, p. 2.

¹⁸ Florida Richard, *The Rise of the Creative Class* (Paperback Edition). Nueva York: Basic Books, 2003

¹⁹ Fonseca, Ana Carla, *op. cit.*, p. 142.

tangibles e intangibles pueden contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, propiciando la puesta en valor y en algunos casos la re-apropiación de sus manifestaciones como fiestas, tradiciones, costumbres y espacios construidos con un componente histórico importante, y todo esto nos lleva a una conservación integral de su patrimonio cultural.

La cultura a su vez, otorga a las ciudades ese carácter que las hace únicas, especiales y particulares y es lo que los dota de esa identidad local. Valorar la cultura y el patrimonio cultural y ponerlo al servicio de la colectividad contribuiría a generar mecanismos para reinventar la forma en que la ciudad se mantiene económica y socialmente, de forma sustentable y acorde con su propia realidad. La tarea pendiente en las ciudades, específicamente en México, es asumir la cultura como un derecho, no como un privilegio, donde los ciudadanos la consideren como algo suyo y que le pertenece, considerando que al mismo tiempo también implica la obligación de trabajar por preservar su identidad, sus valores y su patrimonio cultural en todas sus manifestaciones.

Ser una Ciudad Creativa implica preservar esta cultura, difundirla, vivir con ella y de ella, y hacerse partícipes de difundirla y promoverla así como trabajar por ampliarla. Asimismo, implica el derecho a la conservación de su patrimonio cultural y el acceso a espacios públicos adecuados y de calidad, a actividades recreativas, culturales, de ocio, de transmisión de saberes y a la participación ciudadana. Es ahí donde las Ciudades Creativas encuentran su pertinencia como un nuevo escenario en México para la preservación integral del Patrimonio Cultural.

Ciudades Creativas de la UNESCO

El Programa de Ciudades Creativas fue lanzado por la UNESCO en octubre de 2004 y busca promover el desarrollo social y económico de las ciudades tanto en los países industrializados como en desarrollo, poniendo un énfasis especial en la función que desempeñan la creatividad y las artes en el desarrollo de las comunidades y las economías locales. La UNESCO busca vincular y establecer redes de cooperación entre distintas ciudades del mundo que tienen como común denominador la creatividad para el impulso a dichos sectores y con la finalidad de compartir experiencias, realizar capacitaciones a escala local e incrementar la diversidad de la producción cultural y de los mercados internacionales, además de proporcionar y divulgar buenas prácticas entre las ciudades participantes. En concreto de acuerdo a la Misión del Programa de Ciudades Creativas de *la UNESCO* la meta principal apunta a:

“...desarrollar la cooperación internacional entre las ciudades que han identificado la creatividad como un factor estratégico para el desarrollo sostenible, en el marco de asociaciones, incluidos los

sectores público y privado, organizaciones profesionales, las comunidades, la sociedad civil e instituciones culturales de todas las regiones del mundo. La Red de Ciudades Creativas facilita el intercambio de experiencias, conocimientos y recursos entre las ciudades miembros como un medio para promover el desarrollo de las industrias creativas locales y fomentar la cooperación mundial para el desarrollo urbano sostenible.”²⁰

La Red de Ciudades Creativas está compuesta de siete áreas temáticas de las cuales las ciudades eligen asociarse a una de ellas en función de sus preferencias y fortalezas y se comprometen a destinar a esta red temática su energía y su talento para el impulso de su economía y sustentabilidad. Las redes temáticas o sectores que abarca son: cinematografía, literatura, música, artesanía y arte popular, diseño, artes digitales y gastronomía. Las ciudades que solicitan la admisión a la Red, pretenden convertirse en centros de excelencia creativa que ayuden a otras ciudades, en especial aquellas pertenecientes a países en desarrollo, a cultivar su propia economía creativa basada, especialmente, en el turismo creativo.²¹ Este programa de la UNESCO se ha ido consolidando progresivamente desde su lanzamiento en el año 2004, en donde hasta el año 2014, la Red de Ciudades Creativas estaba integrada por 41 ciudades de 13 países, es decir, un crecimiento promedio de más de cuatro ciudades por año. En el año de 2015 el tamaño de la Red se incrementa de forma considerable con la adición de 28 ciudades de 19 países, para integrar un total de 69 ciudades de 32 países en las 7 categorías o redes temáticas. De esas 69 ciudades en el 2015, América solamente cuenta con 11 ciudades creativas en 7 países, de las cuales, este año se integraron cuatro y ninguna de ellas está en México. El resto de las Ciudades Creativas están distribuidas fundamentalmente en Europa y Asia. Las Ciudades Creativas en América son, por el diseño: Buenos Aires en Argentina, Curitiba en Brasil y Montreal en Canadá; por la artesanía y arte popular: Paducah y Santa Fé en Estados Unidos, Jacmel en Haití y Nassau en Bahamas; por la literatura: Iowa en Estados Unidos, por la gastronomía: Popayán en Colombia y Florianópolis en Brasil, y por la música: Bogotá, también en Colombia. De las siete redes temáticas, no hay ninguna en América por la cinematografía ni por las artes digitales.

Considerando las características y alcances del Programa de Ciudades Creativas de la UNESCO, en el año 2014 la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, reconociendo su potencial creativo específicamente en el sector de la artesanía y arte popular, se propuso configurar el expediente técnico para integrarse a la Red en este sector, siendo la primera

²⁰ *Creative Cities Network Mission Statement*, UNESCO, 2013, Consultado y traducido de: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Mission_statement_Bologna_creative_cities_meeting.pdf. Consultado el 18 diciembre 2014.

²¹ Consultado en: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/creative-industries/>

ciudad en México en realizar este proceso para integrar su candidatura de forma exitosa. Como parte de ese proceso, la ciudad fue invitada a asistir en 2014 a la *Reunión Anual de Ciudades Creativas* que se llevó a cabo en Chengdú China, en donde ante otras ciudades de la Red de Artesanía y arte popular, presentó formalmente la candidatura y se establecieron vínculos de cooperación importantes para este proceso. En este primer intento, sin embargo, la ciudad no resultó nominada para integrarse a la Red, pero a partir de la resolución y de las observaciones y recomendaciones emitidas por la UNESCO, la ciudad es exhortada a presentar nuevamente su candidatura, revisada y mejorada para la convocatoria de 2015.

¿Porque San Cristóbal de las Casas quiere ser Ciudad Creativa?

La motivación de San Cristóbal de Las Casas para integrar su Candidatura como Ciudad Creativa por la Artesanía y Arte popular de la UNESCO surge y se fundamenta en una de las prioridades o ejes de desarrollo municipal 2012-2015 que establece el *“Impulso de la cultura, el turismo y el desarrollo económico para promover e incentivar la inversión, tanto privada como pública de orden estatal y federal, en favor del impulso a la cultura, el turismo y el desarrollo económico del municipio y de sus habitantes”*.²² Entre las políticas públicas que se pretendían impulsar desde la administración municipal de acuerdo al eje estratégico mencionado está: *“propiciar el interés y la revaloración de su cultura en el contexto local, estatal, nacional e internacional e impulsar y fortalecer a las actividades turísticas y culturales como la base del modelo económico a desarrollar y a consolidar por el sector público e inversionistas privados.”*²³ Asimismo, las estrategias para la revaloración de esta cultura en el contexto local, estatal, nacional e internacional desde el ámbito municipal, estaban encaminadas a fomentar el arraigo y la identidad de las costumbres culturales nativas del territorio municipal; a ampliar y fortalecer la capacidad creativa de los diversos actores y comunidades culturales y promover el cúmulo de bienes culturales para lograr que San Cristóbal de las Casas sea referente regional, nacional e internacional.²⁴

El *Programa de Ciudades Creativas de la UNESCO* en gran medida contribuye al impulso de políticas públicas que fortalezcan la cultura y economía, y conscientes de ello, la ciudad de San Cristóbal de Las Casas gestiona su candidatura para unirse a la Red de Artesanía y Arte y Popular. Esta Red que actualmente cuenta con doce Ciudades Creativas por

²² *Plan de Desarrollo Municipal, San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, 2012-2015*. Consultado en: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Chiapas/Todos%20los%20Municipios/wo95198.pdf>, p. 44, Fecha de consulta: diciembre 2014, p. 39.

²³ *Ídem*. p.84.

²⁴ *Ídem*.



San Cristóbal de Las Casas y sus 10 barrios tradicionales con sus oficios como bienes culturales para el fomento a la economía creativa. Gráfico elaborado por la autora

la Artesanía y Arte Popular²⁵, es a la que la ciudad aspira a vincularse de forma estratégica para el intercambio de experiencias y buenas prácticas y para el fomento e impulso de su propia economía creativa en sus diversos ámbitos de acción.

Insumos culturales de San Cristóbal de las Casas para fomentar la economía creativa

La ciudad de San Cristóbal de Las Casas es una de las ciudades más antiguas fundadas por los españoles en el sur de México que data de 1528. Desde este momento la ciudad se fue configurando a partir de dos ejes fundacionales norte-sur, y este-oeste; en cuyos extremos se localizaban los conventos y templos más representativos con un modelo urbano que respondía a las estrategias militares para la fortificación de los asentamientos, mediante la reducción de indios, el establecimiento de los conventos religiosos extramuros, entre el casco español y los seis barrios indígenas originales que son Cuxtitali, El Cerrillo, Mexicanos, San Antonio, San Diego y Tlaxcala. Después surgieron otros barrios hasta integrar 10 barrios históricos o tradicionales. Cada uno de estos barrios cuenta desde su origen con una vocación y oficios específicos, algunos que hoy en día aún se conservan y otros que lo fueron adquiriendo con el paso del tiempo. Estos oficios van desde productos de alfarería, cerería o elaboración de velas y veladoras, hilado, tejido y teñido de textiles, fabricación de dulces tradicionales, gastronomía y panadería artesanal, herrería y forja, pirotecnia, carpintería y fabricación de juguetes de madera, etc.²⁶

Desde de la estructura urbana, cada uno de sus barrios tradicionales cuenta con gran variedad bienes culturales tangibles e intangibles, y éstos se consideran como parte de los recursos que por sí mismos pueden contribuir al impulso de una economía creativa en la ciudad. Cada uno de los barrios posee rasgos y características particulares que los hace únicos y con una identidad y personalidad propia, teniendo sus propias costumbres, tradiciones y oficios tradicionales que históricamente los ha dotado de una identidad característica que a la vez los diferencia de los demás. Considerando estos barrios como bienes culturales o como **clústers creativos**²⁷, se camina hacia el diseño de políticas públicas y planes de impulso a la economía de cada uno de ellos.

²⁵ La Red de Ciudades Creativas por la Artesanía y Arte popular está conformada por las ciudades de: Santa Fé (Estados Unidos), Asuán (Egipto), Kanazawa (Japón), Hangzhou (China), Icheon (Corea Del Sur), Fabriano (Italia), Paducah (Estados Unidos), Jacmel (Haiti), Jingdezhen (China), Nassau (Bahamas), Pekalongan (Indonesia) y Suzhou (China).

²⁶ Más información e imágenes de este tema consultar: <http://sancristobalcreativecity.weebly.com/the-city.html>

²⁷ Un clúster es una concentración local de empresas que producen un producto o servicio determinado. La proximidad de estas empresas se traduce en una pujante competencia que estimulan la innovación, incrementa en oportunidades de compartir información, aumenta la demanda global de determinados insumos y reduce los costos de transacción. Citado de: *Informe sobre la Economía Creativa*. Edición especial 2013. Ampliar los cauces del desarrollo local, Naciones Unidas /PNUD /UNESCO, 2014, p. 32.

Esta consideración específica por barrio busca impulsar campañas de fomento al oficio y artesanía tradicional de cada uno, al fomento al comercio de lo local, lo auténtico y lo tradicional, contribuyendo con todo esto a incrementar la derrama económica en los barrios a partir de los bienes y recursos culturales con que cuenta cada barrio. Esto aprovechando sus singularidades, comprendiendo sus aspectos simbólicos y significativos y en conjunto impulsando su cultura e identidad y situando éstos factores como fundamentales para impulsar su desarrollo económico y sustentabilidad.

Es importante destacar que además por su localización geográfica, la ciudad está vinculada estrechamente con una gran población indígena rural proveniente de 17 municipios de la región Altos Tsotsil-Tseltal, quienes históricamente y desde la fundación de la ciudad, la han hecho el sitio para comercializar sus productos y artesanías,²⁸, además de ser su centro de abasto de productos y servicios. Hoy en día esta dinámica no ha variado mucho, ya que aún se pueden encontrar en sus calles y plazuelas a los propios indígenas artesanos que llegan de sus comunidades para ofrecer una amplia variedad de textiles y productos típicos artesanales, como los que ellos han estado produciendo desde siglos atrás. De esta forma, es patente la importante contribución indígena a la cultura de la ciudad, que se manifiesta entre otras cosas, por lo inmaterial e intangible de sus saberes ancestrales que se hacen patentes tanto en la gastronomía, las fiestas tradicionales, ritos y ceremonias, en la medicina tradicional y en diversas manufacturas artesanales, fundamentalmente de tipo textil como bordados, faldas, zarapes, sacos, lanas, chalecos, etc. Además de ello se suman diversos trabajos especializados como de hierro forjado, tallas de ámbar y alfarería, carpintería entre otros productos culturales. Muchas de estas artesanías de las comunidades indígenas se comercializan en sus calles y plazuelas, y existen diversos establecimientos a su vez que venden productos que han fusionado el arte indígena con la moda actual, y en donde diversos grupos creativos y diseñadores han generado un sector creativo muy particular que aprovecha la tradición con la innovación para crear nuevos productos artesanales. Todo esto hace de San Cristóbal de Las Casas un sitio en donde confluyen y se fusionan diversas culturas vivas provenientes de diversos sitios, que lo hace único en el mundo.

Para estas comunidades y sus artesanos tejer es parte de la vida cotidiana, a través de esta actividad han obtenido históricamente ingresos para sus familias y esta actividad

²⁸ Asumiendo la definición de que *"los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente."* (definición adoptada por el Simposio UNESCO/CCI *"La Artesanía y el mercado internacional : comercio y codificación aduanera"* - Manila, 6-8 de octubre de 1997).



San Cristóbal de Las Casas y los 17 municipios de la Region Altos Tsotsil-Tseltal como bienes culturales para el fomento a la economía creativa. Gráfico elaborado por la autora

tiene un significado muy importante que es el de reconocer a través de esta práctica a sus antepasados. Las mujeres tejen porque sus abuelas y madres les transmitieron saberes y conocimientos tradicionales.²⁹ Hoy en día la producción de la artesanía local y regional sigue comercializándose en la ciudad, conservando este rol fundamental como centro de abasto y consumo de las comunidades de la región.

La ciudad cuenta además con una infraestructura cultural muy variada en donde existen diversas salas de concierto, teatros, auditorios y pequeños foros y espacios públicos que



Sinergias entre los tres ámbitos de acción. Gráfico elaborado por la autora

contribuyen a que la ciudad tenga una activa vida cultural. Además de la riqueza arquitectónica de la ciudad y sus barrios tradicionales, una característica importante es que está llena de actividades culturales organizadas, muchas de ellas, por diversos colectivos, y grupos que continuamente promueven eventos diversos como conciertos y actividades culturales.

En San Cristóbal de Las Casas, por lo tanto, se identifican tres ámbitos importantes que se consideraron fundamentales para impulsar el proyecto de Ciudad Creativa. La ciudad no solo está integrada por sus barrios tradicionales, sino que, en segundo término se consideran otros ámbitos que son co-dependientes entre sí, en el cual se incluyen además,

²⁹ Pérez Cánovas, Karla, "La transformación de la artesanía textil a través de su mercantilización entre diseñadoras (es) y tejedoras en los Altos de Chiapas". Tesis para obtener el grado de Maestra en Antropología, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras, Instituto de Investigaciones Antropológicas, 2015, p. 2.



Tradición textil y creatividad en las comunidades de la region Altos de Chiapas. Gráfico elaborado por la autora

las diversas comunidades que integran el Municipio con sus variadas manifestaciones culturales, y en tercer lugar, las diversas comunidades de la Región que confluyen en la ciudad para el comercio de productos y mercancías así como para el abasto de diversos productos. La ciudad de San Cristóbal de Las Casas no puede entenderse sin estos tres componentes, de ahí que las políticas que se implementen para el impulso de la ciudad como Ciudad Creativa, deben mirar más allá del impacto local y abrir la mirada a la posibilidad de generar un impacto regional y al mismo tiempo beneficiarse de él para el fomento de esta creatividad y este potencial creativo que existe en la región. Tomando en cuenta lo anterior y los bienes culturales tangibles e intangibles, los tres ámbitos de acción incluyen:

- Los barrios tradicionales de la ciudad.
- Las comunidades del municipio, que directa o indirectamente contribuyen con la ciudad.
- Los municipios de la Región Tsotsil-Tseltal, que están íntimamente ligadas a las dinámicas económicas de la ciudad de San Cristóbal de Las Casas.

Los bienes culturales de cada uno de estos ámbitos generan a su vez, una cantidad importante de bienes creativos de diversa índole que son “consumidos” habitualmente por los habitantes y visitantes de la ciudad. La candidatura de Ciudad Creativa busca por tanto, generar sinergias para vincular cada uno de los ámbitos de forma individual y a su vez de forma colectiva, generando una participación y un impacto mayor para el impulso del sector creativo. Entre ellos considera muchas actividades que impulsen a las diversas comunidades de los municipios, algunas de ellas ya se desarrollan en función de un turismo creativo participativo.³⁰

Principales retos que enfrenta la ciudad utilizando la creatividad como motor de desarrollo

El reto principal en el primer ámbito de la ciudad es establecer un modelo de gobernanza que integre y/o modifique diversas políticas públicas, considerando los nuevos modelos o paradigmas para el fomento de la economía creativa de la ciudad y el reconocimiento de la creatividad con su potencial como motor de cambio y desarrollo sustentable. Entre las diversas acciones que deberán llevarse a cabo para lograr este reto es identificar y reconocer

³⁰ Algunas de las ciudades de la Red de Ciudades Creativas, han acudido en busca de apoyo de la International Creative Tourism Associates (ICTA), organización que ha sido creada para asesorar a ciudades, estados, provincias y países sobre la aplicación del *Turismo Creativo* como una herramienta económica y el desarrollo eficaz de la comunidad. Específicamente ICTA consulta con el turismo del sector privado y público, el desarrollo comunitario y organizaciones de desarrollo económico que buscan formas innovadoras de promover el turismo en un entorno cada vez más competitivo.

el impacto que tiene sector creativo existente en la ciudad y en cada uno de los barrios tradicionales para preservar la identidad y vocación tradicional de cada uno y como estrategia para evitar que estos saberes tradicionales se pierdan. En ese sentido, es preciso reconocer y valorar el impacto económico del sector creativo específicamente los oficios tradicionales de los barrios para fomentarlos y preservarlos en su diversidad y variedad. Implica generar estrategias de transmisión del conocimiento para la preservación del patrimonio intangible y los saberes tradicionales de la ciudad para que no se pierdan, partiendo del hecho de que algunos oficios están en riesgo de desaparecer porque las nuevas generaciones no encuentran incentivos para continuar desarrollando estas actividades creativas. Entre las diversas acciones implica el diagnosticar, documentar y fomentar la enseñanza y el aprendizaje de los oficios tradicionales de cada barrio para las nuevas generaciones, integrando procesos de innovación y desarrollo para la preservación de las técnicas tradicionales, al tiempo en que se crean y reinventan nuevas expresiones artesanales a partir de su propia identidad. Todo esto implica impulsar la participación de centros de investigación, enseñanza y capacitación para fomentar la profesionalización de los oficios tradicionales y el arte popular y hacer accesible su aprendizaje.

Entre los retos que se presentan para el segundo ámbito, el de la ciudad y su vinculación los municipios de la región, es de resaltar que Chiapas es considerado uno de los estados más pobres en México, y en donde de acuerdo a datos del año 2010, se localizan los municipios con mayor porcentaje de población en situación de pobreza identificado por la CONEVAL³¹. En el informe elaborado por este organismo, se hace patente que en la región donde se encuentra San Cristóbal de Las Casas se localizan 9 de los 15 municipios que presentan mayores índices de pobreza y marginación en México y que corresponden a los municipios de **Aldama, San Juan Cancuc, Chalchihuitán, San Andrés Duraznal, Santiago el Pinar, Sitalá, Larráinzar, Chanal y Pantelhó**. Algunos de ellos, forman parte de estos municipios que integran la región Altos que se ha mencionado líneas arriba. En contraste, es de resaltar que, independientemente de esta situación, los 17 municipios de la región además de la ciudad, cuentan con una rica tradición artesanal, que es claramente diferenciada e identificable entre otras cosas, por la indumentaria y tradición textil de cada comunidad y es manifestado entre otras cosas por el diseño de sus textiles y por la variedad de artesanías que han producido históricamente preservando su identidad. Partiendo de lo anterior y de la riqueza creativa identificada de cada municipio así como la vinculación histórica con San Cristóbal de Las Casas, la candidatura de la ciudad se integra considerando no solo la ciudad en sí misma,

³¹ Medición de la Pobreza en los municipios de México, Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, (CONEVAL) Consultado en: http://www.coneval.gob.mx/informes/Pobreza/Pobreza_municipal/Presentacion/Pobreza_municipios.pdf, fecha de consulta 13 de mayo de 2015.

sino la influencia en el sector artesanal que tienen todas las comunidades de la región en la distribución y venta de sus productos y servicios artesanales en la ciudad y esta gran riqueza y potencial creativo que puede ser el insumo para la conservación del patrimonio de forma integral, pero al mismo tiempo, como motor e impulsor de su propio desarrollo.

El principal reto en el proyecto de Ciudad Creativa, es aprovechar precisamente la creatividad presente en esta región, incluidos los tres ámbitos, como un medio para cambiar su realidad económica y social, para lograr un cambio de paradigma incorporando modelos de economía creativa, aprovechando sus propios recursos y saberes y como estrategia para preservar su identidad y sus tradiciones. Todo ello cuidando el respeto a la propiedad intelectual y derechos de autor para promover el desarrollo de las comunidades, aprovechando su propio potencial creativo y situándolo como eje o centro de su propio desarrollo, beneficiando a los propios indígenas artesanos, que irónicamente resultan ser el grupo de población más vulnerable y desfavorecida. Esto camina hacia la finalidad de poner en valor su patrimonio e identidad cultural, reconociendo lo singular, simbólico e intangible de su tradición artesanal. De forma paralela se busca impulsar una cultura de consumo local que ponga en valor estos productos locales y los proyecte como parte de la riqueza cultural de la ciudad, propiciando un mayor desarrollo socioeconómico de cada comunidad. Esto requiere a su vez promover la creación y apertura de nuevos espacios para el fomento y comercialización de los productos derivados del sector de la artesanía y el arte popular de cada comunidad y encontrar mecanismos para la protección de sus derechos de autor.

Además de los tres ámbitos anteriores y sus impactos, es preciso considerar la necesidad de la vinculación además del plano nacional, a nivel internacional con el resto de las ciudades creativas de la red y en adición, con las ciudades hermanas con las que San Cristóbal de Las Casas ya tiene convenios de colaboración. Algunas de las ciudades creativas y hermanas comparten oficios y tradiciones que pueden generar importantes intercambios de experiencias y buenas prácticas, generando sinergias en los distintos niveles e impulsando un modelo de ciudad que puede ser único en México. Para ello, es preciso aprovechar las vinculaciones internacionales que las Ciudades Creativas favorecen, estableciendo alianzas y estrategias de cooperación concretas, como plataforma para la puesta en valor e intercambio de productos y experiencias artesanales y abriendo nuevos mercados para los productos y artesanías mexicanos.

Conclusiones

El proyecto de Ciudad Creativa presentado por San Cristóbal de las Casas tiene varias características innovadoras, al ser la primera ciudad en México en considerar la economía creativa como alternativa para su desarrollo, poniendo en valor la creatividad y los productos artesanales de la ciudad y la región, y buscando una alternativa y un cambio de paradigma para

generar escenarios que garanticen la prosperidad de la ciudad y de las comunidades de la región más pobre de México.

Es de resaltar la existencia de una clara voluntad política, que impulsa desde la administración municipal y en conjunto con el sector privado y la sociedad civil el proyecto de ciudad creativa. Asimismo este proyecto es un ejercicio interesante, que ha contribuido a reconocer el potencial para la creación de redes locales, regionales e internacionales de vinculación creativa, y el fortalecimiento de las capacidades en diversos niveles para trabajar con aspectos de innovación basados en la consideración a su propia tradición.

Esta candidatura implica diversos retos, no solo para Chiapas, sino para México con la posibilidad y oportunidad de cambiar los paradigmas sobre el desarrollo económico de algunos de los municipios más pobres México, a través del fomento de sus productos creativos y el impulso de su economía creativa.

Finalmente sin pretender que la Ciudad Creativa sea una panacea a los problemas de la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, el reto más importante es la comprensión por parte de los diversos grupos políticos y sociales, del potencial que tiene la ciudad como impulsor del cambio y desarrollo regional a través de la economía creativa³².

Bibliografía

- Buitrago Restrepo, Felipe, Duque Martínez, Iván, *La Economía naranja, una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo BID, 2013.
- Florida Richard, *The Rise of the Creative Class* (Paperback Edition). Nueva York: Basic Books, 2003
- Fonseca Reis, Ana Carla (Org.), *Economía creativa como Estrategia de Desarrollo – una visión de los países en desarrollo*. São Paulo: Garimpo de Solucoes e Itaú Cultural, 2008.
- Guía para la elaboración de mapeos regionales de industrias creativas*, Ministerio de Cultura - República de Colombia, Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales, 2005.
- Guía práctica para mapear las industrias creativas*, BOP Consulting, Observatorio Iberoamericano de derecho de autor. 2010.
- Informe sobre la Economía Creativa*. Edición especial 2013. Ampliar los cauces del desarrollo local, Naciones Unidas /PNUD /UNESCO, 2014.
- Maass Moreno, Margarita, Carvajal Cortes, Rocío, *Cultura, Desarrollo y cooperación internacional: una aproximación desde la perspectiva sistémica*. Cuadernos de cooperación internacional y Desarrollo, Instituto Mora, UIA México, 2012.
- Pérez Cánovas, Karla, *La transformación de la artesanía textil a través de su mercantilización entre dise-*

³² Para mas información consultar: <http://sancristobalciudadcreativa.weebly.com/>

ñadoras (es) y tejedoras en los Altos de Chiapas. Tesis para obtener el grado de Maestra en Antropología, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras, Instituto de Investigaciones Antropológicas, 2015.

Rodríguez Arantxa, Vicario Lorenzo y Martínez Elena, *Competitividad y urbanismo 'creativo' en la revitalización de Bilbao: entre la necesidad y la especulación*, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, UPV/EHU.

Sitios web

Industrias creativas de la UNESCO. Consultado en: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/>

Agenda 21 para la cultura. Consultado en: <http://www.agenda21culture.net/index.php/es/>

Creative Cities Network Mission Statement, UNESCO, 2013. Consultado en: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Mission_statement_Bologna_creative_cities_meeting.pdf

Plan de Desarrollo Municipal, San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, 2012-2015. Consultado en: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Chiapas/Todos%20los%20Municipios/wo95198.pdf>.

Medición de la Pobreza en los municipios de México Consultado en: http://www.coneval.gob.mx/informes/Pobreza/Pobreza_municipal/Presentacion/Pobreza_municipios.pdf,

Página de la Candidatura de Ciudad Creativa 2014. <http://sancristobalciudadcreativa.weebly.com/>