

CREATIVIDAD = CAPITAL
SEGUNDO ENCUENTRO DE ARTE,
TRABAJO Y ECONOMÍA
2012

Esta publicación cuenta con el apoyo de:



Ministerio
de **Cultura y**
Patrimonio

Rafael Correa Delgado
**Presidente Constitucional de la República
del Ecuador**

Francisco Velasco Andrade
Ministro de Cultura y Patrimonio

Jorge Luis Serrano Salgado
**Viceministro de Cultura
y Patrimonio**

Daniela Fuentes Moncada
**Subsecretaria Técnica de
Emprendimientos Culturales**

Carla Endara Aguilar
**Directora de Emprendimientos e Industria
Editorial (e)**

**Fondo
Editorial**
Ministerio de Cultura del Ecuador

Edwin Andino Álvarez, Adriana Grijalva Cobo
Dirección de Emprendimientos e
Industria Editorial
Corrección de textos

Carla Endara, Carolina Corral
**Dirección de Diseño y Artes Aplicadas
Diseño y diagramación**

Impresión: Imprenta Mariscal

© 2013, de la primera edición,
FLACSO – Ministerio de Cultura y Patrimonio
del Ecuador

Quito, Ecuador

El encuentro de arte, trabajo y economía es un
proyecto de:

ARTE ACTUAL – FLACSO ECUADOR

La Pradera E7-174 y Av. Diego de Almagro
Quito – Ecuador
Pbx: +593-2-3238888 ext.2040
arteactual@flacso.org.ec
www.arteactual.ec

Juan Ponce
Director FLACSO

Marcelo Aguirre
Coordinador Espacio Arte Actual

María José Salazar
Asistente Arte Actual

Paulina León
**Coordinadora del Encuentro de Arte,
Trabajo y Economía**

Paola de la Vega
Coordinadora de la Botica de Proyectos

Gabriela Montalvo
Metodología del taller

María del Carmen Carrión
Asesoría de las Mesas Redondas

Francisco Suárez
Fotografía

ÍNDICE

10 MEMORIAS DEL SEGUNDO ENCUENTRO IBEROAMERICANO DE ARTE, TRABAJO Y ECONOMÍA, CREATIVIDAD = CAPITAL / Paulina León

17 MESAS REDONDAS

19 MESA REDONDA 1: CREATIVIDAD = CAPITAL

22 • INTRODUCCIÓN A LA ECUACIÓN “CREATIVIDAD = CAPITAL” / Christoph Baumann

24 • CREATIVIDAD = CAPITAL / Leonardo Wild

36 • EL ANUNCIADO DECLIVE DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y LA CREATIVIDAD INDIVIDUAL
/ Jaron Rowan

48 • ¿PARA QUIÉN CREAMOS? 20 PUNTOS PARA LA REFLEXIÓN / Fernando Vicario

59 MESA REDONDA 2: MODELOS DE GESTIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

62 • GIROS Y DEBATES ACTUALES EN TORNO A LA GESTIÓN CULTURAL / María Fernanda Cartagena

71 MESA TALLER 3: DEL MODELO CLÁSICO DEL MECENAZGO A LA INVERSIÓN ACTUAL: NUEVAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

72 • SERVICIO SOCIAL DEL COMERCIO: MISIÓN Y ACCIÓN / Mauricio Trindade da Silva

87 TALLER

- 90** • **TALLER DE TRABAJO ENTRE EMPRESARIOS, ARTISTAS Y SECTOR PÚBLICO** / Gabriela Montalvo Armas

97 BOTICA DE PROYECTOS. ESPACIO DE MEDIACIÓN Y GESTIÓN MÚLTIPLE

- 100** • **LA BOTICA DE PROYECTOS: UNA ESTRATEGIA PARA LA MEDIACIÓN Y GESTIÓN MÚLTIPLE**
/ Paola de la Vega

111 LOS PROYECTOS

- 112** • **Interruptor Fanzine**
- 116** • **Residencia y Laboratorio de Producción Artística**
- 120** • **La Ruta Mural**
- 124** • **Teatro de Bolsillo / Sono**
- 128** • **Periscopio**
- 132** • **Jornadas de Reflexión Vinculaciones posibles Arte e Infancia**
- 136** • **Nido de Vidrio (NV)**
- 140** • **Directorio de Artistas y Actores Culturales No Lugar**
- 144** • **Jardines Colgantes de Guapulonia**

149 REFLEXIONES, PAUTAS Y CONCLUSIONES

- 150** • **REFLEXIONES, PAUTAS Y CONCLUSIONES** / Paulina León - Paola de la Vega

157 BIOGRAFÍAS



CREATIVIDAD = CAPITAL

Leonardo Wild

¿Qué es la creatividad?

Gerd Binnig, premio Nobel de Física en 1986, propuso que la creatividad se da cuando dos “unidades de acción” se unen para formar una “unidad de acción” que antes no existía. Es decir, aunque aparentemente todo existe ya, la “creatividad” es la producción de algo nuevo (anteriormente inexistente), algo que aplica a todas las áreas, no solo en el ámbito del arte y la cultura o restringido a las actividades del ser humano, sino a la naturaleza misma.

El plato, como una unidad de acción existente, más un palo, otra unidad de acción (con su propia funcionalidad), al unirse llegan a crear “la rueda”. Las ruedas, con diferentes formas y unidas a otras “unidades de acción”, producen a su vez una infinidad de posibilidades que derivan en tecnologías de creciente complejidad y diversidad.

Así, la fotografía nació cuando a la “cámara oscura” -una caja con un hueco por el cual penetra la luz, proyectando una imagen invertida en la pared del fondo de la caja- se le agregó el “papel de plata”. Y las cámaras fotográficas del presente son la suma de una infinidad de “unidades de acción” que han derivado en la “fotografía digital”.

De este modo, la tecnología y la ciencia, el arte y la cultura, son una acumulación de “unidades de acción” en constante regeneración, re-inención, e innovación.

Las nuevas técnicas en la pintura y en la escultura, en las artes audiovisuales, etc., si las analizamos con cuidado, comparten este fenómeno expuesto por Gerd Binnig en su libro *Aus Dem Nichts (De la nada)*¹.

¿A qué nos referimos cuando hablamos de “capital”?

Nos enfrentamos a definiciones y más definiciones, no todas aplicables directamente a la ecuación Creatividad = Capital. Wikipedia explica que “en Economía, el capital

1 Binnig, Gerd, *Aus Dem Nichts, Über Die Kreativität von Natur und Mensch*, r. Piper GmbH & Co. KG, München, 1989.

suele definirse de distintas formas. Bajo el enfoque ortodoxo, es un factor de producción constituido por inmuebles, maquinaria o instalaciones propias de cualquier género que, en colaboración con otros factores, principalmente el trabajo y bienes intermedios, se destina a la producción de bienes de consumo -concepción neoclásica (ver Nicholson, 1997-, de servicios, y de conocimiento (sector cuaternario). Es la cantidad de recursos, bienes y valores disponibles para satisfacer una necesidad o llevar a cabo una actividad definida y generar un beneficio económico o ganancia particular. A menudo se considera a la fuerza de trabajo parte del capital. También el crédito, dado que implica un beneficio económico en la forma de interés, es considerado una forma de capital (capital financiero). Sin embargo, esta definición tiene deficiencias en cuanto a que se agrupa en un mismo concepto a objetos cualitativamente muy diferentes, lo que crea la dificultad de definir las unidades en que se mide el capital (Robinson, 1954). Por esta razón también existe una definición de capital que lo considera como una relación social de producción en la cual los trabajadores (que no poseen medios de producción) venden su fuerza de trabajo a los capitalistas (dueños de los medios de producción) con el fin de obtener por medio del capital un plusvalor. Así, el capital es aquel valor que se valoriza por medio de la explotación de la fuerza de trabajo (Marx, 1867), considerando a muy breves rasgos que el valor económico es una forma de poder social, por lo que el capital es un “poder social monopolizable” (Marx, 1848).²

Vemos como la palabra “capital” apunta a variables, las cuales, dependiendo del contexto, y de los elementos que tomamos en consideración, definen el tipo de capital del cuál estamos hablando. Así, tenemos: capital financiero, capital de trabajo, capital social, capital humano, capital material, capital físico, capital fijo, capital flotante, capital circulante, capital variable, capital líquido, capital público, capital privado, capital societario, capital inmaterial, etc. Se considera que los tipos de capital pueden dividirse en tres planos distintos:

1. **Plano Material:** Recursos Naturales y los Capitales Económicos.
2. **Plano Conductual:** Capital Social Individual y el Capital Social Colectivo.
3. **Plano Abstracto:** Capital Humano y el Capital Cultural.

¿Capital = Riqueza?

Cuando hablamos de capital, muchas veces a lo que nos referimos es a la riqueza. “Mientras mayor el capital, mayor la riqueza”. Pero la riqueza real es no-monetaria.

2 (FUENTE: [http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_(econom%C3%ADa)))

La verdadera riqueza apunta a un “todo” que no puede circunscribirse, o limitarse siquiera, al planeta en que vivimos ya que la Tierra no puede existir sin su relación de interdependencia con el sistema solar, y el sistema solar es a su vez parte integral del resto del universo.

Por lo tanto, podemos decir que “la naturaleza de la riqueza” es integral y compleja. El problema con nuestra “persecución de la riqueza” -tan en boga-, es que debido a nuestra medida de valor llamada “dinero”, estamos tratando de “monetizar” la riqueza como si ésta fuese un subsistema de la economía y no al revés. ¿Qué es, en realidad, la riqueza?

En el sentido más general y absolutista, la riqueza es la existencia de elementos que permiten la evolución -y continuidad- de sistemas, estructuras y organismos. Sin embargo, nuestro paradigma actual considera que la riqueza es “negociable”. Pero la riqueza verdadera no tiene “precio”, siendo precio un “valor monetario”. Además, la riqueza no es la acumulación de algo que consideramos tener valor, sino que sus cualidades inherentes ubican a la riqueza en tres tipos:

- 1. La indivisibilidad de la riqueza – medible pero no negociable.** La riqueza medible no es divisible porque dejará de existir si la fraccionamos. Una vaca, por ejemplo, podrá ser vendida entera y seguirá siendo vaca. Pero si la dividimos, será “carne de vaca” o “huesos de vaca”, etc. La selva sufre un destino parecido si la queremos dividir, o si resaltamos tan solo algunos de sus aspectos. La selva es selva por la interacción de todos sus elementos. Una obra de arte puede ser otro ejemplo de riqueza: la *Mona Lisa* de Leonardo da Vinci, al ser cortada en dos, deja de ser la obra original y, por lo tanto, perderá su valor indivisible.
- 2. Riqueza por rango — medida de rendimiento.** Este tipo de riqueza no trata de analizar las propiedades intrínsecas de algo, como en el caso de la riqueza medible “como un todo”. En el caso de la “riqueza por rango”, esta depende del lugar de algo dentro de un sistema (que depende del rendimiento). En el deporte, un primer puesto tiene mayor valor que un segundo puesto, y así sucesivamente. Un “primer puesto” en un concurso de arte genera una riqueza para el ganador, por lo menos dentro del círculo social donde ese primer puesto tiene su valor. En el transporte, un vehículo que rinde más, o sea, que consume “menos galones por kilómetro”, puede considerarse estar en una *mejor posición* que un auto que consume más, si la vara con la cual se mide esta cualidad permite colocar al modelo de vehículo en un rango. Similar fenómeno encontramos en el comercio, donde la capacidad productiva (o de ventas) coloca a una empresa -por ejemplo, a Ap-

ple- por sobre otras empresas. La riqueza por rango se mide, en otras palabras, con números ordinales (primero, segundo, tercero, etc.).

3. **Riqueza de relación nominal.** La riqueza de “relación nominal” identifica, por nombre, una relación de algo o alguien con el resto de objetos o individuos dentro de un sistema. La relación implica un mayor “grado de riqueza”: Licenciatura vs. doctorado; gerente vs. gerente general vs. presidente vs. administrador vs. empleado; maestro vs. aprendiz, y así sucesivamente.

Riqueza ≠ Acumulación

Arthur Brock y Eric Harris-Braun³ han analizado el tema de las nuevas economías y de las nuevas riquezas y han llegado a la conclusión de que los modelos económicos con los que hemos estado funcionando, especialmente desde la creación del dinero hace cerca de 10.000 años, funcionan bajo tres premisas:

1. Se enfocan en la escasez de recursos;
2. Se enfocan en el dinero como medio de intercambio;
3. Presentan a la riqueza como si fuera lo mismo que la acumulación.

Pero uno de nuestros mayores errores es creer que la riqueza es lo mismo que la acumulación, y pensar que toda divisa debe, necesariamente, ser “monetaria”. Si somos creativos, podremos crear “divisas no monetarias” que resalten las características de la riqueza sin necesidad de que acabemos poniéndole un precio (en dinero).

Si bien la acumulación nos permite obtener una cierta seguridad para nuestra continuidad como individuos, como grupo social, y tal vez como civilización, esto ocurrirá siempre y cuando lo acumulado no suceda en detrimento de la mayor riqueza de todas: la capacidad del planeta de sostenernos, o de basarse en la extracción del valor de terceros.

Este ha sido uno de los graves errores de nuestra civilización, una civilización movida por una economía monetaria que *divide* a la riqueza, monetizándola. Cuando usamos dinero para medir el valor de algo (el dinero como modelo de riqueza), lo que hacemos es dividir, fraccionar, separar nuestra cultura de las realidades físicas y biológicas de nuestro planeta a imagen y semejanza del dinero, en especial de su necesidad de ser escaso para tener valor, y su divisibilidad.

3 Brock y Braun y su proyecto de divisas: <http://newcurrencyfrontiers.com/>

Hemos mencionado algunas veces la palabra “valor”, por eso tal vez amerita analizar este concepto un poco más de cerca.

La triangulación del valor

Valor es una de esas palabras que más disconformidades provoca en nuestra sociedad. Como tantas otras, lo que queremos decir cuando utilizamos la palabra “valor” depende del contexto en el cual la utilizamos. Nos enfrentamos a valores éticos, morales, culturales, que son relativos, pues dependen de contextos socio-culturales, religiosos, políticos, etc.

Sin duda, el intento de valorar o de medir el valor de algo tangible o intangible, físico o espiritual, ha sido parte de la paradoja de la economía. Es un tema amplísimo, que nos confronta a una ensalada de teorías. Pero si queremos circunscribirnos a algo un poco más comprensible, tenemos que, como los navegantes, encontrar nuestra ubicación por medio de la triangulación.

La triangulación del valor depende de tres elementos claves sin los cuales no podremos hallar nuestra ubicación en el “mapa del valor”. En primer lugar, la noción de valor es una toma de conciencia de que algo “vale” (o nos “es útil”) -directa o indirectamente-. Es decir que el valor como concepto es una creación humana, y está basada en tres aspectos:

1. En nuestra **necesidad** de algo;
2. En la **circunstancia** en la que nos halleemos;
3. En la **cantidad** (cuantitativa y cualitativa) para que ese algo que valoramos sea funcional.

Por ejemplo, si nos encontramos en un desierto, muertos de sed (nuestra **circunstancia**), el agua adquiere un valor para nosotros (nuestra **necesidad**) tan solo si existe en suficiente **cantidad** (medida en volumen) y con suficiente calidad (medida en pureza) para que nos sea útil (su *funcionalidad*). Si nos ofrecen una cucharita de agua pura y fresca, no nos servirá por falta de cantidad volumétrica, e igualmente tampoco podremos satisfacer nuestra necesidad si el agua del oasis es abundante pero se halla contaminada.

Los tres tipos de valor

Cuando hablamos de valor, deberíamos ser capaces de reconocer a qué tipo de valor nos referimos:

A) Valor objetivo o absoluto. De la existencia de lo necesitado, depende nuestra vida:

1. Lo que se considera de valor, debe existir (material o inmaterialmente hablando);
y,
2. Lo que se considera de valor, debe satisfacer una necesidad absoluta.

En otras palabras, si no accedemos al agua que requerimos para sobrevivir, como en el ejemplo del desierto, moriremos. O si no tenemos aire, también moriremos. Es decir que cuando hablamos de “valor absoluto”, no existen términos medios.

B) Valor cultural o etnocéntrico. Este es un valor muy curioso, puesto que depende de la relativa escasez de algo, para que lo consideremos “de valor”. En primer lugar:

1. Lo que se considera de valor, debe existir (es necesario recalcar lo obvio);
2. Lo necesitamos; y;
3. Para que se considere de valor, debe ser escaso (en cantidad numérica). Así, pocas papas valen más que un exceso de papas; poco dinero vale más que una sobre-emisión de dinero (porque si imprimimos dinero para “hacerlo abundante”, perderá su valor cultural.

C) Valor subjetivo o egocéntrico. Este tipo de valor es diametralmente opuesto al valor cultural o etnocéntrico:

1. Para que algo tenga valor subjetivo, debe existir una necesidad (o la percepción de la misma);
2. Para que demos valor a algo (subjetivamente), debemos sentir una satisfacción al acceder a ello;
3. Para que sintamos satisfacción, antepondremos lo abundante a lo escaso. Por ejemplo, queremos tener mucho dinero a poseer poco dinero; un jardín con abundante hierba a un jardín ralo, etc.. O una empresa petrolera preferirá un “campo millonario”, a un campo con pocos barriles de petróleo.

El problema -y la confusión- en nuestra sociedad es que hemos llegado a medir el valor y la riqueza con algo que conocemos como “dinero”, sin saber de dónde provino esta “herramienta de intercambio económico”, ni cómo funciona. Cuando esperamos “apoyos económicos” para dedicarnos a la creatividad -sea en el ámbito cultural, científico o tecnológico- por lo general lo que esperamos es “dinero”. Esto ocurre porque el dinero se ha convertido, a pesar de su origen como un “valor cultural”, en un “valor absoluto”, porque sin dinero no podremos sobrevivir.

Cuando buscamos opciones de apoyo a nuestra creatividad, una estrategia podría buscar apoyos no monetarios. En el momento en que nos enfocamos en el dinero como el método de apoyo de preferencia, dependeremos de sus reglas de juego, y si no las conocemos, acabamos jugando al póquer sin saber cuáles son sus reglas de juego.

De hecho, y como vemos, el tema del dinero es amplio y para algunos demasiado enredado para dedicarse a comprenderlo. Con el agravante de que el artista (o el *homo creativus*) por lo general aborrece pensar en los “capitales del plano material”, y no se da cuenta de que tanto los gobiernos, como las empresas privadas, también están embarcados en un juego de póquer cuyas reglas -e historia- desconocen.

El misterio del dinero

La falta de comprensión de lo que es el dinero y cómo éste afecta nuestras emociones y pensamientos aqueja a la mayoría de quienes actualmente nos vemos en la obligación de usarlo para adquirir lo que nosotros mismos no podemos conseguir. Vivimos en la ignorancia casi absoluta no solo de qué es dinero, sino de *quién* es esta herramienta, de cómo se produce y cómo funciona. Lo peor de todo es que por alguna razón paradójica, nos encontramos reacios -como individuos y como sociedad- a profundizar en el tema. John Kenneth Galbraith, en su libro *El Dinero*, escribe⁴:

Una discusión sobre dinero entraña una gruesa capa de encantamiento sagrado. Esto es, en parte, deliberado. Los que hablan de dinero y enseñan sobre él y se ganan la vida con él, adquieren prestigio, estima y ganancias pecuniarias de una manera parecida a como los adquieren un médico o un hechicero al cultivar la creencia de que están en relación privilegiada con lo oculto, de que tienen visiones de las cosas que no están al alcance de las personas corrientes. Aunque profesionalmente remunerador y personalmente provechoso, esto es también una forma conocida de fraude.

La evolución del dinero

El origen religioso del dinero. La ley más antigua es la “ley divina”. El primer paso evolutivo que tuvo el dinero fue servir como una ofrenda para los dioses. En vez de los sacrificios humanos, se comenzaron a entregar mercancías que se presumía los dioses aceptarían como muestra de nuestra devoción. En la mitología romana, Moneta (en latín, *Monēta*) era el título que se le daba a dos diosas distintas: la diosa griega

4 Galbraith, John Kenneth, *El dinero: De dónde vino / Adónde fue*, Trad. J. Ferrer Aleu, Ediciones Orbis, S.A, 1983: 13.

Mnemosyne, y Juno Moneta. Juno, con el epíteto de “moneta”, fue la protectora de los fondos. En este sentido, en la antigua Roma los denarios (de ahí, “dinero”) se acuñaban junto a su templo.

Las reglas para los pagos religiosos fueron luego ampliadas para los pagos privados. Hoy en día nuestro comportamiento en los “templos monetarios” (bancos) se asemeja mucho al que presentamos en los templos religiosos.

El origen social (antropológico) del dinero. Antes de que fuera una herramienta para el intercambio mercantil, el dinero fue considerado un “reemplazo de una responsabilidad”. Es decir, para evitar el “ojo por ojo, diente por diente”, se incurrió en “pagos sociales” para “apacar” (pagar) la ira, o conseguir la gracia, de quienes se quería compensar ya sea por fallas cometidas (el perdón), o para adjudicarse beneficios (una participación en el reino, la mano de una doncella, etc.). Un ejemplo actual heredado de aquellos tiempos son los pagos por contravenciones.

El origen mercantil del dinero. La necesidad de crear la “herramienta de intercambio”, que hoy se conoce como dinero, surgió porque las mercancías intercambiadas no siempre tenían el mismo valor, y porque los mercaderes que ofrecían estas mercancías no siempre querían aceptarlas como forma de pago. Esto llevó a un acuerdo social tácito donde una mercancía era deseada por sus cualidades inherentes desembocando en una aceptación general llegando a fungir como un “medio de intercambio” de otras mercancías; una mercancía capaz de ser empleada múltiples veces para una función más allá de su utilidad inherente.

Este fue el nacimiento del “**dinero mercancía**”, un medio de intercambio que, en un principio, tuvo cualidades de productividad y reproductividad (las vacas y los granos), para luego pasar a ser simplemente productiva y utilitaria (hachas, colchas, cuchillos, brazaletes, collares), para finalmente acabar como un “símbolo de reemplazo” de un valor existente considerado como tangible.

Cuando el dinero se convirtió en “pagaré”, se lo conoció como “**dinero simbólico**”, o sea, dejó de tener un valor propio e intrínseco, para convertirse en una representación de un valor real. Al depositarse oro, por ejemplo, o granos, en una bodega, se recibía una “nota de cambio” que personificaba el valor depositado. Esta nota de pago podía ser utilizada como una forma de pago que reemplazaba un “valor en reserva”.

Pero luego, cuando el dinero dejó de emitirse en función de algo “existente en bodega”, se convirtió en una emisión en función de una deuda, o sea en un “**dinero de**

crédito". En el modelo actual, para conseguir un crédito se debe monetizar (entregar en garantía) un valor tangible: un terreno, un vehículo, o la firma de un garante que certifica (con su propiedad o capacidad de pago), el valor entregado en préstamo. De hecho, llegar a comprender cómo esto funciona y cómo se ha convertido en uno de los mayores fraudes de la humanidad, es algo que pocos han intentado. La mayoría preferimos seguir viviendo en la ilusión de que el dinero proviene de nuestro esfuerzo, y que por nuestro esfuerzo merecemos nuestro acceso al dinero, sin preguntarnos si este escenario es, realmente, el mejor camino para mantener la riqueza que nos rodea, que incluye nuestra supervivencia y evolución como individuos y como sociedad.

Éste fenómeno, el de la "monetización del valor real", es el que ha llevado a un proceso que se podría denominar de "alquimia monetaria", puesto que un valor tangible o intangible acaba siendo registrado y entra a formar parte de los activos de un banco para que éste pueda crear más dinero de crédito.

Hernando de Soto dijo, en cierta ocasión que "cinco sextos de la población mundial no se han beneficiado del capitalismo, principalmente porque no tienen los derechos de ser dueños de su propiedad. Estos 'activos ocultos' llegan a sumar \$10 billones en los países pobres".⁵

¿Cuáles podrían ser los "activos ocultos" presentes en los potenciales creativos de la población mundial, cuyo valor no se puede medir en horas de trabajo o en energía invertida, sino en "capacidad creadora"? Si se monetiza la creatividad para convertirla en un "capital monetario": ¿se reduce su riqueza inherente al mínimo común múltiplo, el dinero?

La creatividad como una fuerza económica en la historia

Richard Florida, en su libro sobre el *Surgimiento de la Clase Creativa*⁶, dijo que aunque el impulso creativo es universal, es obvio que de tiempo en tiempo han surgido sistemas—o maneras generalizadas para organizar y llevar a cabo el trabajo de una sociedad—que han significado mejoras en el aprovechamiento de la creatividad humana, tales como la convocación a nuevas ideas, de ponerlas en práctica, y remunerarlas. (Otra vez el tema del dinero.)

5 En una entrevista luego de su conferencia el 23 de abril del 2002, en la conferencia del Milken Institute, 2002 Global Conference, Abril 22-24, 2002, Beverly Hilton Hotel, Los Ángeles, California: <http://www.milkeninstitute.org/events/events.taf?function=show&ID=145&cat=allconf&EventID=GC02&level1=program&level2=entire>

6 Florida, Richard, *The Rise of The Creative Class, and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books, New York, 2002.

Si miramos hacia atrás en la historia, podemos descubrir varias fuentes transformadoras de este tipo. Surgen cuando el orden existente ha llegado a ciertos límites, y al emerger estas transformaciones, necesariamente producen periodos de grandes avances combinados con grandes turbulencias. Ejemplos de estos cambios radicales son el nacimiento de la agricultura, del comercio y la especialización, la aparición del capitalismo industrial y la Era de la Organización.

Actualmente, Richard Florida dice que nos hallamos en la Era de la Creatividad como una fuerza económica movida por la “clase creativa”, donde impera el capital intelectual, el capital de la innovación, y el capital humano medido en capacidad creadora (y ya no en horarios de trabajado).

Sin embargo, como la mayoría del tiempo aún medimos estos valores utilizando al dinero, esta es la herramienta con la cual medimos el valor de un oficio y lo monetizamos. “El dinero es una nueva forma de esclavitud, y distinguible de la vieja tan solo por el hecho de que es impersonal; no existe relación humana entre patrón y esclavo”, escribió Leo Tolstoy (1828-1910), el escritor ruso que, como tantos otros pensadores de su tiempo, intuyeron que el poder totalitario estaría en manos de quienes controlarán esta herramienta.

“Permítanme emitir y controlar el dinero de una nación, y no me importará quién escriba las leyes”, profesó Mayer Amschel Rothschild (1744-1812), fundador de La Casa Rothschild, y aunque sus palabras profetizaron tremendas consecuencias para nuestra libertad y sobrevivencia, no han encontrado resistencia, peor aún preocupación, en nuestra sociedad. Continuamos siendo creativos pero ciegos ante este evento que, quizás, haya afectado a nuestra forma de vida y de ver el mundo más que cualquier otro invento humano. Se podría decir que no existe mayor creatividad que convertir lo intangible en tangible.

Richard Florida dice que nos hallamos en la Era de la Creatividad como una fuerza económica movida por la “clase creativa”, donde impera el capital intelectual, el capital de la innovación, y el capital humano medido en capacidad creadora.

Sin embargo, continuamos pidiendo limosnas para financiar nuestras cruzadas creativas recibiendo apenas migajas monetarias sin siquiera considerar que tal vez nuestro problema de desfinanciamiento no es un problema, sino mas bien un síntoma de algo mucho más profundo y maquiavélico: el estar forzados a vivir en escasez cuando nos rodea la abundancia, todo por ser esclavos de nuestra propia ignorancia o, peor, de nuestra resistencia a dejar la ignorancia sobre el dinero de lado para encontrar nuestra libertad.

Si el *Arte y la Creatividad* son un “proceso de innovación inmensurable”, y el *Oficio* es un “proceso de creación medible”, nos daremos cuenta que en el paradigma actual, al “medir nuestra creatividad” acabaremos como esclavos del dinero, porque el dinero es actualmente la herramienta que mide el valor de un oficio y lo monetiza para extraer de él el valor de su aliento. Y como el dinero es escaso (otra vez, por la necesidad de mantener su valor cultural), nuestra capacidad de expresar la riqueza de nuestra creatividad acaba limitada por nuestra insolvencia monetaria.

Pero, ¿podríamos tal vez ser creativos, unirnos, e introducir una “divisa no monetaria” que nos permita aprovechar los valores indivisibles de la creatividad de modo que resalte su verdadera riqueza, de modo que el dinero no nos divida y reine?

Si el Arte y la Creatividad son un “proceso de innovación inmensurable”, y el Oficio es un “proceso de creación medible”, nos daremos cuenta que en el paradigma actual, al “medir nuestra creatividad” acabaremos como esclavos del dinero, porque el dinero es actualmente la herramienta que mide el valor de un oficio y lo monetiza para extraer de él el valor de su aliento. Y como el dinero es escaso (otra vez, por la necesidad de mantener su valor cultural), nuestra capacidad de expresar la riqueza de nuestra creatividad acaba limitada por nuestra insolvencia monetaria.