

CCK

DISTRITOS CULTURALES

Pier Luigi Sacco
Enrique Avogadro
Gustavo Adolfo Restrepo

Ciudad, talento e innovación
Xavier Marcet

La sociedad inteligente
Alejandro Piscitelli

De Matrix a Ático
Germán Rey

Número 3
Abril-Junio 2018



CCK Revista es una iniciativa del programa **Ciudades Creativas de Fundación Kreanta** editada con la colaboración de la Asociación Mundial de las Grandes Metrópolis. **CCK Revista** está disponible gratuitamente en formato pdf, por suscripción, y sus artículos son accesibles en la web www.ciudadescreativas.org

Director: Félix Manito

Consejo Editorial: Roser Bertran
Coppini, Félix Manito, Emilio Palacios

Comunicación: Cristina Rodríguez

Diseño de la portada: Vicenç Viaplana

Diseño y maquetación pdf: Anna Julià

Edición web: José David Valero
Cabrejas

Contacta con nosotros en:

ciudadescreativas@kreanta.org

Suscripción gratuita de la versión pdf en:

<http://www.ciudadescreativas.org/revista/>

Acceso a la versión web en:

<http://www.ciudadescreativas.org/revista/>

Síguenos en redes sociales:

www.facebook.com/ciudadescreativas/

<https://twitter.com/jornadaskreanta>

www.youtube.com/user/ciudadescreativas



Edita: Fundación Kreanta

Córcega, 102

08029 Barcelona (España)

info@kreanta.org

Tel. +34 934 301 427

www.kreanta.org

© de la edición y del texto: Fundación Kreanta

© de las fotografías: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (págs. 22 y 26), Universidad Javeriana de Bogotá (págs. 56 y 60) y del resto, Fundación Kreanta.

Fundación Kreanta no se hace responsable de las opiniones expresadas en los artículos firmados de esta revista. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización expresa por escrito de Fundación Kreanta.

Sumario

Editorial

Dossier: Distritos culturales

9 *Cultura y desarrollo local: el distrito cultural sistémico* de [Pier Luigi Sacco y Guido Ferilli](#)

22 *Los Distritos Creativos de la Ciudad de Buenos Aires: un nuevo modelo de promoción del territorio* de [Enrique Avogadro](#)

29 *Distrito cultural Plaza Botero-Museo de Antioquia en Medellín* de [Gustavo Adolfo Restrepo Lalinde](#)

Visiones

39 *Ciudades Creativas: ciudad talento e innovación. 10 notas a pie de página* de [Xavier Marcet](#)

Tendencias

46 *La sociedad inteligente será hija de la política no de la tecnología. Apuntes innerarritianos* de [Alejandro Piscitelli](#)

Experiencias

56 *De Matrix a Ático* de [Germán Rey](#)

Autores



La fotografía de la portada corresponde al Centro Metropolitano de Diseño de la ciudad de Buenos Aires que fue una de las sedes de las VI Jornadas Internacionales Ciudades Creativas Kreanta organizadas por Fundación Kreanta y el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires los días 23 y 24 de agosto de 2013.



Es una iniciativa de:



En convenio con:





Editorial

En este número 3 de **CCK Revista**, ofrecemos reflexiones sobre maneras diversas de concebir el desarrollo de las ciudades desde la óptica cultural, ya sea desde los distritos culturales (Pier Luigi Sacco, Guido Ferilli y Gustavo Adolfo Restrepo), los distritos creativos (Enrique Avogadro), la dialéctica consolidación-diferenciación (Xavier Marcet), la acción política (Alejandro Piscitelli) o desde el campo de la investigación (Germán Rey). De una u otra manera, todas estas visiones coinciden en que las ciudades son el espacio adecuado para desarrollar diferentes proyectos de vida y actuar políticamente, como ciudadanos concienciados. Las ciudades son el mejor espacio para el fortalecimiento de la relación entre cultura y desarrollo.

Dossier

Los profesores **Pier Luigi Sacco** y **Guido Ferilli** reflexionan sobre *Cultura y desarrollo local: el distrito cultural sistémico*. ¿Cuál es, a su parecer, el valor económico de la cultura? La cultura, afirman, es uno de los “sectores que en el futuro creará más valor añadido y más ocupación”. Ello es debido a los cambios en la relación existente entre consumo y bienestar individual. Mientras que en la sociedad industrial “la relación entre identidad individual y social era estática”, en la etapa postindustrial se ha convertido en dinámica y flexible. El mayor bienestar favorece una mayor experiencia cultural por la cual los individuos desarrollan nuevas competencias que determinan nuevas necesidades y nuevas formas de consumo. Por ello, los territorios se acomodan pasando de ser meros productores de servicios físicos a dinamizadores de productos y servicios inmateriales. De esta forma surge la relación entre economía, sociedad y territorio como sistema global en condiciones de generar crecimiento y desarrollo económico y cultural.

Sobre estas bases, Sacco y Ferilli exponen la teoría del distrito cultural sistémico. Mientras que el distrito cultural industrial se caracteriza “por la integración vertical realizada por el sistema local sobre un único sector de producción”, el distrito cultural



sistémico demanda una “integración horizontal”, es decir, la que conjuga diversos sectores de la vida social y económica de un territorio (administración pública, empresarios, sistema formativo y universidad, operadores culturales y sociedad civil). Para que un distrito cultural sistémico se desarrolle es necesaria la integración de tres factores: “el atractivo del talento creativo propuesto por Richard Florida, la reconversión competitiva del sistema productivo propuesto por Michael E. Porter y la capacitación sistemática de la comunidad local por Amartya K. Sen”.

Para que un distrito cultural sistémico se desarrolle en plenitud son necesarias, según Sacco y Ferelli, doce acciones: calidad de la oferta cultural, capacitación y formación de la comunidad local, desarrollo empresarial, atracción de empresas externas, perfeccionamiento del talento local, atracción de talento exterior, gestión de las necesidades sociales y eliminación de la marginación, participación de la comunidad local, buena gobernanza, calidad en la producción de conocimiento, capacidad de creación de redes locales y de creación de redes externas.

En su exposición, **Enrique Avogadro**, a partir de su experiencia como Director General de Industrias Creativas y Comercio Exterior del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y Director del Centro Metropolitano de Diseño de la Ciudad de Buenos Aires, nos presenta el modelo de promoción del territorio, basado en los **distritos creativos**, en su artículo *Los Distritos Creativos de la Ciudad de Buenos Aires: un nuevo modelo de promoción del territorio*.

Avogadro parte del mismo principio que Sacco y Ferilli: el cambio de hábitos de consumo de los ciudadanos de la sociedad postindustrial. Los distritos creativos son la respuesta, en la ciudad de Buenos Aires, a esta nueva realidad. Los distritos creativos son herederos de los cluster (Porter), de la especialización flexible (Piore y Sabel) y de la competitividad sistémica (Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Stamer). Sobre esta base, Avogadro afirma que “los distritos creativos buscan desarrollar un territorio determinado a partir de la promoción de una industria estratégica. Se persiguen, así, objetivos de naturaleza económica, urbana y social”.

En la ciudad de Buenos Aires, los distritos creativos se sitúan en los barrios de menos desarrollo (barrios del Sur), con el fin de revitalizar la zona a partir de un desarrollo económico genuino con el fin de mejorar la calidad de vida de sus habitantes. A



partir de la creación del primer distrito creativo (Distrito Tecnológico), que atrajo empresas y creó empleo, se fueron erigiendo otros distritos: del audiovisual, de las artes, del diseño. Todos ellos aportaron, además de actividad y empleo, la recuperación de áreas públicas, la conexión e integración de barrios, la generación de nuevos espacios culturales, la dinamización social de sus habitantes.

El arquitecto y urbanista **Gustavo Adolfo Restrepo**, nos presenta la creación de un distrito cultural y centro cultural en *Distrito cultural Plaza Botero-Museo de Antioquia en Medellín*.

La creación del distrito tuvo dos objetivos básicos: fortalecimiento integral del Museo de Antioquia y de su área de influencia, y mejora de los usos económicos, sociales y físico-espaciales de la Plaza Botero y su entorno. Para ello, se llevó a cabo un “Plan Maestro” que comportó diversas actuaciones: mejora de la accesibilidad, creación de corredores culturales, cualificación del espacio urbano, articulación del sistema de transporte, readecuación de edificios, cambio de usos del suelo (más vivienda), pacificación del tráfico mediante la peatonalización de calles, activación de edificios patrimoniales. De esta manera, el distrito cultural ha servido de catalizador de valores ciudadanos y urbanos y ha generado un centro de ciudad “vivo y dinámico, que encuentra en la articulación de usos un referente de ciudad”.

Visiones

El consultor de estrategia empresarial y comunicación corporativa **Xavier Marcet** nos ofrece “10 notas a pie de página” sobre *Ciudades Creativas: ciudad, talento e innovación*. Inicia sus aportaciones con una afirmación: “La estrategia de una ciudad se fundamenta en valores de consolidación (calidad de vida, seguridad, urbanismo presentable, cohesión social) y valores de diferenciación (entorno, competitividad, creatividad, etc.)”. En algunas ciudades con relato, la cultura y la creatividad son factores claros de ambos valores. El factor clave es la diferenciación.

Tres son, según Marcet, los componentes en los que se basa la diferenciación: el entorno, la densificación del conocimiento y la capacidad de ser nodo de redes. Por un lado, las ciudades creativas son ciudades-nodo, están conectadas al mundo, y no ciudades-nido, esperan la conexión del mundo a ellas. Por otro lado, las ciudades



para ser densas en conocimiento, favorecido por la innovación, requieren de algunas características (10 notas): dar prioridad al talento, frente a las infraestructuras; favorecer entornos de innovación abierta, colaborativa; aplicar una cultura de la innovación transversal (en componentes y contenidos); tener capacidad para aprender, incluso de los fracasos; competir por la calidad y por una gobernanza transparente; favorecer el encuentro de personas creativas con personas emprendedoras y con sentido empresarial; pensar en grande desde lo local; prestigiar socialmente las capacidades de crear, innovar, emprender; comunicar para hacerse un hueco en los espacios y territorios supralocales.

A estas características, Marcet añade cuatro más, propias de la gestión del talento en la ciudad: generación, maduración, captación y retención. Gestionar el talento en todas sus dimensiones es el símbolo identificador de la ciudad creativa.

Tendencias

El multifacético **Alejandro Piscitelli** nos ofrece unos “apuntes inneraritianos” en su artículo *La sociedad inteligente será hija de la política, no de la tecnología*. El autor basa sus apuntes en la teoría de Daniel Innerarity sobre el “Conocimiento 2.0”: “*el conocimiento más que un medio para saber, es un instrumento para convivir*”. Sin embargo, el conocimiento es, hoy, muchas veces efímero, aprendemos y desaprendemos “en un nanosegundo”. Por ello, más que de sociedades del conocimiento podemos hablar de sociedades del desconocimiento, dado el enorme contraste existente entre lo que sabemos y lo que deberíamos saber. Esta brecha está provocada por nuestra “incapacidad por gestionar la complejidad”. Hemos perdido el contacto directo con el mundo y el rumor se convierte en la base de todo saber. A ello contribuyen los medios y su vehículo de difusión: la microelectrónica.

Sin embargo, a decir de Piscitelli, esta especie de ignorancia que nos embarga es “una oportunidad para la acción creativa”. “La gestión del conocimiento y sus tareas descolantes como la elaboración de la información, el análisis simbólico y la acción creativa se convierten en marcas (deseables) de la tarea a la que somos convocados todos los ciudadanos del siglo XXI”.



Experiencias

En este apartado, el profesor **Germán Rey** nos presenta, en el artículo *De Matrix a Ático*, su experiencia en el laboratorio Ático de Bogotá. Matrix fue el origen, un “espacio espora”, la materialización de un sueño transgresor “en que se entremezclaban sonidos y visualidades, formación y entretenimiento, disciplina e intercambio”. Matrix fue un laboratorio efímero, mezcla de componentes de la memoria, la ciencia, la literatura y el cine, que, después de experimentar y crear con elementos de las ciencias, la música, las artes plásticas, el vídeo, el teatro y la tecnología, desapareció para transmutar en Ático.

Según Rey, “ÁTICO es una plataforma multimedial conectada electrónicamente, en la que es posible crear cine y televisión, diseño, animación, arquitectura, información, artes electrónicas, música, sonidos y artefactos virtuales”. Su base de conocimiento radica en la universidad, pero también en su conexión con la ciudad y el país. La energía colaborativa, que proviene del exterior, es imprescindible para que la plataforma funcione. “Lo reticular es el mejor modo de expresar el propósito de ÁTICO”. Reticular atravesada por diversos laboratorios, por la interdisciplinariedad, por la flexibilidad funcional y por las tecnologías. ÁTICO hereda algunos componentes, en su esencia, del primigenio Matrix a los que añade otros nuevos: investigación, creación, emprendimiento, memoria y equidad.

**CC
K
Dossier**

Cultura y desarrollo local: el distrito cultural sistémico

Pier Luigi Sacco y Guido Ferilli



Visión de Shanghai desde el distrito financiero de Pudong.

El valor de la cultura

Actualmente es unánime la confirmación a nivel internacional del papel que tiene la cultura en el proceso de desarrollo de las economías más avanzadas, o como se denominan en otros términos posindustriales.

Lo que no parece estar tan claro es el papel que puede asumir la cultura en el desarrollo económico. De hecho, en Italia, por ejemplo, se siguen refiriendo, cuando se habla de cultura, a elementos que se toman por “definición”, es decir,

el patrimonio artístico o los bienes arquitectónicos. Se trata de una postura más bien engañosa, dado que la tendencia en muchas zonas del territorio es invertir exclusivamente en los elementos materiales propios sin que estos procesos vayan de la mano de políticas encaminadas a reorientar y remotivar el tejido social en el que vivimos. La mayoría de las veces las reestructuraciones de los edificios históricos se realizan gracias a iniciativas de marketing territorial, en las que se propone visitar el patrimonio

artístico y admirar los productos típicos locales, las fiestas, etc. El resultado en muchos casos (como Venecia o Florencia por nombrar los más conocidos) es la “disneylandización” de estas zonas, que asumen el aspecto de lugares propios, cuyo encanto viene proporcionado por la forma y no por el contenido.

Por lo tanto, será más importante pensar en la cultura, más que nada por los hechos empíricos que con datos y resultados demuestran cuáles son los sectores hacia los que se deben orientar con mayor intensidad las políticas y los recursos públicos.

Una muestra clara de tal afirmación la encontramos en el estudio reciente de la Comisión Europea, presentado a finales del año 2006 por parte del Comisario europeo Jan Figel, del cual toma nombre el mismo informe, en el que se demuestra con una extrema claridad cuál es a fecha de hoy el valor económico del sector cultural en Europa.

En este Informe se revela que la cultura desempeña un papel determinante en el crecimiento, la competitividad, el desarrollo sostenible, la innovación, la ocupación, la cohesión social, el sentimiento de pertenencia y la oferta de empleos compartidos.

En 30 países de Europa, en su configuración actual, en el año 2003 la facturación global de la industria cultural definida así es de 654 miles de millones de euros. Este dato resulta más claro si lo comparamos con el del sector automovilístico del año 2001, con unas cifras ligeramente distintas, desfasadas en el tiempo, pero dadas en un momento de precios estables, por lo que son bastante comparables. La facturación del sector automovilístico en Europa en el año 2001 era de 271 miles de millones de euros. Estamos hablando, más o menos, de menos de la mitad. La facturación en telecomunicaciones en

15 países de Europa, eso es una Europa más reducida, pero en la que se producía la mayor parte del valor añadido, en el año 2003, era de 541 miles de millones de euros. Luego la cultura, en su dimensión económica, ocupa más o menos el doble que el sector automovilístico y más o menos lo mismo que el sector de telecomunicaciones. Por lo que respecta a la contribución de la cultura en la creación del PIB europeo, en el año 2003, el índice total de la cultura es del 2,6%. Un dato seguramente importante si lo comparamos, por ejemplo, con el sector inmobiliario que tenía un índice del 2,1%, medio punto menos, con el sector de la alimentación, de las bebidas y del tabaco con un 1,9%, con el sector textil (en el que se han concentrado, durante tanto tiempo, tantas políticas) con un 0,5%, o con el sector de la química y del caucho con un 2,3%.

Por lo que respecta al crecimiento del valor añadido en el período 1999-2003, la tasa de crecimiento acumulada en el sector cultural en este intervalo de tiempo ha sido del 19,7%. La diferencia positiva respecto a la media del sistema económico europeo ha sido del 12,3%. Por tanto, se ha crecido, de media, en general más del 10% en el intervalo de esos cuatro años.

En 25 países de Europa la ocupación total en el sector cultural era del 3,1% en 2004 y en el intervalo de tiempo 2002-2004, frente a una ocupación decreciente a nivel global en Europa, el sector cultural crecía un 1,85%.

Por consiguiente, estamos hablando de un sector de actividad que en estos momentos en Europa es totalmente dinámico: es uno de los mayores sectores que en el futuro creará más valor añadido y más ocupación. Pero ¿cuál es la cultura que se analiza en el informe Figel que

ha proporcionado estos resultados tan importantes?

En general se habla de sector cultural y creativo. En el informe se distinguen tres sectores: los sectores culturales de base (artes visuales, artes dramáticos, patrimonio), los sectores de las industrias culturales (películas y vídeo, televisión y radio, videojuegos, música, publicaciones) y los sectores de las industrias y actividades creativas (diseño, arquitectura, publicidad).

Así pues la cultura, tal y como se entiende y se analiza en el informe, no tiene nada que ver con la que nos obstinamos a tener en cuenta en las estrategias económicas del país. En otros casos se margina porque se piensa que tiene que ver más con el tiempo libre, por lo que resulta más un gasto que un recurso económico. En muchos casos, por cualquier otro motivo, se considera que es un excelente complemento del sector turístico. De hecho, en Italia, el turismo cultural se ha considerado desde hace tiempo como la panacea para resolver problemas estructurales o coyunturales de grandes zonas del país.

Por tanto, varios proyectos y operaciones de “recuperación arquitectónica” o de marketing territorial se someten ahora a actividades dirigidas hacia la valorización del patrimonio cultural o la constitución de distritos culturales, término que ahora se utiliza para definir cualquier forma de inversión en el patrimonio artístico, arquitectónico, paisajístico, de las tradiciones, etc. de una zona.

No se explica de esta forma cómo en muchas ciudades del otro océano, como Denver, Austin, Vancouver, etc., el sector cultural esté asumiendo el papel que dinamiza la economía, a pesar de que haya una absoluta falta de recursos materiales que sí son propios de la mayor parte de los países europeos.

Cultura, consumo y territorio

La importancia de la cultura se está haciendo cada vez más patente en los procesos de creación de valor. La demanda del consumidor ha cambiado, gracias también a los cambios en la relación existente entre consumo y bienestar individual.

Mientras que en la sociedad industrial la relación entre identidad individual y social era estática, con una escasa preocupación por los modelos culturales de referencia, en la sociedad posindustrial una mayor flexibilidad en la estructura social permite que los individuos decidan de una forma más autónoma y variable su propia condición de vida, así como sus preferencias, necesidades y la dinámica de competitividad social.

En la sociedad posindustrial prevalece la posibilidad de que los individuos se expresen libremente, para así alcanzar su bienestar personal. Todo esto lo vemos reflejado también al consumir, ya que las personas buscan cada vez más bienes de valor cultural, aquellos que les ayudan a confirmar su propia estructura mental, permitiéndoles afianzar la posición que tienen en el mundo y el papel que desempeñan.

En la sociedad posindustrial, debido al acceso de las personas a una mayor riqueza, han quedado obsoletos los modelos de desarrollo relacionados con la lógica de la supervivencia. Las personas, una vez han alcanzado un cierto nivel de bienestar, valoran el crecimiento de ese nivel de una forma distinta, dando cada vez más importancia a indicadores menos materiales.

La adquisición de experiencias culturales por parte de los individuos y de la sociedad favorece la capacidad de éstos, una vez adquirida una cierta provisión de capital cultural, identificativo y simbólico,

para activar un mecanismo de apoyo de la oferta de nuevos sectores de consumo y de producción, a través de un proceso de adquisición de competencia. Por tanto, la experiencia cultural permite que cada individuo desarrolle nuevas competencias que determinen la necesidad de ampliar la propia cesta de consumo, favoreciendo así el buen desarrollo de nuevas formas de consumo.

De este modo, mediante este círculo se procederá a renovar continuamente los productos de consumo y una nueva demanda. El consumidor demanda siempre nuevos productos y servicios en los que es fundamental el componente creativo e innovador.

El desarrollo de modelos identificativos cada vez más diferentes, la capacidad de cada individuo de elaborar de forma autónoma su modelo identificativo y su modelo cultural por consiguiente, se refleja también en la capacidad productiva de un territorio, que pasa progresivamente de ser productor de bienes y servicios a productor de modelos con identidad propia. De este modo, el atractivo de un territorio depende cada vez más de su capacidad de ofrecer el componente inmaterial en vez del material (capital físico, natural). Este dato se ve reflejado en la capacidad que tienen muchos países (por ejemplo los del norte de Europa) de desarrollar modelos de crecimiento endógeno basado en el componente inmaterial de la oferta cultural.

En estos últimos años el desarrollo del territorio, que tuvo lugar de forma espontánea o inducida, ha producido un terreno fértil en el que se buscan de una forma multidisciplinaria urbanistas, arquitectos, economistas, antropólogos, geógrafos, etc. para que interpreten los componentes que caracterizan estos

nuevos fenómenos de desarrollo. El éxito de un territorio depende cada vez más de la relación existente entre producción y sistema social o medioambiental. La competitividad de la oferta depende cada vez más del contexto global donde actúa y donde puede influir, gracias a los procesos de crecimiento del sistema social en el que interviene.

En otras palabras, el crecimiento de un territorio se produce gracias a un procedimiento de “distritualización”, de concentración geográfica de varios elementos endógenos y exógenos medioambientales y sociales que cooperan entre sí para que el territorio ofrezca una buena competencia.

De esta forma surge la relación entre economía, sociedad y territorio como sistema global en condiciones de generar un crecimiento y desarrollo, así como se hace cada vez más patente cómo en la sociedad posindustrial la competencia no surge entre cada agente, sino entre los sistemas territoriales en los que el desarrollo estructurado de los elementos materiales e inmateriales se convierte en una condición indispensable para el crecimiento competitivo del sistema y de su capacidad para atraer recursos del exterior, y cómo el concepto de valor asume nuevas connotaciones como clave estratégica de desarrollo territorial.

El distrito cultural

A tenor de tales consideraciones, se quiere introducir el concepto de distrito cultural sistémico. Los orígenes de este término se pueden remontar a los del distrito industrial. Modelo de desarrollo de un determinado territorio gracias a la integración vertical realizada por el sistema local sobre un único sector de producción. Se trata del modelo de desarrollo económico de un territo-



Interior del Museo del Hermitage en San Petersburgo.

rio que se refiere históricamente a la acumulación de pequeñas y medianas empresas especializadas y concentradas en un determinado territorio que tienen una serie de características comunes, a camino entre la autonomía y la interdependencia.

El distrito cultural clásico, el que nace en el Reino Unido en los años 70, gracias a los resultados de políticas de renovación de zonas urbanas degradadas es un ejemplo, aunque el concepto de cultura ya asuma una acepción más amplia, incluyendo la producción cultural y los sectores a los que

se refiere. Los casos más interesantes de distrito cultural se pueden encontrar en los años ochenta en los países anglosajones, mientras que en Italia se empieza a hablar sobre este modelo de desarrollo en los años noventa.

Un primer modelo de distrito cultural propuesto es el que se centra en el concepto de distrito como sistema, territorialmente delimitado por las relaciones que integra el proceso de valorización de las dotaciones culturales, ya sea materiales o inmateriales, con las infraestructuras y con los otros sectores productivos a los que se

refiere dicho proceso. Los recursos que tienen que valorar la forma del distrito son en este caso todo el patrimonio de-mo-etno-antropológico entre los que se encuentran los espectáculos en directo, la producción de arte contemporáneo, la industria cinematográfica, televisiva, editorial y multimedia, los productos típicos locales, así como la industria de la moda y del diseño. En este caso, el distrito está constituido por el sector que caracteriza los bienes; por los propietarios de los bienes que son objeto, por aquellos que lo son de los otros recursos locales, por las empresas que suministran materiales y servicios, por las empresas que utilizan el producto final en la propia cadena de valor, por las infraestructuras de acogida, por las de tiempo libre (como los teatros y los establecimientos deportivos), por las instituciones de formación profesional, etc. Cada zona territorial organizará su modelo de distrito según la provisión que más desee ya sea en términos de oferta de servicios, coordinada y coherente con los objetivos del proceso de valorización, o en términos de calidad de los servicios de acogida, adecuados al tipo de demanda que se quiera atraer, y que según las relaciones con la empresa que se integrará en la estrategia de valorización, incorporarán los elementos simbólicos distintivos y se pondrán en marcha para atraer recursos económicos productivos posteriores. En otras palabras, se trata de toda la cadena de producción del bien a valorizar, típica también de los distritos industriales, pero con algunas diferencias. En primer lugar, la producción y el consumo de productos culturales no se pueden separar geográficamente, como ocurre con los productos del distrito industrial destinados a la exportación. Además, se puede dar la intromisión de sujetos externos interesados en la simple

explotación de las posibilidades del distrito, con el objetivo de sacar provecho, todo lo cual desencadena a menudo el consiguiente descenso de la oferta cultural.

Otro modelo interpretativo del distrito cultural es el que se basa en dar mayor relevancia al capital cultural de un lugar específico, es decir, a la cultura local, las tradiciones y capitales sociales en descenso, el conocimiento tácito, difuso e intelectual, en todas sus formas tangibles. El motivo de tal elección es el efecto de la globalización de los mercados que nos lleva a distinguir los que se ocupan de la producción de los bienes y que hacen palanca sobre el coste de producción, de los que se ocupan de la creación de dichos bienes.

Según este punto de vista, el distrito cultural en vez de centrarse en las zonas tradicionales de la producción artística que ha evolucionado industrialmente, se basa en las nuevas zonas productivas, caracterizadas por un gran valor añadido de capital humano propio de las economías posindustriales; es decir, los sectores del diseño, de la innovación tecnológica y de la creación de nuevos productos. En este caso los distritos culturales industriales, que se parecen mucho a los distritos industriales, son diferentes. El distrito cultural institucional se caracteriza por la presencia de instituciones formales en cuyo ámbito se protegen los derechos de propiedad y de marca. Las otras tipologías de distrito son el distrito cultural de museos y el distrito cultural metropolitano, que se caracterizan por una parte por la recuperación del patrimonio artístico y por otra parte por la revitalización de zonas urbanas.

El distrito cultural sistémico

Los retos actuales de la sociedad del conocimiento demandan nuevas formas de integración horizontal en los sectores

de producción caracterizados por una complementariedad muy imprevisible en sus estrategias de producción de elementos nuevos.

En el fondo del distrito cultural, en todas las acepciones que hemos visto hasta ahora, la cultura desempeña el papel de agente sinérgico, que proporciona a los otros sectores del sistema productivo, los medios, las prácticas creativas y el valor añadido en términos de valor simbólico e identificativo. Las economías que ponen en práctica un distrito cultural no se generan gracias a los clásicos mercados culturales, sino a las actividades creativas que pueden crecer y desarrollarse al integrar a esta y a los diversos sectores de la vida social y económica de cada día. Sobre estas bases nace el modelo del distrito cultural sistémico: un modelo en el que la dimensión del sistema es todavía más fuerte y decisiva respecto a la del antiguo distrito industrial, y que demanda una integración total entre muchos protagonistas (administración pública, empresarios, sistema formativo y universidad, operadores culturales y sociedad civil). Para comprender el alcance y complejidad del distrito cultural sistémico necesitamos seguir una perspectiva teórica que demuestre la conexión que tiene con el desarrollo económico y social más general. Las directrices por las que se pondrá en marcha un distrito cultural se basan en valores como la libertad individual, la innovación, la creatividad, la calidad de vida: las mismas presuposiciones inmateriales que son ya las guías del desarrollo de los países caracterizados por una economía posindustrial.

Desde esta perspectiva, podemos considerar el distrito cultural sistémico como una gran oportunidad de desarrollo económico y social para el territorio y sobre todo para los individuos que viven en él.

Esta modalidad de desarrollo local, la cual ya se ha difundido con unos resultados satisfactorios en los Estados Unidos y en muchos de los países europeos, se basa en diversos enfoques teóricos: por una parte, se comparte la posición que defiende la teoría sobre las competencias elaborada por el economista, premio Nobel del año 1998, Amartya Sen, que demuestra la relación existente entre el desarrollo y la libertad (positiva y negativa); por otra parte, se siguen las posturas de economistas como Porter o Florida, que aunque son muy distintas en cuanto al enfoque y la temática del análisis, relacionan el desarrollo económico y la innovación y la creatividad, no solo de las industrias, sino también de los individuos.

El individuo, la persona cuya entereza se convierte en una clave para el desarrollo, que se desenvuelve en los canales de la capacitación, de la innovación y de la calidad de la vida y de la creatividad. Por lo tanto, el desarrollo es también y sobre todo inmaterial, así como lo son en parte la cultura, la libertad o la creatividad, que son sin duda los pilares de la dinámica cultural del distrito.

Son estos los paradigmas alternativos que dan forma al modelo del distrito cultural sistémico: el atractivo del talento creativo propuesto por Richard Florida, la reconversión competitiva del sistema productivo propuesto por Michael E. Porter y la capacitación sistemática de la comunidad local por Amartya K. Sen. Con la particular excepción de Florida, la intención de estos enfoques no era dar cuenta del fenómeno del desarrollo local dinamizado por la cultura, pero a pesar de esto encuentran en la nueva fenomenología del crecimiento posindustrial un terreno de aplicación particularmente interesante.

Para que un distrito cultural se desarrolle, se necesita cualquier tipo de combinación creativa de estos tres canales (teóricos), mediante los cuales se pueden identificar políticas que se pueden aplicar a las diversas dotaciones (que llamaremos tipos de capital) del territorio. Estas acciones se pueden ver como medios que intervienen en el desarrollo del territorio, o bien como claves para interpretar el presente y para comprender si se pueden identificar en un territorio acciones dirigidas a la puesta en marcha del distrito cultural sistémico.

Las acciones identificadas son doce:

1. **Calidad de la oferta cultural (COC):** o sea la capacidad de poner en práctica una oferta cultural que tenga un apartado de relaciones internacionales. Esto quiere decir, por una parte, estar en condiciones de llevar a cabo proyectos culturales que impliquen a los protagonistas locales, pero que también puedan resultar interesantes para los protagonistas externos; y por otra parte, mantener un nivel alto sin perder de vista las características de la comunidad local, la cual no se debe sentir excluida de la experiencia cultural ni percibirla como desarraigada o inalcanzable.
2. **Capacitación y formación de la comunidad local (CFC):** para generar valor económico y social a partir de las iniciativas culturales es necesario que las personas que las experimenten, las perciban como realmente necesarias para su existencia y camino hacia el desarrollo personal. La falta de capacidad de las personas puede comprometer el acceso a las diversas oportunidades culturales, que en un contexto de economía del conocimiento, representan buena

parte de los elementos propios de un buen nivel de calidad de vida. De lo contrario, el conocimiento de las propias exigencias culturales no solo es importante desde un punto de vista económico, ya que estipula una mejora de la calidad de la demanda de productos de consumo y de productos culturales, sino sobre todo, porque permite que los individuos superen las dificultades relacionadas con el enfoque sobre realidades diferentes y complejas.

3. **Desarrollo empresarial (DEM):** cada vez más la creatividad y la innovación forman parte de las exigencias de cualquier empresa industrial. El desarrollo cultural y directivo deben ir de la misma mano, explotando las competencias y los conocimientos recíprocos.
4. **Atractivo empresas externas (AEE):** estar en condiciones de atraer capital y empresas extranjeras no sólo significa inyectar nueva linfa al territorio local, sino mantener una visión global sobre las perspectivas del territorio. Por lo tanto, la contribución de las nuevas empresas no sólo es económica, sino sobre todo cultural, y estimulará el potencial, la motivación y la vitalidad de la colectividad local.
5. **Atractivo del talento exterior (ATE):** representa el núcleo de la teoría de Richard Florida. Elementos, no sólo relacionados con el concepto de calidad de vida tal y como se ha entendido de manera tradicional, sino en un sentido amplio, propios del territorio y su comunidad, que convierten al lugar, urbano o no, en un lugar ideal donde vivir y trabajar no sólo los autóctonos, sino sobre todo los que hayan vivido experiencias en otros lugares.



Auditorio al aire libre en la estación central de Kyoto.

6. **Gestiones de las necesidades sociales y de la marginación (GNS):** explotar la cultura para gestionar las necesidades sociales significa sobre todo estar en condiciones de (proporcionar los medios para) modificar la lógica que gobierna las relaciones sociales de la comunidad local de una manera pro social. Este enfoque está estrechamente ligado a aquel, relacionado con la teoría de Sen, sobre la creación de las competencias y la formación de la comunidad.
7. **Desarrollo del talento local (DTL):** la idea de formar y sobre todo mantener en el propio territorio las personas con talento constituye una cuestión importante en Italia. Las personas con talento, creativas y cualificadas se pueden sentir atraídas no sólo por la oferta formativa extranjera, sino sobre todo por la oferta laboral, una oferta alentadora y remunerada. La fuga de estos talentos constituye uno de los grandes problemas de Italia. Formar y conservar en el territorio es algo esencial para conservar y desarrollar una identidad cultural, limitar la “homogenización” creativa, así como promover una creación y producción de calidad.
8. **Participación de los ciudadanos y de la comunidad local (PAC):** la magnitud de la participación es fundamental para que cualquier iniciativa tenga éxito. En concreto, es importante que la comunidad local participe ya que, gracias también y sobre todo al proceso de capacitación, está en condiciones de valorar si todo eso es lo adecuado y de traducir en un lenguaje que se adapte a las propias

prácticas culturales y al propio sistema de valores.

9. **Calidad del gobierno local (CGL):** la capacidad de los administradores locales para coordinar las acciones de los diversos protagonistas y de los accionistas del proceso de desarrollo. Esto no quiere decir necesariamente que la administración pública tenga la iniciativa. Es suficiente con que esta no ponga trabas a las acciones innovadoras y a los proyectos, así como ejerza de mediadora entre los diferentes intereses que hay en juego.
10. **Calidad de la producción de conocimientos (CPC):** a menudo los conocimientos culturales y científicos constituyen la doble cara de una misma moneda, se benefician indirectamente los unos de los otros. Es necesario que los contextos culturales en los que estos conocimientos se desarrollan puedan formar parte de un “entorno creativo cultural” que promueva la ayuda mutua y el intercambio de conocimientos;
11. **Capacidad de networking local (CNL):** la ausencia de coordinación y de cooperación causa siempre una pérdida de oportunidades. Para que no se demuestre la inutilidad de las iniciativas que acarrearán una pérdida de recursos y unos resultados ineficientes, es necesario que mejore el trabajo en equipo de redes locales activas y cohesionadas. Muy a menudo la poca colaboración entre los protagonistas sociales se debe a un nivel bajo de capital social.
12. **Capacidad de networking externo (CNE):** relacionarse con realidades culturales diferentes es fundamental para llevar a cabo un desarrollo cultural sano y vital. Esto también

quiere decir aprovechar la posibilidad de estudiar o trabajar en un contexto internacional. El objetivo, respaldado también por el Consejo de Europa en la carta de Lisboa, es construir unas relaciones internacionales, o puede que también sólo en regiones diferentes.

Cada una de estas acciones se puede agrupar en subconjuntos, que sintetizan las especificidades: por tanto, habrán acciones relacionadas con la calidad (COC, CGL, CPC), relacionadas con el desarrollo (DEM, DTL), con el atractivo (AEE, ATE), con las relaciones sociales (GNS, CFC, PAC) y por último con el networking (CNL, CNE).

Las acciones se relacionan con los diversos tipos de capital presentes en el territorio, entendiendo por capital cualquier recurso que sea acumulable y necesario para la producción de otros bienes. Los resultados de estas políticas se deben traducir después en la producción/acumulación de un tipo específico de capital, de naturaleza tangible o intangible, que constituya a todos los efectos el depósito del valor producido por el territorio. Como resumen, se pueden identificar cinco tipos de capital, entre los que distinguimos los propiamente pertenecientes a la economía material y los que son propios de la economía inmaterial: capital natural, capital físico, capital humano, capital social y capital simbólico.

El desarrollo económico de un sistema comporta una combinación creativa de los cinco tipos de capital. El sentido del proyecto estratégico reside en individualizar las características de la variedad más apropiada para un contexto territorial y en preparar las condiciones que per-

mitirán que tales combinaciones salgan de la sinergia entre las conductas y las elecciones de los diversos protagonistas territoriales.

Es sobre la base de este sistema conceptual que atesora las experiencias más interesantes llevadas a cabo en estos años en un contexto internacional, sobre la que se define hoy una estrategia de desarrollo de las industrias creativas y de los mecanismos locales culturales.

Políticas de actuación

Desde el momento en que cada sistema local puede dar lugar a diversas combinaciones de los canales a lo largo de los cuales se manifiestan los efectos sistémicos de un distrito cultural sistémico (identificados en la localización del talento y de la nueva clase creativa, en la orientación hacia la innovación y en la capacitación) para poder discutir sobre los posibles factores de sinergia social, económica y cultural, es preciso en primer lugar partir de una precisa elección estratégica referente al canal más relevante por lo que respecta a la primera actuación a llevar a cabo en el sistema a corto plazo.

Por consiguiente, después de haber adquirido una opción estratégica de fondo como punto de partida, pero a sabiendas de que el distrito cultural sistémico debe presentarse como el resultado de una combinación de más factores, el siguiente paso a dar es “interceptar” los ámbitos de actuación en los que intervenir estableciendo una jerarquía de orden temporal.

Recordemos que existe un campo potencial de posibles dimensiones de bienestar y de crecimiento del distrito en el que los cinco tipos distintos de capital (activo) que componen el desarrollo económico se acumulan por medio de las doce acciones

distintas que lo interrelacionan. Dichas acciones se pueden referir al sistema ya sea por poner de manifiesto un status quo que como políticas de actuación: a su vez los tipos de actuación hacen referencia a dos grandes categorías, entre ellas complementarias: la optimización del status quo y la solicitud de innovación al sistema (entendidas como actuaciones de tipo proactivo).

Por tanto, en general, es necesario que a corto plazo el distrito cumpla con las condiciones y ponga en marcha sus competencias, reservando para las políticas a largo y medio plazo la tarea de actuar sobre las lagunas estructurales que impiden que se desarrollen formas más complejas y evolucionadas de integración entre la producción cultural y los otros sectores productivos del territorio, que le impiden convertirse en un destino deseado por las elecciones locales y naturales de los sectores económicos posindustriales y de aquellas que en dichos sectores producen y crean valores.

Por ejemplo, la recuperación de los inmuebles públicos y privados que están cerrados, que hoy están abandonados o son el lugar donde albergar iniciativas improvisadas, puede constituir una oportunidad para no perder tampoco en el proceso fundamental de individualización y desarrollo de polos de atracción cultural territoriales. En particular, se va a llevar a cabo una “situación” estratégica de los potenciales recintos culturales que no se utilizan, determinando las prioridades de recuperación de acuerdo con los perfiles de especialización de las diversas zonas del territorio y de la efectiva disponibilidad de los mismos, así como los medios financieros actuales o futuros. No es por casualidad que el término arqueología industrial se esté sustituyendo progresivamente por

el de “enajenación creativa” en el que los lugares, también marginales, de ámbitos urbanos o no se configuran como espacios en los que se ofrecen experiencias culturales y nuevas modalidades de deleite y de

acceso a la comunidad, además de ser el lugar donde se llevará a cabo la actividad productiva relacionada con el sector de las industrias creativas, con funciones de verdadera incubadora de empresas. ♦

Bibliografía

- BECATTINI, G., 2000a *Il distretto industriale*, Rosenberg & Selleir, Turín.
- BECATTINI, G., 2000b, *Dal distretto industriale allo sviluppo locale. Svolgimento e difesa di un'idea*, Bollati Boringhieri, Turín.
- BERNARDI, L., 2000, *Indagine sui musei veneti 1998-99*, Región del Veneto.
- BERTUGLIA, C. S., BIANCHI G. y MELA, A. (eds.), *The city and its sciences*, Phisica-Verlag, Heidelberg, 1998.
- BIANCHINI, F. y PARKINSON, M. (eds) 1993, *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*, Manchester University Press, Manchester. City of Montreal, 1996, *Profil socio-économique de l'arrondissement Villeray Saint Michel-Park Extension*, Montreal.
- COSTA, A., VAN DER BORG, L., 2002 *Cluster di attività e trasformazioni metropolitane post-industriali*, Il Mulino, Bologna, 2002.
- DCMS, 2004, *Sustainable Development Strategy*, Londres.
- EVERINGHAM, C., 2003, *Social Justice and the Politics of Community*, Ashgate, Londres.
- FLORIDA, R., 2002, *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, Nueva York.
- GRAZI, F., J. C. J. M. van den BERGH, y P. Rietveld. 2007. *Spatial welfare economics versus ecological footprint: Modeling agglomeration, externalities, and trade*, Environmental and Resource Economics (en proceso de edición).
- GREENHALGH, L., 1998, “From Arts Policy to Creative Economy”, Media International, Australia, 87, 29-46.
- LANDRY, C., GREENE, L., MATA-RASSO, F. y BIANCHINI, F. 1996, *The Art of Urban Regeneration: Urban Renewal Through Cultural Activity*, Comedia, Stroud.
- MAGNAGHI, A., 2000, *Il progetto locale*, Bollati Boringhieri, Turín MATARASSO, F., 1997, *Use or Ornament: The Social Impact of Participation in the Arts*, Comedia, Stroud.
- PORTER, M. E., 1990 *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, Nueva York.
- PORTER, M. E., 2003, “Building the Microeconomic Foundation of Prosperity: Findings from the Microeconomic Competitiveness Index”, in the Global Competitiveness Report 2002-2003, World Economic Forum, Harvard University Press, Cambridge (Mass.).
- ROODHOUSE, S., 2006. *Cultural Quarters: Principles and Practice*. Intellect, Bristol, UK.
- RULLANI, E., 2004, *Economia della conoscenza. Creatività e valore nel capitalismo delle reti*, Carocci, Roma.

- SACCO, P. L., 1991, *Correlazione e razionalità in presenza di incertezza sistematica: un modello di contrattazione relazionale sul mercato del lavoro*, Rivista di Politica Economica, 81, 37-49.
- SACCO, P. L., 2002a, “La cultura come risorsa economica per lo sviluppo locale”, La nuova città 8 (2/3), 79-87.
- SACCO, P. L., 2002b, “Cultura, produzione di senso e benessere economico”, in Trimarchi M. (ed.), Il finanziamento delle associazioni culturali ed educative, ed- Il Mulino, Bologna.
- SACCO, P. L., FERILLI, G., PEDRINI, S., 2008, ‘System-Wide Cultural Districts: An Introduction from the Italian Viewpoint’. Working Paper, Department of Art and Industrial Design, IUAV University, Venecia.
- SACCO, P. L., TAVANO BLESSI, G., NUCCIO, M., 2007, “Culture as an Engine of Local Development Processes: System-Wide Cultural Districts”, mimeo, IUAV University, Venecia.
- SACCO, P. L., VIVIANI, M., 2003, “Scarsità, benessere, libertà nel contesto dell’economia dell’identità”, Istituzioni e Sviluppo Economico, 1, 2003, 5-41.
- SACCO, P. L., ZARRI, L., 2004, “Cultura, promozione della libertà positiva e integrazione sociale”, Economia della Cultura, 4, 499-507.
- SANTAGATA, W., 2003 ‘Cultural districts and economic development’, mimeo, EBLA Center, Università di Torino.
- SEASSARO, L., 2002, ‘Mutamento sociale e centri storici’, Urbanistica Informazioni, n. 177, Rivista del dipartimento di Studi Urbani, Università Roma Tre, Roma.
- SEN, A., 1999, Development as Freedom, Oxford University Press, Oxford.
- SEN, A., 2003, ‘Development as capability expansion’, foreword in Fukuda-Parr S. and Shiva Kumar A. K. (eds.), Readings in Human Development. Concepts, Measures and Policies for a Human Development Paradigm, Oxford University Press, Oxford.
- STEVENSON, D., 1998, Agendas in Place: Cultural Planning for Cities and Region, RESRC, Central Queensland University Press, Rockhampton.
- THROSBY, D., 1999, “Cultural capital”, Journal of Cultural Economics, 23, 3-12.
- THROSBY, D., 2001, Economics and culture, Cambridge University Press, Cambridge.
- VALENTINO, P., 2003, Le trame del territorio. Politiche di sviluppo dei sistemi territoriali e distretti culturali, Sperling & Kupfer, Milán.
- VAN DEN BERG, L., 1982 Urban Europe, a study of growth and decline, Pergamon, Oxford.

Los Distritos Creativos de la Ciudad de Buenos Aires: un nuevo modelo de promoción del territorio

Enrique Avogadro



Creando cine-Delirium.

Apostar por la economía creativa

Las ciudades son organismos en permanente transformación. Los cambios de hábito en materia de trabajo y de consumo impactan en la configuración de las metrópolis y, a su vez, son transformados por las mismas.

El mapa productivo de las ciudades acompaña las mutaciones que se despliegan en el territorio. Los sectores económicos de carácter industrial tienden a abandonar el espacio urbano en busca de mayores superficies, normativas ambientales menos exigentes y menor valor de la tierra, entre

otros factores. Proliferan los parques industriales en las periferias lo cual obliga a repensar por completo el desarrollo económico metropolitano.

En este contexto, el surgimiento y posterior crecimiento de las industrias creativas cobra especial interés ya que estos “nuevos” sectores de la economía están llamados a reemplazar el empleo y la capacidad productiva perdidos por las ciudades en dicha migración industrial.

La Ciudad de Buenos Aires no es ajena a este fenómeno. A pesar de ser todavía

el segundo distrito industrial del país y de contar con una economía muy diversificada, la configuración productiva de Buenos Aires ha ido cambiando a lo largo del tiempo acentuándose cada vez más el peso de los servicios. La trama urbana ha acompañado estas mutaciones, verificándose un mayor peso relativo del centro económico y financiero de la ciudad en detrimento de los barrios periféricos. Por otro lado, las industrias creativas han ido ganando un papel creciente en la economía de la ciudad. De acuerdo con nuestro Observatorio de Industrias Creativas, las mismas representan alrededor del 10% del producto interior bruto y un porcentaje similar en materia de empleo en la Ciudad de Buenos Aires.

La política de promoción a los distritos creativos surge precisamente en este contexto. Ya en 2009 el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, a través del Ministerio de Desarrollo Económico, estableció como sectores de desarrollo prioritario a la tecnología y las industrias creativas, con el objetivo explícito de apoyar la emergencia de nuevas empresas de alto valor agregado. A través de herramientas de capacitación, subsidios a emprendedores y pymes, créditos blandos, promoción a las exportaciones, fomento a las inversiones y otros instrumentos, se buscó dar impulso a los sectores más dinámicos de la economía local y constituir a la ciudad en una verdadera plataforma para su desarrollo. Si el apoyo a empresas y emprendedores de la economía creativa establece las bases para su crecimiento a largo plazo, la aparición de los distritos creativos pretende garantizar su desarrollo mediante el despliegue de esa estrategia de desarrollo en un territorio determinado, generando al mismo tiempo un nuevo impulso en zonas tradicionalmente postergadas.

Por otro lado, los nuevos modelos de desarrollo económico urbano buscan romper con la división tajante entre los diferentes usos de la ciudad. El parque industrial de extramuros es reemplazado por territorios densamente poblados en los que los ciudadanos puedan vivir, trabajar, estudiar o divertirse, en zonas geográficas próximas, con buen transporte público, y habitadas por diferentes clases sociales. Los distritos creativos representan la respuesta de la Ciudad de Buenos Aires a estos nuevos desafíos.

Algunos antecedentes

La promoción de distritos productivos en un territorio determinado tiene un linaje académico importante y con una profusa literatura especializada.

Los trabajos de Michael Porter¹ y sus colaboradores desarrollaron en profundidad el concepto de “cluster” o racimo, caracterizado como la aglomeración geográfica de empresas, instituciones educativas, centros de investigación y desarrollo y otras organizaciones en torno a un sector económico específico y con la finalidad de desarrollarlo. La cercanía entre los diferentes actores permite establecer vínculos de colaboración con mayor o menor grado de formalidad, lo cual redundará en un beneficio para todos los participantes.

También el concepto de especialización flexible, introducido por Piore y Sabel, puede ser de utilidad como antecedente a los distritos creativos en la Ciudad de Buenos Aires, aunque aplicado, por supuesto, a un contexto diferente al de la

1 Ver, por ejemplo, Michael E. Porter. “Cluster and the new economics of competition”, *Harvard Business Review*, November-December 1998.

Emilia-Romagna italiana analizado por los autores en los ochenta². La lección es clara: la localización importa.

Finalmente, vale la pena citar al concepto de competitividad sistémica presentado por Klaus Esser, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner y Jörg Meyer-Stamer³, quienes destacan la importancia excluyente de contar con instituciones sólidas para lograr un desarrollo competitivo. La mirada integral al desarrollo que introducen los actores constituye un desafío central para la consolidación de los distritos creativos de la Ciudad de Buenos Aires en el largo plazo.

Por otro lado, la experiencia concreta en el desarrollo de distritos productivos urbanos es mucho menos generosa, particularmente en nuestra región. Sin embargo, uno de los modelos más interesantes de los últimos años a nivel global es el proyecto 22@Barcelona, que busca transformar 200 hectáreas del Poblenou (un exdistrito industrial de Barcelona) a través de la concentración de actividades intensivas en conocimiento y la inversión en infraestructura. Los tres pilares del proyecto catalán, al igual que los distritos de Buenos Aires, tienen que ver con la innovación urbana, la económica y la social.

¿De qué hablamos cuando hablamos de distritos?

En términos muy sencillos, los distritos creativos buscan desarrollar un territorio determinado a partir de la promoción de

una industria estratégica. Se persiguen, así, objetivos de naturaleza económica, urbana y social.

De acuerdo con la teoría de los clusters, asumimos que hay ventajas intrínsecas a la proximidad geográfica de los distintos actores en una cadena de valor. Por lo tanto, se busca atraer a las empresas de las industrias estratégicas a través de las ventajas impositivas, la inversión pública localizada, el valor de la tierra y la propia pertenencia al conglomerado en cuestión. Se promueve así la sinergia público-privada y se establece un círculo virtuoso que permite atraer una gran inversión privada gracias a una inversión pública inicial mucho menor.

La llegada de las empresas dinamiza la economía de barrios postergados, al igual que la inversión pública que la precede y acompaña. Surgen nuevas oportunidades en materia de empleo de alto valor agregado y el entramado productivo local recibe un fuerte impulso por el flujo de nuevos trabajadores en el barrio.

Por otro lado, la propia existencia del distrito apunta a consolidar una estrategia de desarrollo hacia los sectores más competitivos a escala global y proyecta una imagen clara respecto a la misma frente a potenciales inversores internacionales. En un escenario de creciente competencia mundial por recursos, inversiones y talento, la Ciudad de Buenos Aires tiene una hoja de ruta clara para constituirse en “hub” regional de los sectores más dinámicos de la economía.

La localización de los distritos creativos en barrios de menor desarrollo relativo (que en la Ciudad de Buenos Aires están ubicados mayoritariamente en el sur) forma parte de una política que apunta a revitalizar dichas zonas a

2 Michael Piore y Charles Sabel, *The second industrial divide*. New York, Basic Books, 1984.

3 Klaus Esser, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner y Jörg Meyer-Stamer “Competitividad sistémica: Nuevo desafío a las empresas y a la política”, *Revista de la CEPAL*, Santiago, 1996.

través del desarrollo económico genuino. En conjunto con otras políticas públicas, el objetivo explícito es el de contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. La identidad de cada barrio juega un rol central en la conformación de los distritos. Si bien el saber popular habla de “Los cien barrios porteños” lo cierto es que son 48 los barrios que integran la Ciudad de Buenos Aires, cada uno con una historia de años y una identidad claramente identificada y valorada por sus habitantes. Para proyectarnos al futuro es fundamental conocer el pasado, razón por la cual los distritos buscan incorporar los atributos identitarios de los barrios que los integran, al tiempo que proponen una reinterpretación de los mismos de cara a los desafíos de nuestra época.

Finalmente, la llegada de universidades, escuelas de oficio y otros centros educativos trae aparejada la posibilidad de incrementar el número de profesionales en las industrias estratégicas, y representa una oportunidad concreta para las personas que habitan los distritos en tanto herramienta de incorporación a la nueva dinámica productiva.

Una historia muy reciente

La política de promoción a los distritos creativos empezó a delinearse en el año 2008 en la Ciudad de Buenos Aires y comenzó a implementarse a finales del mismo año con la aprobación de la ley de creación del Distrito Tecnológico en el barrio de Parque Patricios. A finales de 2011 fue aprobado el Distrito Audiovisual, abarcando manzanas en los barrios de Colegiales, Chacarita, Paternal, Villa Ortuzar y Palermo. Recientemente, en noviembre de 2012, fue aprobada la creación del Distrito de las Artes, centrado en los barrios de La Boca, San Telmo y

Barracas. Finalmente, durante 2013 se espera lograr la aprobación del Distrito de Diseño, el cual estará ubicado en Barracas en el entorno del Centro Metropolitano de Diseño (CMD).

El énfasis puesto en las industrias creativas está relacionado con el perfil productivo de la Ciudad de Buenos Aires y por el potencial impacto de dichos sectores en la creación de empleo de alto valor agregado, así como también en la proyección de la marca ciudad. Estos sectores son naturalmente exportadores y están basados en ciertas ventajas competitivas de la economía local, amén de estar encadenadas y ser aportadoras de un entramado productivo mucho más amplio.

Si bien las distintas leyes plantean diferencias en cuanto a los beneficios otorgados a las empresas, la herramienta central para atraerlas a los distritos creativos es la exención de los impuestos locales (ingresos brutos, impuestos a los sellos, alumbrado, barrido y limpieza, derechos de delineación y construcciones, entre otros). También se contemplan líneas de crédito preferenciales para la radicación y desarrollo de proyectos en los distritos, a través del Banco Ciudad. Existen, asimismo, planes de desarrollo de infraestructura, una fuerte inversión en el espacio público y en la integración con el sistema educativo.

Si bien la ley no lo contempla, en cada distrito se busca fomentar el cogobierno a través de la constitución de consorcios en los que participan las empresas beneficiarias, instituciones del barrio y otras organizaciones afines. El objetivo es fomentar la generación de consensos en torno a problemáticas comunes y promover la inversión (pública y privada) en el desarrollo del distrito.



Noche de librerías.

La revolución está en marcha

A finales de 2008 fue sancionada la ley que creó el primer distrito creativo de Buenos Aires: el Distrito Tecnológico. Desde entonces ya se han radicado 125 empresas en una zona que, hasta ese momento, carecía de empresas del sector. Se han generado más de 8.000 puestos de trabajo en forma directa.

La inversión en el espacio público ha sido notable y hoy el barrio luce remodelado, incluyendo el tradicional Parque de los Patricios que hacía muchos años que estaba en decadencia. También ha mejorado sensiblemente la seguridad en el lugar, gracias a la llegada de una comisaría de la Policía Metropolitana y 650 efectivos, además de la instalación de 30 cámaras de seguridad. El transporte no ha sido ajeno a estos cambios ya que el barrio se encuentra ahora conectado a la red de subterráneos a través de la flamante línea H. Asimismo, se ha

inaugurado una estación del sistema gratuito de bicicletas, y nuevas “bici-sendas” (ciclovías) atraviesan el barrio.

El Parque Patricios fue elegido por estar en la zona sur de la ciudad, con buena conectividad a los diferentes barrios pero sin la saturación del centro económico y financiero. La industria de la tecnología no tenía, hasta el momento, un área de desarrollo preferencial por lo que el Distrito Tecnológico se propuso consolidarse como el cluster número uno del país y, a futuro, uno de los más relevantes a nivel regional.

El Distrito Audiovisual fue formalmente creado a finales de 2011, tras un extenso debate para determinar su ubicación, su extensión y el alcance de los beneficios. Durante el 2012 se reglamentó la ley y se abrió el registro de empresas y, hasta el momento, más de cien han solicitado su inscripción. Para ofrecer un mejor servicio a las empresas del sector fue

recuperado un espacio público, El Dorrego, en el que se instalaron las oficinas de BASET, el organismo que otorga permisos para filmar en la ciudad, la Comisión de Filmaciones y el equipo de Opción Audiovisual, orientado a brindar herramientas de apoyo al sector. En El Dorrego se instaló, además, una escuela audiovisual y se inauguró una estación del sistema público de bicicletas. En marzo de 2012 se realizó la primera Noche Audiovisual de Buenos Aires con el objetivo de acercar a la industria con los vecinos.

La industria audiovisual emplea más de 60.000 personas en forma directa e indirecta en la Ciudad de Buenos Aires y nuestro país es un jugador importante a nivel global en la exportación de formatos para televisión y en el sector de la publicidad. De todos modos, la competencia se incrementa día a día y es necesario sostener el crecimiento de la industria con políticas activas de fomento. El Distrito Audiovisual apenas se ha puesto en marcha pero ya hay un interés concreto por parte del sector. En este caso, la localización se decidió en función de un cluster preexistente en torno a la zona llamada justamente “Palermo Hollywood”. El Distrito Audiovisual propone la expansión del sector hacia barrios aledaños hoy postergados y con un gran potencial de crecimiento.

El Distrito de las Artes fue aprobado hace unos pocos días y representa una oportunidad de desarrollo para los tradicionales barrios de La Boca, San Telmo y Barracas. La inauguración de la Usina del Arte, un gigantesco espacio cultural en una estación eléctrica remodelada, acompaña la puesta en marcha de este distrito. La ley puso énfasis,

sobre todo, en fomentar la creación de nuevos espacios culturales a través de la remodelación de los edificios existentes, fomentando en forma directa a los desarrolladores inmobiliarios que cumplan con los requisitos pautados, además de a las empresas del sector. Si bien es demasiado pronto para arriesgar un pronóstico, los barrios que integran el Distrito de las Artes ya cuentan con una infraestructura cultural previa, una gran vida comunitaria e inversión pública en años recientes, lo que permite augurar un impacto positivo de la iniciativa en el mediano plazo.

Finalmente, aparece en el horizonte el Distrito de Diseño, cuyo proyecto de ley ya ha sido redactado y está siendo debatido con diferentes actores del sector. Se espera que en 2013 el mismo sea aprobado por la Legislatura. A diferencia de los proyectos anteriores, este distrito se propone en el entorno de una edificación preexistente (el Centro Metropolitano de Diseño - CMD) y con la intención de apoyar el trabajo del CMD en el desarrollo del barrio. El CMD funciona como centro cultural y productivo vinculado a las industrias creativas y al diseño y más de 1.000 personas se capacitan durante el año en diferentes oficios y saberes. La cercanía de la villa 21-24, la más grande y poblada de la ciudad, genera una responsabilidad muy concreta para que el Distrito de Diseño tenga un impacto real en la vida de las personas. Asimismo, en el caso particular de este distrito el proyecto contempla la intervención en el espacio urbano con instalaciones de diseño, aprovechando el contenido del distrito como dinamizador de las fuerzas vivas del barrio y como promotor del mismo a nivel local e internacional.

Continuará

Aun es muy temprano para poder analizar el impacto profundo de la política de promoción de distritos creativos en el entramado económico, urbano y social de la Ciudad de Buenos Aires. De todos modos, empieza a atisbarse una promisorio reconfiguración productiva en los barrios objeto de intervención. Un indicador de éxito de estas políticas es el flujo constante y creciente de empresas hacia los diferentes distritos. La etapa de generación de confianza parece haber dado resultado y el efecto boca a boca comienza a impactar.

Es clave para garantizar el éxito de los distritos creativos el lograr que su gestión sea genuinamente abierta y participativa. Los actores sociales y grupos de interés deben “apropriarse” de la iniciativa y aprender a negociar y a generar consensos en torno a objetivos comunes.

Buenos Aires aspira a seguir siendo reconocida como un faro cultural y creativo en la región. La política de promoción de los distritos creativos está pensada para la ciudad de los próximos cincuenta años y es un camino que ya hemos empezado a recorrer. ♦

Distrito cultural Plaza Botero-Museo de Antioquia en Medellín

Gustavo Adolfo Restrepo Lalinde



La Plaza Botero es un enorme parque enarbolado que alberga 23 monumentales esculturas donadas por Fernando Botero.

El Museo de Antioquia es un ente privado, sin ánimo de lucro con función pública. Este ha detectado en su entorno una gran necesidad de promover la educación y la convivencia, marcándose como prioridad estar al servicio de la comunidad. Un primer paso es la transformación del Centro, a partir de intervenciones que apoyen la rehabilitación física y social de sus

habitantes permanentes, propiciando encuentros de convivencia ciudadana entorno a la cultura, con los diferentes programas del Museo, que han buscado desarrollar actividades que permitan mayor penetración social y más solidez institucional.

El Museo de Antioquia es un Museo de larga trayectoria que ha renovado su proyecto de museo, mediante nuevas

herramientas de gestión cultural, introduciendo valores sociales y educativos a su tradicional misión de investigación, conservación y difusión del patrimonio para incidir en el desarrollo cultural comunitario. El Museo emprende un proceso de renovación de su planificación estratégica en aras de consolidarse como un centro cultural transformador de su entorno más cercano así como de la ciudad y la región de Antioquia. Con este replanteamiento el Museo pretende profundizar en su vocación educadora y de democratización del acceso a la cultura iniciada con su proceso de renovación institucional en 1997. La nueva concepción del museo, elaborada de forma participativa, prioriza su responsabilidad social a partir de valores éticos, políticos y estéticos. Así, todo su entramado de programas y actividades se articula en función de su nueva orientación y sus valores.

En la idea de consolidar al Museo de Antioquia y su contexto inmediato como distrito y centro cultural de la ciudad, genera un espacio de transformación urbana que permite parar el deterioro que actualmente posee y construir una vocación que dé competitividad al territorio y lo consolide como Distrito Cultural Metropolitano de la región. Asimismo, el argumento conceptual “Plaza Botero y Museo de Antioquia-Distrito Cultural Metropolitano” se convierte en parte esencial de la justificación y el cumplimiento de los principales objetivos:

1. El fortalecimiento integral del Museo de Antioquia y su área de influencia a la luz del desarrollo cultural, como construcción de sello del territorio y viabilidad encaminada hacia un área competitiva de la ciudad y una identidad planteada desde los estudios realizados.

2. El revertimiento de la línea de deterioro de usos del Centro de la ciudad y, específicamente, de la zona de influencia del Plan Maestro, a partir de una intervención urbana que, fundada en una lectura clara y coherente del territorio, desde las condiciones económicas, sociales y físico-espaciales, permitan encontrar los componentes que den valor a esta operación y que puedan cumplir el objetivo planteado. El diseño desde el ámbito inmobiliario, con el objetivo de instrumentar los elementos para que la operación enmarcada en los lineamientos anteriores, se logre realizar con una operación urbana que presente alternativas para su implementación y los diferentes planteamientos para su desarrollo. El proyecto Plan Maestro, es un convenio en asociación con el Departamento Administrativo de Planeación Municipal, que se encuentra en la fase 2: Análisis financiero, modelo de ejecución y propuesta preliminar de diseño, la cual busca crear un sistema conector urbano entre edificios constituidos como hitos de ciudad, áreas ambientales existentes y posibles propuestas que mejoren la calidad urbanística, dentro del área planteada para la intervención.

El desarrollo de este proyecto se justifica en el interés de la administración municipal en proyectos de resignificación urbana, especialmente, para el Centro tradicional y representativo de la ciudad, que estén orientados a complementar la calidad urbanística, recuperación de su significación y su capacidad de convocatoria para todos los sectores sociales, mediante la integración coherente de las diversas intervenciones encaminadas



La Plaza Botero antes de la reforma. Al fondo el Museo de Antioquia que es el edificio art déco mejor conservado de Colombia.

a la protección y potenciación de su patrimonio cultural.

Este proyecto consta de varias fases:

- a) Desarrollo del Proyecto Urbano Polígono Z3API16 (Área de Protección Infraestructura).
- b) Análisis financiero, modelo de ejecución y propuesta preliminar de diseño.
- c) Proyecto urbanístico y arquitectónico.
- d) Análisis socioeconómico.
- e) Plan Especial de Protección Patrimonial.

Objetivo General

Desarrollar la fase 2 del Proyecto Cívico y Cultural Plaza Botero Museo de Antioquia con el fin de complementar de manera integral el núcleo edilicio que lo constituye y todo el entorno urbano que afecta, teniendo en cuenta el carácter patrimonial de la edificación, el permanente movimiento cultural tanto nacional como internacional y la problemática comercial

y social que lo circunda, mediante el planteamiento de un perfil de proyecto urbano, patrimonial y arquitectónico que, basado en un estudio inmobiliario, un modelo de gestión, permita definir el horizonte para rehabilitar dicha zona y la expansión del Museo de Antioquia, en el marco de sus propias necesidades y de los requerimientos del Plan de Ordenación Territorial (POT) de la ciudad, logrando complementar las condiciones comerciales, sociales y culturales de la zona.

El escenario de Centro de la ciudad como punto de encuentro debe partir en mejorar la accesibilidad desde y hacia el mismo a partir de un acondicionamiento físico de infraestructuras existentes, reorganización del transporte público y el fortalecimiento de calles peatonales que consoliden el tejido urbano. Como estrategia principal se pretende fortalecer corredores emblemáticos que consoliden el marco espacial urbano en el que se inscribirá y actuará el Distrito Cultural Metropolitano.

Desde el ámbito físico espacial y ambiental, el Centro de Medellín es una de las zonas con mayor vitalidad urbana de la ciudad; sin embargo, este proyecto debe apuntar a cualificar los espacios urbanos en los que sea posible construir espacios que generen pausas para el disfrute y el ocio de los ciudadanos, otorgando a este lugar en particular espacios abiertos y cerrados de mayor confort.

El Centro de la ciudad posee una gran cantidad de modos de transporte público que aseguran su conectividad territorial, no solo en su condición sectorial, sino metropolitana; este atributo se ha convertido en uno de los factores más deteriorantes del Centro, desde la condición del caos generado en la movilidad y el inminente deterioro, que como consecuencia de este repercute en el medio ambiente. Es por esto que la intervención del Plan Maestro y de la zona Centro, debe plantear un sistema de transporte articulado al Metro y a los sistemas de bajo impacto, reduciendo la movilidad de estos en el interior de la centralidad y, por ende, mejorando las condiciones del espacio público y garantizando una viabilidad ambiental. Esta hipótesis propone una reestructuración de la movilidad en el Centro y, más específicamente, en el área del Plan Maestro, se requiere de una revisión de las secciones viales de acuerdo al estudio de movilidad mencionado y a los principios de equilibrio entre el espacio público y las franjas de movilidad.

El área del Plan Maestro debe plantear un espacio público en el que exista mayor interacción de los equipamientos existentes en los que los espacios se vitalicen con las actividades existentes o generadas para lograr el fortalecimiento del distrito cultural desde una espacialidad pública de calidad.

Estas espacialidades públicas recalificadas o generadas deben plantearse con un énfasis en la recuperación ambiental y en la posibilidad de su aprovechamiento en el subsuelo para la generación de actividades y usos que propendan al fortalecimiento del Distrito Cultural.

Desde el ámbito de los usos y las políticas del suelo

Los usos que componen el área del Plan Maestro son, en su gran mayoría, comerciales; estos poseen una activación muy alta en sus primeros pisos y una temporalidad de uso definida. Este proyecto debe plantear un escenario en el que exista una mayor diversidad de usos con énfasis cultural y educativo, que active no solo una vida en todos los momentos del día, sino que promueva desde su relación con los ciudadanos actividades culturales y sociales que cualifiquen la vivencia urbana.

La intervención en esta área, perfilada como posible Distrito Cultural debe desarrollar e implementar los instrumentos de ley necesarios para establecer los principios que permitan el estímulo de usos ligados al objeto de vocación planteada y desestimular aquellos que deterioran la zona y no permiten el desarrollo de un territorio con mayor calidad urbana sostenible.

El Plan Maestro para el Distrito Cultural debe propiciar los instrumentos necesarios para que con la cualificación del espacio urbano a través de espacialidades públicas de calidad, se generen ofertas de vivienda en el sector, con modelos inmobiliarios propios del perfil de usuario propicio para el Centro de la ciudad y que se enmarque en las actividades que propone el Distrito Cultural. Este aporte inmobiliario deberá

estar apoyado conceptual y normativamente por el diagnóstico del Área de Protección a Infraestructura (API).

Con respecto al API, es necesario tener claridad frente a las siguientes recomendaciones hechas por parte de la Dirección de Patrimonio del Ministerio de Cultura:

1. Considerar el ajuste para el polígono de planificación y de influencia, con respecto al polígono de influencia de los bienes de interés cultural del ámbito nacional.
2. Definir la normativa aplicable para el polígono del API, así como la del ámbito de la gestión integral.

Este proyecto de formulación del Distrito Cultural en sus componentes físico espacial, cultural y social requiere para su implementación un modelo de gestión que desarrolle este proceso de forma integral y genere los escenarios urbanos que viabilicen el desarrollo de este Distrito Cultural.

La implementación de un modelo de gestión, permitirá establecer los lineamientos técnicos generales del Plan Maestro, que permitan definir las estrategias de gestión en todos los componentes (técnicos, urbanísticos, financieros y de gestión del suelo) y así dinamizar de manera institucional la gestión del Distrito Cultural con la articulación de todos los actores públicos y privados.

El modelo de gestión será quien defina el desarrollo del Plan Maestro y disponga el escenario para desarrollar proyectos de mejoramiento y cualificación de espacios públicos y la generación de nuevos usos que se traducen en equipamientos o programas residenciales que den valor agregado a la condición urbana de la zona central de la ciudad y específicamente de la zona del Distrito Cultural.

Hipótesis urbanas generales Vocaciones y Corredores

Con el ánimo de identificar y consolidar los estructurantes formales del área de intervención y su influencia como Distrito Cultural, se establecen Modelos de planificación y tratamientos urbanísticos en corredores de actividad. Estos modelos son:

- a) **Movilidad-Anillo perimetral del Centro.** Corredor de protección peatonal. Se inscribe en la Avenida Oriental, la Calle San Juan y la Avenida Ferrocarril, como corredor de movilidad vehicular que permite un circuito para el transporte masivo, reduciendo el número, los flujos y el ingreso de vehículos al interior del Centro tradicional, permitiendo una movilidad peatonal fluida, además del fortalecimiento de los corredores y pasajes comerciales, posibilitando nuevas espacialidades públicas, como paseos, plazas y parques.
- b) **Red peatonal-Eje Carabobo.** Paseo peatonal Carabobo. Corredor de movilidad peatonal el cual ha permitido incrementar los flujos peatonales al interior del Centro tradicional, además de dinamizar y potencializar nuevos comercios. De igual forma es un conector de plazas y edificios patrimoniales; se comporta como el eje peatonal más importante de la ciudad, del cual pueden partir nuevas calles y espacialidades que construyan una red peatonal y de nuevas vocaciones al interior del Centro.
- c) **Corredor Tranvía 3.** Boulevard La Playa (Primera de Mayo, Avenida de Greiff). Corredor de movilidad mixta, de gran dinamismo y calidad paisajística hasta la Plaza Botero. Es un conector oriente-occidente entre el Teatro Pablo Tobón y la Plaza Minorista. Solo el tramo entre el Museo y la

Minorista debe de ser replanteado en su sección y vocación. Este corredor soporta un sistema de transporte de mediana capacidad (tranvía), que recorre el eje de La Playa, convirtiendo este eje en un gran boulevard de comercio y espacios públicos tipo rambla.

Estos tres escenarios (Corredor perimetral, Paseo Carabobo, Boulevard La Playa), definen el sistema estructurante del proyecto “Plaza Botero/Museo de Antioquia - Distrito Cultural Metropolitano”, y su área de influencia, destacando vocaciones económicas, condiciones de uso y escenario inmobiliario en relación con el impacto que generan las infraestructuras existentes dispuestas en el área y como soporte a las actividades económicas que se desarrollan actualmente en el territorio.

A partir de la definición de los sistemas estructurante físico espaciales del territorio, se hacen planteamientos de hipótesis proyectuales desde cada componente del Plan Maestro y el sistema de ciudad a proyectar. Como resultado del análisis en el diagnóstico se establecen como proyectos de oportunidad:

- Plano de Hipótesis Urbanas.
- Anillo Perimetral de protección peatonal.
- Red peatonal.
- Movilidad peatonal.
- Tranvía Avenida La Playa Metroplús.
- Tranvía Espacio público.

Proyectos específicos, estrategias urbanas y de gestión para poner en marcha los proyectos de oportunidad para el Distrito cultural y su relación con el entorno inmediato, centro de la ciudad

1. Asegurar la continuidad de Carabobo, hacia el Norte, como eje peatonal que cruza el Centro tradicional.
2. Aprovechamiento de la sección vial, para uso peatonal y de transporte de mediana capacidad.
3. Fortalecimiento del anillo de movilidad vehicular, disminución de las rutas de buses al interior, priorizando la movilidad peatonal.
4. Consolidación de la peatonalización oriente-occidente con la calle Boyacá, desde la estación Metroplús hasta la carrera Junín.
5. Construcción de una red de movilidad peatonal para el Centro tradicional.
6. Cualificación de las espacialidades públicas existentes (edificio y plaza), cambio de vocación y la sección vial, generando un Parque Central de Ciudad.
7. Desarrollo del Plan Parcial para el Barrio San Benito, que potencialice nuevas tipologías residenciales y cambio en la vocación del territorio.
8. Generación de nuevos espacios públicos para el Centro.
9. Conformación de un equipo para el Modelo de Gestión Urbana, que se encargue de promover y divulgar las infraestructuras patrimoniales y actividades programáticas del Distrito Cultural.

Estos escenarios como área de intervención se basan y articulan en una plataforma de espacio público que generaría una nueva apropiación en el Centro a partir de activar la movilidad, entendida no solo como una actividad de tránsito que establece conexiones, sino que en su ejercicio comunique.

Este evento se lograría a partir de sistemas de movilidad existentes y sistemas de movilidad propuestos apoyados en programas culturales y de formación ciudadana, que enseñen a compartir en el



Calle del Centro de Medellín.

escenario del Centro y generen actividades de permanencia segura en un nuevo paisaje para el Centro.

Hipótesis Zonales

El escenario inmediato al Museo de Antioquia manifestándose como escenario urbano detonante, requiere acciones urbanas que desarrollen este potencial del espacio público existente, enfocado en la actividad cultural y a su vez que pauten la nueva habitabilidad del Centro basada en el fomento del uso mixto del suelo, rehabilitando física y socialmente el sector. Estas acciones son las siguientes:

1. Readecuación de edificio “La Naviera” para la Universidad de Antioquia. Promoción de Proyecto para el Museo de la Universidad de Antioquia con la rehabilitación de este edificio.
2. Parque con énfasis ambiental, Parque Central de Ciudad. Permite introducir al Centro de la ciudad el sistema estructurante natural, a través de la readecuación del espacio público que permita el uso de vegetación en superficie y en altura, generando un

gran espacio metropolitano para la convocatoria ciudadana.

3. Revisión integral de la sección vial de Avenida de Greiff. A partir de la rectificación de la sección vial que permita una buena relación para la habitabilidad entre el espacio público y el edificio, y que, a su vez, establezca un reordenamiento del transporte público a fin de lograr un equilibrio físico que permita la habitabilidad y el tránsito por este lugar.
4. Renovación de usos. Transformar la habitabilidad del lugar permitiendo la dignificación de los usos actuales del suelo e introduciendo la posibilidad de vivienda para integrar el lugar a la ciudad y generar habitabilidad 24 horas en el sector.
5. Adecuación del mercado Tejelo a cielo abierto. Regular el espacio físico actual a fin de organizar la infraestructura que requiere Tejelo como mercado urbano, buscando que sea un espacio público integrado al sistema de espacios públicos que ofrece el Centro de la ciudad y, a su vez, amplíe la oferta itinerante de es-

pacios públicos con servicios urbanos para la ciudad.

6. Edificio de borde integrando el Palacio de la Cultura y la Plaza Botero. Configurar un edificio de servicios anexo al Palacio de la Cultura a fin de complementar las fachadas vivas hacia la Plaza Botero y lograr una integración más franca entre los edificios institucionales existentes, a través del edificio articulador de servicios sobre el espacio público.
7. Programa de estímulo a cambio de usos, más vivienda. Transformar el contexto urbano a través de la oferta de vivienda, que contribuya a generar de nuevo habitabilidad en el sector con usos mixtos, enmarcando un proceso de renovación urbana que genere plusvalía al sector y valore aun más los usos del suelo.
8. Intervención urbana de espacio público en la Calle Calibío. Mejorar el espacio físico actual y potencializar su entorno a partir del nuevo contexto que ofrecería la intervención de extensión del Museo de Antioquia sobre el espacio público.
9. Programa de readecuación para vivienda y usos comerciales. Rehabilitación de edificios existentes en pro de generar contexto de uso mixto, como ancla de una nueva habitabilidad para el Centro de la ciudad.
10. Intervención en la Casa del Encuentro, mejorando sus relaciones urbanas. Rehabilitar la infraestructura existente del Museo como es la “Casa del Encuentro”, bajo el principio de permeabilidad e integración de los edificios y el espacio público a fin de conformar un solo lugar.
11. Plaza Pública. Espacio público articulador entre el Museo existente y el área de renovación urbana que fortalezca la fachada y habitualidad del Museo hacia el occidente, en lo que sería el Distrito Cultural Metropolitano.
12. Edificio de expansión del Museo de Antioquia. Sede nueva del Museo de Antioquia que albergue programas complementarios a los actuales y tengan una oferta de servicios culturales más amplia que generen ingresos extras al programa cultural del Distrito.
13. Rehabilitación de las fachadas de la sede principal del Museo de Antioquia. Aprovechamiento comercial de las fachadas y terrazas del Museo, que no solo aporten para el sostenimiento de este, sino que relacionen más el edificio con el exterior.
14. Paseo Peatonal Boyacá. Dar continuidad al corredor peatonal Boyacá hacia el occidente, desde el eje longitudinal Junín. Consolidar Boyacá como el eje de conexión transversal hacia el occidente más importante vitaliza el entorno educativo en el que se inscribe y a su vez se presenta un como corredor itinerante enfocado en la educación y la cultura.
15. Transporte de Mediana Capacidad: Tranvía. Boulevard La Playa (Primera de Mayo, Avenida de Greiff), corredor de movilidad mixta, de gran dinamismo y calidad.
16. Nuevo espacio público. Espacio público articulador entre la Calle Palacé y la Plaza Botero, que conecte con un ritmo más fluido y directo la movilidad peatonal y el paisaje del contexto.
17. Activación de edificios patrimoniales. Generar articulación entre los principales edificios inscritos en este

sector de carácter patrimonial, para que haya mayor dinámica entre estos y su espacio público. Bajo la intención de dignificar los usos existentes y generar nuevas apropiaciones de enfoque cultural y educativo.

Además, estas acciones ayudan a buscar una nueva generación de ritmos urbanos, entre el lleno y el vacío, una relación entre el espacio público y lo construido, que se articula con el flujo peatonal de calles, andenes y pasajes del Centro creando una nueva perspectiva del espacio, más abierta y relacionada con el entorno. De esta manera, se destacan con mayor fuerza los edificios de carácter patrimonial, que con un gesto formal en el espacio público, que enaltece la memoria urbana y edilicia en nuestra ciudad.

Dentro de la propuesta urbano-arquitectónica es necesario que exista un diálogo entre las dos sedes del Museo y su entorno. Actualmente, estas tienen poca relación urbana, principalmente la sede de la Casa del Encuentro que niega totalmente su fachada hacia unos de los sectores de

mayor problemática social en el Centro de la ciudad. Y la sede principal como se dijo anteriormente, también se niega al exterior en algunos puntos, donde sus puertas permanecen selladas, sirviendo solo al espacio interior.

Este distrito cultural entonces servirá de catalizador de los valores propios ciudadanos y urbanos poniéndolos al servicio de un centro activo vivo y dinámico, que encuentra en la articulación de usos un referente de ciudad.

El reto está en la gestión acertada de cada proceso dinamizador que involucre interinstitucionalmente a todas las entidades públicas y privadas de la municipalidad, que procure metodologías de consulta, haga pesquisa en las rutinas de los ciudadanos, para resumir en acciones de vida que detonan el buen uso del espacio público, como referente de prácticas pedagógicas responsables, que procuren una ciudad más viva, más usada, equitativa y digna, para ciudadanos más participativos y responsables del buen uso del territorio, el espacio público y sus equipamientos. ♦

**CC
K
Visiones**

Ciudades Creativas: ciudad talento e innovación. 10 notas a pie de página

Xavier Marcet



Fundació Antoni Tàpies, Barcelona.

La estrategia de una ciudad se fundamenta en valores de consolidación (calidad de vida, seguridad, urbanismo presentable, cohesión social) y valores de diferenciación (entorno, competitividad, creatividad, etc.). Hay ciudades que se diferencian por su creatividad y en algunas la creatividad pasa no solo forma un importante sustrato cultural sino que deviene un factor claro de competitividad económica. Hay ciudades con relato y ciudades sin relato, en algunas ciudades con relato, la cultura y la creatividad son factor claro de diferenciación.

Si analizamos los planes estratégicos de muchas ciudades encontramos poca capacidad para trascender los tópicos,

todas las urbes parecen querer lo mismo, calidad de vida, sostenibilidad, enseñanza y sanidad de nivel, gran oferta cultural, universidad, incubadora, aeropuerto y ahora, por supuesto, un parque científico tecnológico. Todas aspiran a ser algo como Silicon Valley y ninguna lo consigue. Diferenciarse no es fácil y diferenciarse más allá del debe ser, del discurso, es un gran reto. La participación a menudo conduce hacia un consenso basado en tópicos que no ayuda a la diferenciación y que, sin quererlo, hace del inventario de intereses y aspiraciones un puzzle de propuestas poco diferenciadoras cuando no simplemente miméticas. El mimetismo es una enfermedad infantil de la gestión

pública de la que no escapa la gestión de las ciudades.

La diferenciación, entre otras pocas cosas, puede venir por un factor de entorno (natural o patrimonial) por un factor de densificación de conocimiento (empresas basadas en conocimiento, oferta cultural, universidad) o por la capacidad de ser nodo de redes. En el segundo y tercer caso es habitual que estos factores sean palanca de diferenciación si van acompañados de innovación.

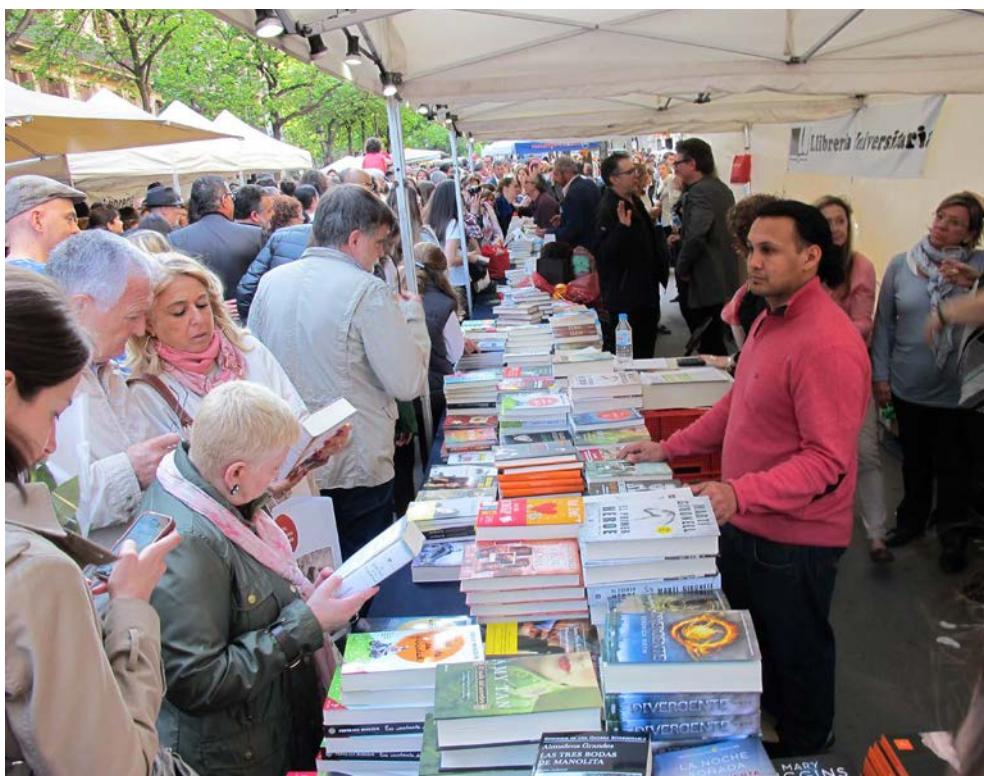
Las ciudades creativas son espacios para la innovación y acostumbra a ser más **ciudades-nodo** que **ciudades-nido**. Algunas urbes buscan estar conectadas al mundo, otras esperan que el mundo se conecte a ellas. Las primeras son nodo, las segundas son nidos (proteccionistas y autorreferenciales).

¿Cómo una ciudad puede ser un espacio de innovación? ¿Es posible que algunas ciudades hagan que en ellas la innovación sea más fácil y prolífica? ¿Es posible que procesos que se desarrollan dentro o entre organizaciones se beneficien de externalidades territoriales?

Veamos algunas condiciones para desarrollar espacios de innovación, la base de las ciudades creativas.

1. Dar prioridad al talento y no solamente a las infraestructuras. Apostar por una gobernanza que sea capaz de discriminar talento (que es la base de cualquier política seria de talento). Entender que el talento se mueve y que normalmente se verifica la regla fundamental: talento atrae talento y mediocridad atrae mediocridad (y lo hace en ciclos largos). Las administraciones no tienen ningún problema para entender desajustes en la construcción de infraestructuras pero no saben cómo encajar los desajustes que implica captar o retener a los mejores. El talento debería ser la condición del proyecto y no su epílogo.
2. Dar espacios y favorecer entornos de innovación abierta, colaborativa. Potenciar la innovación que nace del encuentro y la hibridación. La innovación que se basa en creatividad pero que es sobre todo sistemática y disciplina de aplicación de nuevas soluciones. Y esto es válido para un profesional del diseño, para una compañía de teatro o para una empresa textil. En las ciudades existen espacios creativos cooperativos en iniciativas

Condiciones de la ciudad creativa
Prioridad al talento
Espacios y procesos para la innovación abierta
Aplicar la innovación también a las administraciones
Tolerancia al binomio fracaso - aprendizaje
Apuesta por la calidad no autoreferencial
Vincular creatividad y negocio
Multiplicar la escala del conocimiento
Reconocimiento social de la creatividad, la innovación y el emprendimiento
Apuesta radical por la diferenciación
Captar la atención



Feria del Libro de Sant Jordi en Barcelona.

culturales y pueden existir espacios para el encuentro de dinámicas empresariales que multipliquen oportunidades compartiendo conocimientos y modelos de negocio abiertos.

3. Aplicar una cultura de la innovación transversal que incorpore a las empresas, pero también a universidades e instituciones (que normalmente hablan mucho de innovación pero pocas veces son capaces de aplicársela a ellos mismos). Las organizaciones que simplemente hacen de la innovación un discurso y no son capaces de desplegar un modelo propio de innovación, que no son capaces de aplicar la innovación a sus propuestas de futuro, tienen poca legitimidad para hablar de innovación. Las ciudades creativas son más creíbles si

están lideradas por instituciones innovadoras.

4. Entender que la innovación es riesgo y que el fracaso acompaña a menudo la innovación, entender que la lógica de fracaso-aprendizaje puede ser una base donde fructifique emprendimiento innovador sin miedo a una penalización excesiva del fracaso responsable. La innovación no se entendería sin sus falsos positivos y sus falsos negativos en el “pipeline” de innovación. Las ciudades creativas pueden acertar o fracasar en sus proyectos públicos o privados pero lo que no deberían hacer es permitirse no aprender, especialmente no aprender de sus fracasos. Cuanto más sonados los fracasos más intensos y sistemáticos deben ser los esfuerzos

por aprender y tener más capacidad para emprender e innovar otra vez.

5. Apostar seriamente por la calidad y desarrollar una gobernanza que acepte valorar la creatividad (especialmente la relacionada con los creadores locales) por criterios transparentes y asumidos de “expertise”, de aceptación o arraigo social o simplemente de mercado. No es lo mismo valorar la creatividad y disciplina de innovación empresarial finalmente validada por el mercado, que una iniciativa cultural que tiene diversas formas de ser evaluada en su realización práctica y a la que hay que aplicar referencias más o menos próximas, en función de si se acercan a criterios locales o se buscan criterios más amplios. No son parámetros comparables pero así como la innovación empresarial necesita del mercado para validarse irremediablemente, las ciudades creativas deben desarrollar sistema de gobernanza que aporten criterios para la valoración de sus propuestas de innovación cultural según un conjunto de criterios compartidos y mayoritariamente aceptados de lo que es calidad y merece ser respaldado y lo que debería entenderse simplemente como expresión personal o colectiva encomiable y particular. No todas las ciudades saben desarrollar esta gobernanza pero es una condición para las ciudades creativas.
6. Favorecer el encuentro de gente creativa (en tecnología, en artes plásticas o en cualquier actividad densa en conocimiento) con gente con sentido de negocio y de empresa. La innovación y el emprendimiento acostumbran a triunfar cuando se encuentran nuevas propuestas de conocimiento, de servi-

cios, de tecnología, de arte y sentido de negocio. El emprendimiento y la innovación es un trabajo de equipo como acostumbre a insistir J. Engel, profesor de la Haas Business School de Berkeley. La creatividad no es un camino seguro ni a la profesionalidad ni al éxito de la innovación empresarial. La creatividad necesita modelo de negocio para consolidar proyectos sólidos en el mercado o/y en la sociedad.

7. Potenciar la multiplicación de conocimiento y el salto de escala, potenciar a la gente que tiene capacidad de pensar en grande. Hay ciudades que solamente se reconocen en lo pequeño, en dimensión de nido. Pensar en grande es un desafío de trayectorias. La dimensión no solamente es un problema de mercado, que a menudo lo es, la dimensión nace también de actitudes, vocaciones y ambiciones y algunas ciudades son palancas para pensar en grande y otras son todo lo contrario. Y a pesar de la revolución de las comunicaciones y de la transformación absoluta que Internet ha provocado revolucionando las escalas mentales, hay ciudades que generan espacios, expresan redes y combinan talento que permite pensar a escala grande o otras orientan a lo pequeño, a lo local.
8. Estimular el reconocimiento social a los que son capaces de crear, de innovar, de emprender. La crítica es necesaria pero siempre es más fácil que el esfuerzo de creación o el riesgo del emprendimiento. No erigir monumentos a los que se constituyen en “peritos del bloqueo” tomando prestada una expresión de Ángel Gabilondo. Las ciudades, las

empresas, los proyectos culturales los construyen personas creativas que se arriesgan a la crítica y los exámenes de los mercados. Los otros las describen y en el mejor de los casos mejoran la creación o la percepción de la creación o simplemente la destrozan justa o injustamente. Pero crear está a otro nivel y eso debe contar en las ciudades creativas. El respeto al riesgo que comporta la innovación, llevar la creación al escenario o al mercado, debería ser más fuerte que la glorificación de aquellos que siempre encuentran un último matiz que les impide crear o apoyar el proceso de creación de otros. Reconocer socialmente a los creadores que se atreven es un verbo central en las ciudades creativas.

9. Entender la diferenciación como un camino que trasciende los tópicos y el “benchmarking” como religión. Las ciudades creativas crean su propio camino, son nodos, interaccionan intensamente y definen su modelo. Hay otras ciudades que solo consiguen consensos entorno a los tópicos, las ciudades creativas buscan el camino inverso. El camino de la diferenciación no se alcanza simplemente abrazando lo último que se divisa, es posible alcanzarlo de acuerdo con lo mejor de cada una de las trayectorias. Por ejemplo, en muchas ciudades se han empeinado en crear una industria de tecnologías de la información y la comunicación sin tener ninguna condición para ello, cuando la opción de densificar más el conocimiento de sus industrias tradicionales tendría mucho más sentido. La diferenciación no es una suma de modas, es el resultado de la innovación, que

es perfectamente posible sobre plataformas tradicionales.

10. Tomarse en serio la comunicación, captar la atención es un reto de primera división. Muchas ciudades se desesperan porque tienen la sensación que hay un gran desajuste entre sus esfuerzos por generar una oferta cultural sólida y el impacto que consiguen en los medios de comunicación. Esta es una sensación especialmente acusada en las ciudades que se perciben como periferias. Hacerse un hueco en los mapas internacionales de la creatividad, la cultura o la innovación no es nada fácil. Pero una vez, la diferenciación real puede dar más resultados que los esfuerzos por cazar el último mimetismo. El seguidismo no es garantía de impacto, es garantía de buscar la solución más en las ganas de copiar que de crear, y esto no debería formar parte del ADN de las ciudades creativas.

Las ciudades creativas e innovadoras se quejan poco y hablan a través de sus proyectos.

Notas sobre talento y ciudad creativa

La gestión del talento va a ocupar un espacio relevante entre las políticas públicas de las ciudades creativas. La gestión del talento ocupa un amplio espectro que va desde:

1. La **generación de talento**, basada en un buen rendimiento desde la escuela hasta la universidad.
2. La **maduración de talento** favoreciendo la maduración de algunas personas a través de una movilidad que les agregue valor profesional, creativo o empresarial.

3. La **captación de talento**, atrayendo a la ciudad creativa talento de otras ciudades para que desarrollen nuevos proyectos o contribuyan decisivamente a proyectos en marcha, para que impulsen la innovación o procesos de creación significativa.
4. La **retención de talento**, convenciendo a personas de talento que continúen desarrollando proyectos en la ciudad creativa, que sirvan para densificar la red de talento de la ciudad creativa.

La gestión de talento conlleva diversos problemas que empiezan por la propia definición o consideración de talento. A mi entender y sin entrar en disquisiciones académicas, las personas de talento son aquellas que aportan a sus organizaciones o proyectos por encima de la media y lo concretan en una consistente trayectoria de resultados. Las personas de talento se mueven y tienden a concentrarse en los nodos de talento puesto que creen que en nodos de talento van a poder desplegar mejor sus opciones y encontrar mejores oportunidades.

Por otro lado, el talento es escaso, lo que incrementa su valor y eventualmente su precio. Por ello, a menudo se compadece mal una administración que quiere

captar talento pero no puede alterar unos esquemas rígidos de retribución. Gestionar talento implica una gobernanza con capacidad de discriminar, mientras que todo el procedimiento administrativo parece fundamentarse en la no discriminación. Además, la meritocracia no es la práctica sistemática de promoción administrativa. Las contradicciones están servidas, mientras las administraciones gestionan fácilmente la construcción de infraestructuras (ni que a veces presenten sonoras desviaciones) tienen más dificultades para gestionar talento. Las personas son más difíciles de valorar y gestionar que el “ladrillo”.

Las ciudades creativas deben distinguirse por desarrollar una gobernanza que permita gestionar el talento en todas sus dimensiones y en el que maduren criterios que hagan posible que el talento sea la condición de los proyectos y las obras.

Veremos como con mucha facilidad muchas ciudades e instituciones adoptan el talento como un mimetismo más, pero solamente las ciudades creativas que quieran desarrollar plataformas de innovación consistentes madurarán sistema de gobernanza para atraer, retener, hacer madurar a los mejores. ♦

Este artículo fue publicado en el volumen 1 de la Colección Ciudades Creativas (2009) de Fundación Kreanta correspondiente a las I Jornadas sobre Ciudades Creativas organizadas por la Fundación Kreanta los días 26 y 27 de noviembre de 2008, en Sitges (Barcelona).

**CC
K**

Tendencias

La sociedad inteligente será hija de la política no de la tecnología. Apuntes innerarritianos

Alejandro Piscitelli



Espacio de realidad virtual de la exposición permanente de la Cité du Vin de Burdeos inaugurada en junio de 2016.

Por fin la era de las revistas (y de los libros) inteligentes

Después de mucho esperarlo, ya lo tenemos. En formatos embrionarios y tentativos. A veces atados con alambre, pero cada día con más contundencia y precisión. Por fin han aparecido (después de las máquinas y de los jabones) *las revistas inteligentes*. Ahí están las regias *Zite* y *Flipboard* para demostrarlo. En las huellas de *Google News*, pero con un diseño y con un criterio de selección llamativo. Apelando al *filtrado colabo-*

*rativo*¹, revisando permanentemente nuestra historia de lecturas, barriendo un espectro enorme de posibilidades cognitivas, hoy más que nunca pareceríamos estar en condiciones de poder

1 Como bien demostró Pariser en *The Filter Bubble* los algoritmos pueden dar lugar a tragedias del mal entendimiento fomentando el autismo epistemológico. El tema lo anticipó ya casi hace una década Cass Susstein (2006, 2007) en obras más que valiosas como *Repubblica.com* e *Infotopia*.

saber (y actuar acorde) más y mejor que nunca en la historia de la humanidad.

Ya no hay campo del conocimiento que se nos escape por más de un nanosegundo. Cualquier cosa podemos saberla y “tratarla” en tiempo record. Podemos informar y desinformar al mejor postor. Nunca sentimos tanto poder comunicacional, e incluso nos solazamos con la fantasía de su descentralización y distribución isomorfa entre los estratos más variados de la sociedad.

Pero aquí hay tanta realidad como ficción, tanta potencia como ilusión. Los problemas “duros” (sociales, políticos, económicos) no se disuelven porque cada día computemos más rápido, o porque 55 millones de personas hayan sido tocadas por la varita de la seducción de la Pad desde su alumbramiento en Marzo del año 2010, y pueden acceder a fuentes variadas de información como las revistas aludidas que solo “viven” en su seno. Aquí hay gato encerrado y para liberarlo necesitamos de los viejos y densos conceptos (provistos en este caso por filo/sociólogos como Scott Lash (2005), Bruno Latour (2008) y más en particular Daniel Innerarity, (2011) y de una mapeo e inmersión en los trabajos del paraíso/infierno del mundo digital. Empecemos.

La política y la tecnología. Dos velocidades que no se mezclan ni de casualidad

El problema con la tecnología es que va demasiado rápido. No sabemos muy bien para qué sirven tantos gadgets, aparatos, dispositivos, y antes de que hayamos aprendido a usar el 10% de sus disponibilidades (*affordances*), se vuelven obsoletos. Algunos gurús se esmeran por sustituirlos por versiones más *aggiornadas* y supuestamente más potentes y útiles,

y así se nos va acumulando chatarra tecnológica sin parar, y quedamos tan descontentos o “en pelotas” como antes, y los estantes y placares albergarán tantos juguetes que nos deslumbraron el día de su bautismo y que ahora han devenido inútiles por motivos de los más variados (desde las Sinclair y Commodore hasta las Palm, desde los Treo, hasta las Play Station, desde el primer iPhone hasta pronto las iPad 1 y 2).

El problema con la política es que va demasiado lenta. Sus promesas no se cumplen, sus vaticinios rara vez encarnan en bienestar colectivo, su comprensión de la dinámica ecológica, tecnológica, económica y hasta convivencial es harto precaria y con algunas excepciones, en general, quienes ganan una elección pierden la siguiente, y a quienes toman las medidas más antipáticas no les va ni mejor ni peor que a las que toman las simpáticas, porque cada tanto ante el descrédito de los que les siguen, ellos también vuelven.

Hay excepciones y momentos históricos particulares, pero cada día queda más claro que los votantes se encuentran tan sorprendidos e insatisfechos con sus gobernantes, como los mismos políticos que hacen malabarismos para husmear el aire del tiempo y ver de qué lado ponerse para no ser arrasados por los vientos de la historia, cada día más casquivanos e impredecibles (recordar las tragedias recientes de Túnez, Egipto, Libia y ahora Siria).

Para colmo quienes saben (o creen saber) algo de política desconocen por entero a la tecnología, a la ciencia, a las humanidades, a los discursos de la complejidad. Y viceversa quienes conocen (o creen conocer) de algunos de estos temas, o prácticas no se imaginan, no les inte-

resa, no pretenden ni se ocupan de bajar a la tierra de la confusión, las demandas contradictorias y la barbarie cotidiana, esos secretos arrancados a la naturaleza o a la historia, en prístinos laboratorios, o en silenciosas cavernas de la meditación, pero que rara vez subsisten en el barro de la vida cotidiana, es decir de la política.

El conocimiento no cambia el comportamiento

Cada día estamos más convencidos. El conocimiento no cambia el comportamiento, algo que queda demostrado recabando ejemplos hoy ya emblemáticos La escalera de la serie *Funtheory.com*, los ejemplos de intervención de *Improv. everywhere, we cause scenes* y los maravillosos aportes de los hermanos Dan y Chip Heath, en especial los incluidos al comienzo de su obra *Switch*.

Daniel Innerarity, profesor de la Universidad de Zaragoza, se entremezcla en estas propuestas y nos invita a renovar el diálogo con una frase contundente con la que abre su obra más reciente *La democracia del conocimiento*: “*el conocimiento más que un medio para saber, es un instrumento para convivir*”. Su función más importante no consiste en reflejar una supuesta realidad objetiva, adecuando nuestras percepciones a la realidad exterior, sino en convertirse en el dispositivo ardoroso a la hora de configurar un espacio democrático de vida común entre los seres humanos².

2 Si la primera noción venía por el lado de pensar la idea del conocimiento, la segunda nos emparenta en el uso de dispositivos para cambiar los comportamientos, mientras que la tercera conexión nos viene por el lado de aumentar los espacios democráticos en una línea que nos vincula en forma directa con el Fernando Flores (co-autor, con Charles Espinosa & Hubert Dreyfus, 1999) de *Disclosing New Worlds*:

Para Innerarity nuestros principales problemas colectivos no son (como muchos queremos creer) problemas de falta de voluntad, de decisión o de inmoralidad. Se trata básicamente de fracasos cognoscitivos que tienen su origen en una organización deficiente del conocimiento desde el punto de vista de su legitimidad democrática.

Sociedades del desconocimiento

El problema fundamental de las sociedades del conocimiento es que nos vuelven a todos más tontos, el contraste entre lo que sabemos y lo que deberíamos saber es tan enorme que las nuestras, antes que ningunas otras, son auténticas sociedades del desconocimiento. Ahora sabemos porque el progreso de la ciencia no hace más fácil (al revés lo vuelve mucho más difícil) la comprensión del mundo. Lo que pasa es que el saber transforma la información en complejidad. Cuanto más complejo es un sistema más inevitable resulta aceptar sin comprender.

El saber humano se duplica cada cinco años y el entrelazamiento de hechos, relaciones, contactos, artefactos, mediaciones e interconexiones termina más rápido que lentamente en la inabarcabilidad. Sabemos que todo está conectado con todo (la célebre “*pauta que conecta*” batesoniana (Bateson, 1976)) pero eso es casi todo lo que sabemos. Sobre las relaciones concretas y causales nuestro desconocimiento aumenta cada día. A esta perplejidad teórica debemos sumarle su equivalente en la práctica, es tal el exceso de opciones que cada día resulta más difícil tomar decisiones (*Paradox of choice*) ya que simplemente nos parali-

Entrepreneurship, Democratic Action, and the Cultivation of Solidarity.



Viola impresa en 3D en el Centro Metropolitano de Diseño de Buenos Aires.

zamos y dejamos de operar (*Paradoja del asno de Buridan*).

La información y la comunicación masivas informan sin orientar, hay una escasez que impide poder tomar decisiones en un mar de abundancia de datos indiferentes a las elecciones que podrían mejorar nuestro bienestar. El mundo, porque está atravesado por información irrelevante pero superabundante, se ha vuelto transparentemente extraño.

Incapacidad de gestionar la complejidad

La complejidad mal gestionada se convierte en la nueva forma de la ignorancia. ¿Qué hacemos cuando no sabemos qué es lo que debemos hacer? Como no hay información sin interpretación, lo que falla actualmente es nuestra capacidad exegética y hermenéutica que está siendo sustituida por una mera apología inútil

de los datos, o peor aun, por ciertas míticas/místicas, epopeyas que transforman cualquier hecho en un capítulo ya escrito desde siempre por/en la novela hegeliana.

Vivimos en una sociedad que es mucho más inteligente que cualquiera de nosotros en forma aislada (crítica a la trascendencia del saber experto, Surowiecki, 2003). No solo la sociedad sabe más que cada uno de nosotros, especialmente los titulados, sino que también las máquinas inteligentes (ya hay muchas compañías que ganan dinerales usando algoritmos incluyendo a *Google* y a *Amazon*, pero también a extraños frankensteins como *Bluefin*) empiezan a competir por una “comprensión” del mundo que no entiende nada, pero opera como si lo hiciera, con bastante éxito.

Hemos perdido el contacto directo con el mundo y todo saber se nos presenta como experiencia indirecta. El rumor es

el estado general del saber mediático. El ciberespacio es una cocina de rumores frente a las cuales revistas como *Hola* deben palidecer de rubor por ineficaces y esquemáticas.

Reactualizando al ciudadano Kant

Nuestra vida le hace un eco lejano a Kant cuando el habitante ilustre de Koenisberg afirmaba que “*el yo no puede acompañar a toda nuestras representaciones*”. En la era de la microelectrónica estamos rodeados de cajas negras para las cuales no hay acceso intuitivo alguno, y la sociedad en su conjunto es una *matrioska* que engloba a esa infinidad de otras cajas negras en una regresión sin fin.

Los gadgets de la sociedad multimedia son prótesis de lo que ya no se comprende. Hemos perdido esa nostálgica relación con el mundo que Heidegger bautizó como “*a la mano*” (*Zuhandenheit*), esa realidad no problemática al uso de todos.

Nos sometemos a lo que no entendemos para usarlo, la comprensión ha sido sustituida por la aceptación. Pero ello no necesariamente es malo. Hemos pasado de la división del trabajo a la división del saber. Nos hemos acostumbrado a tomar las cosas “*at interface value*” (confiamos en el plano de su intersección). Vivimos en el reino de la fragilidad fingida o del fideísmo del cliente. Paradójicamente esta sumisión supone un enorme incremento de nuestra libertad. Porque la tecnología introduce un automatismo que no es interrumpido por la decisión³.

3 La lectura de Innerarity se apoya muchísimo en autores alemanes conocidos (Luhman, Marcuse, Heidegger, Habermás, Gehlen, Benjamin, Gadamer, Schutz, Wittgenstein, Beck...) y en otros mucho menos conocidos (Marquard, Stehr, Weick, Wilker, Krohn, Wehling), pero también menciona muchas veces a Scott Lash

Contrariamente a los tecnofóbicos, esta forma de ignorancia informada no es algo negativo (que habría que exorcizar convirtiéndonos en poetas, rechazando la electricidad, viviendo en cabañas en el bosque y desconectándonos del aprendizaje del hechicero en el que se habría convertido Internet). Aunque los tecnófobos lo olviden debemos conquistas irrenunciables a las cosas que piensan por nosotros. En una formulación paradójica e irónica resulta ahora que el progreso civilizatorio no es impulsado por lo que piensan los seres humanos, sino justamente a la inversa porque esos procesos mecánicos nos ahorran de pensar (Latour, 2007).

El saber no se tiene, es una actividad, exige apropiación y no solo consumo. El principal desafío que tenemos es por lo tanto simplificar inteligentemente al mundo. Por eso –inesperado y gracioso argumento– es más que probable que los libros tengan muchos futuros, porque se trata de empaquetamientos “filtrados” de información mundana. El trabajador del futuro es un diseñador de información o sea una clase de persona que se dedica a la búsqueda de las preguntas correctas. Hay que aprender el arte de preguntar como la mejor técnica para reducir la complejidad y decidirnos por lo verdaderamente significativo.

Así las cosas los principales objetivos de la formación en una sociedad del conocimiento son gestionar la atención y aniquilar la información. Cada día es

(uno de los compañeros de ruta de nuestra Cátedra de Procesamiento de Datos en la Universidad de Buenos Aires). Y aunque no conoce aparentemente a Baricco (2008) sus posturas le son increíblemente afines. ¿Qué decir sino de la idea según la cual la competencia no se adquiere mediante la lectura de las instrucciones sino mediante el placer del uso?

más importante el arte de olvidar adecuadamente. Mientras, hay que pasar de una gestión de conocimiento excesiva, pensada desde la perfección y la completitud, a una selectiva. Tenemos que salir adelante con saberes incompletos, fragmentados, frágiles y sobre todo distribuidos. Algo que curiosamente es posible (además de deseable).

El desorden tiene reglas que el orden no conoce

Este tipo de planteos⁴ revela su filiación con las teorías del caos, la disipación, las catástrofes y tantas otras que venimos trasegando desde mediados de los años setenta convertidas por Innerarity en poética de la excepción⁵.

Al subrayar la arbitrariedad del orden en lo que tiene de inútil o de ridículo, el saber es pensado como algo que no puede organizarse significativamente, como algo monstruoso. En vez de victimizarnos tanto, o de sobreenfatizar el lado trágico de nuestro estar (confundidos) en el mundo, estas referencias enfatizan la comicidad de la situación en la que nos encontramos los seres humanos en las sociedades del conocimiento.

Los sistemas de clasificación mutan. Las catedrales arquitectónicas previstas en los

sistemas de clasificación universal como el CDU de Milton Dewey difícilmente soportan su etnocentrismo (Weinberger, 2007). Los sistemas de ordenación constituyen un sistema de representación del saber. Pero hoy ya no contamos (ni nos interesan) las clasificaciones cerradas de un Petrus Ramus o de un Porfirio, sino que nuestros modelos son la red, el *mind map* o el rizoma, superando a los anteriores carcomidos por su exceso de jerarquización y de simplicidad la mismo tiempo.

En Internet ningún motor de búsqueda necesita de una jerarquización de los conceptos (el modelo de ontología cerrada de *Yahoo* hace rato que ha quedado muerto y enterrado). De todo este universo nos estamos despidiendo. Alessandro Baricco (2008) lo expresó con vehemencia y enorme poder de convocatoria) de la idea de UN orden cultural en el que cada cosa tiene (trascendentemente) un sitio incuestionado: *“También en el orden del saber la tranquilidad es siempre engaño, una tregua con fecha de caducidad”*.

¿Qué significa seguir una regla?

Como siempre ni tanto ni tan poco. De lo que se trata es de saber *“qué significa seguir una regla”* y Kant y Wittgenstein tienen mucho para decir al respecto. Gracias a ellos sabemos que al final de una serie de razones hay una espontaneidad de la acción atada a la volatilidad del contexto. Después de todo hacerse cargo del contexto (algo para lo cual las máquinas son tan poco útiles, salvo que se llamen *Wally*) es la operación más propia de la inteligencia: *“hay cosas verdaderas pero importunas, otras eran verdaderas y ya no lo son: algunas son verdaderas y nadie lo sabe; además de lo verdadero existe lo relevante, lo significativo, lo interesante”*. Si la

4 Retomando anticipaciones que vimos hace años o décadas atrás en el George Balandier de *El Desorden*, o en *Ensayos sobre el desorden* de Xavier Rupert de Ventós, y también por último en Eric Abrahamson y David H. Freedman *Elogio del Desorden*.

5 La referencia de Innerarity a la cita que Michel Foucault (1968) hace de la enciclopedia china de Borges y sus propuestas de clasificaciones fantásticas propuestas a los bibliotecarios por parte de Paul Braffort en las bibliotecas invisibles oulipianas son claramente ejemplificadoras de este estado de desorden creativo.

aplicación de la reglas resulta imprecisa, hay que definir la creatividad como una poética de la excepción.

Llega el momento de mostrar como la repetición (algo que predomina en el mundo de los niños para quienes un cuento contado de nuevo es un cuento nuevo) es imposible en el mundo adulto (el encuentro fallido o la cita perdida lacaniana) con su insistencia en lo particular, convierten a toda ciencia y a toda praxis en una tarea interpretativa (el famoso “*todo caso es otro*” de Derrida), para finalmente promover la gestión de la excepción.

La sociedad del conocimiento entre la realidad y la fantasía

Estamos hartos de que se habla de que la nuestra es una sociedad del conocimiento. Porque la mayoría de las veces quienes dicen vivir en ellas no hacen más que pontificar, no tanto acerca del mundo del pasado en el que vivimos, sino de la sociedad en la que deberíamos vivir. Más que de mecanismos estamos (Varela dixit) hablando de apariencias, más que de realidades estamos hablando de deseos, pero en un caso como en el otro se trata de realidades inexistentes y de deseos impracticables.

Como vivimos en una era de las paradojas e incertidumbres tenemos que desconfiar de todas las certezas empezando por las nuestras. El siglo xx se ha caracterizado por una búsqueda de saber y de respuestas totalizadores. Nadie como el gran Edmund Husserl con su sueño frustrado de una fenomenología absoluta, puede dar testimonio de ese viaje frustrado.

Pero así como los teoremas de incompletitud dieron por tierra con las aspiración de control y dominio por parte de la ciencia (aunque hemos tardado un siglo en anoticiarnos, después de todo el Teorema

de Gódel data de la década de los treinta), el propio Husserl al final de su vida pronunció descorazonado una sentencia de muerte sobre el esfuerzo teórico de toda su vida “*La fenomenología, ese largo sueño dogmático ha acabado*”.

La ignorancia como oportunidad para la acción creativa

Contrariamente a lo que sintieron Frege, Husserl y tantos otros⁶ podemos entender a la ignorancia no como un mero déficit en la toma de decisiones, sino como una oportunidad para la acción creativa. Ciencia y tecnología se dan vuelta como un guante y se convierten en fuente de poder... para los otros (*crowdsourcing* Howe, 2007), y de estabilización de las creencias y de los dogmas, y dan lugar a revueltas por doquier hasta terminar en los movimientos masivos actuales de protestas, indignados y cubierta, del año 2011, de la revista *Time*.

Las nuestras son sociedades a la medida del saber incompleto y con ello deberemos lidiar. La gestión del conocimiento y sus tareas descollantes como la elaboración de la información, el análisis simbólico y la acción creativa se convierten en marcas (deseables) de la tarea a la que somos convocados todos los ciudadanos del siglo xxi.

Los componentes cognitivos de la acción están cada día más determinados por vivir en un mundo compuesto de saber testimoniado por: nuevos espacios de negocios en el tercer sector, expansión de nuevas tecnologías, aceleración de los procesos

6 El panfleto de Lyotard *La condición postmoderna* de 1984 recapitula la desgracia de la teoría totalizadora como narrativa, hablando, quizás demasiado prematuramente de la muerte de los grandes relatos.



Tienda Apple integrada en el espacio público en la ciudad francesa de Aix-en-Provence.

de innovación, creciente significación de las prácticas de cálculo, y el cambio en la forma y el contenido de las calificaciones: *“La sociedad del conocimiento se define por la institucionalización de mecanismos reflexivos omnipresentes que se convierten en instrumentos de aprendizaje de la sociedad”*. Debemos así añadir a los eslóganes en boga uno adicional *“experiencia activa”* (que hace eco a la noción de Hannah Arendt de *“vita activa”* pero con un sentido mucho más social, tecnologizado y de intervención político-personal).

El diseño de dispositivos persuasivos

Y aun así recuperando el poder devastador de la crítica presente en autores como Lash, como Latour, como Innerarity, si lo que realmente nos interesa es el cambio de los comportamientos deberemos autoextraernos (como los personajes del

Barón de Munchausen) del fango tirando de nuestros propios cabellos para intervenir más activamente en el diseño de nuevas prácticas sociales (especialmente las educativas y todas las relacionadas con la transformación de los otros).

Solo que ahora sabemos que el comportamiento no se cambia enunciando la necesidad de que por fin acaezca, sino que es necesario diseñar dispositivos de persuasión que provoquen empatía, desacuerdos, rupturas cognitivas, descargas de serotonina, mutaciones en/ de los neurotransmisores y que por fin el decir se vea acompañado del hacer y viceversa. En esto estamos y a ellos convocamos con la convicción que nos dan los proyectos recientes que hemos llevado a cabo como el Proyecto Facebook, el Proyecto Rediseñar, Proyecto el 1@1Sarmiento y otras vetas que estamos entreviendo y entreabriendo. ♦

Bibliografía

- ABRAHAMSON, E., y FREEDMAN, D. H. *Elogio del Desorden. Armarios atiborrados, despachos desordenados y planes improvisados pueden hacer del mundo un lugar mejor*. Barcelona, Gestión, 2000, 2007.
- BALANDIER, G. *El Desorden, la teoría del caos y las ciencias sociales. Elogio de la fecundidad del movimiento*. Barcelona, Gedisa, 1993.
- BARICCO, A. *Los Bárbaros. Ensayos sobre la mutación*. Barcelona, Anagrama, 2008.
- BATESON, G. *Pasos para una ecología de la mente*. Buenos Aires Lohle, 1976.
- BRAFFORT, Paul. Bibliotecas invisibles oulipianas <http://mexiqueculture.pa.ges-perso-orange.fr/nouvelles6-cuarenta.htm>
- RUBERT DE VENTÓS, X. *Ensayos sobre el desorden*. Barcelona, Kairós, 1986.
- FLORES, F., DREYFUS, H. L. y SPINOSA, C. *Disclosing New Worlds: Entrepreneurship, Democratic Action, and the Cultivation of Solidarity*. The MIT Press, 1999.
- FOUCAULT, M. *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. México, Siglo XXI, 1968.
- HEATH, D. y CHIP. *Switch. How to Change Things When Change Is Hard*. New York, Crown Business, 2010.
- HOWE, J. *Crowdsourcing. Why the power of the crowd is driving the future of business*. New York, Crowne Business, 2008.
- INNERARITY, D. *Democracia del Conocimiento. Por una sociedad inteligente*. Barcelona, Paidós, 2011.
- LASH, S. *Crítica de la información*. Buenos Aires, Amorrortu, 2005.
- LATOUR, B. *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires, Manantial, 2008.
- LYOTARD, F. *La condición postmoderna*. Buenos Aires, Red Editorial Iberoamericana, 1991.
- PARISER, E. *The Filter Bubble What the Internet Is Hiding from You*. New York, Penguin Press HC, The, 2011.
- SUROWIECKI, J. *The wisdom of the crowds*. New York, Anchor, 2003.
- SUNSTEIN, C. *Republica.com. Internet, democracia y libertad*. Barcelona, Paidós, 2003.
- SUNSTEIN, C. *Infotopia How Many Minds Produce Knowledge*, 2006.
- WEINBERGER, D. *Everything Is Miscellaneous: The Power of the New Digital Disorder*. New York, Holt Papers, 2007.

**CC
K**

Experiencias

De Matrix a Ático

Germán Rey



Fachada del edificio Ático en Bogotá.

MATRIX fue primero un nombre. Mientras llegaban las pantallas y los computadores de la isla de edición a la sala que los acogería en la Universidad Javeriana de Bogotá, escuché, de un grupo de estudiantes que se asomaban con curiosidad al nuevo espacio, el comentario que daría lugar al nombre: “Esto se parece a MATRIX”. No es frecuente que los estudiantes se asomen hacia el adentro de las aulas de clase; lo que ocurre es precisamente lo contrario: desde el adentro contemplan con ansiedad el afuera. MATRIX era un espacio espesa, un caldo de cultivo en que se entremezclaban sonidos y visualidades, formación y entretenimiento,

disciplina e intercambio. Por primera vez, podíamos transgredir algunas costumbres que han conquistado una gran hegemonía en la escuela: una de ellas la transformación del espacio del aula de clase en laboratorio, una evocación a la vez física y metafórica, con una amplia tradición arraigada en las sonoridades y el mundo de las imágenes. Más que una referencia espacial, MATRIX era para nosotros una adecuación simbólica, una imagen que podía ser habitada. Por eso, recurrimos en el laboratorio a algunas figuras icónicas del cine, para acentuar, por una parte, que el significado del espacio podía provenir de lo imagina-

rio y que, por otra, ese mismo espacio tenía muchos personajes e innumerables incidencias narrativas en la historia de lo audiovisual.

Las figuras del laboratorio

La existencia del laboratorio pertenece por igual a la memoria, la ciencia, la literatura y el cine. El laboratorio, en la obra de Mary Shelley, la autora de *Frankenstein*, es un lugar de excitación, de promesa a punto de cumplirse, de transfiguración que hace existir seres que finalmente se escapan de las manos. “Durante casi dos años –se lee en la novela– había trabajado infatigablemente con el único propósito de infundir vida en un cuerpo inerte. Para ello, me había privado de descanso y de salud. Lo había buscado con un ardor que superaba toda moderación”¹.

Normalmente, el laboratorio tiene como una de sus propiedades el control de todo lo que en él sucede, y la replicabilidad universal de sus experimentos. En el laboratorio del doctor Frankenstein, por el contrario, la criatura se escapa del control y la réplica es un imposible moral. Así, el laboratorio es un lugar de conflictos éticos, de cumplimiento o trasgresión de los límites, de alucinación ante la omnipotencia de la creación. El laboratorio conduce más allá a la voluntad, la desgarrar hasta el delirio, rompe en trizas las intenciones que desnudan la fragilidad de nuestras barreras. El científico vive atormentado por su creación. En uno de los episodios más dramáticos de la novela, la criatura le pide al doctor Frankenstein que le cree su pareja: “Lo que te pido –dice el monstruo– es razonable y justo; te exijo una criatura

del otro sexo tan horripilante como yo: es un consuelo bien pequeño pero no te puedo pedir más, y con eso me conformo. Ciertamente es que seremos monstruos alejados del resto del mundo, pero eso precisamente nos hará estar más unidos el uno al otro. Nuestra existencia no será feliz pero sí inofensiva, y se hallará exenta del sufrimiento que ahora padezco. ¡Creador mío, hazme feliz! Dame la oportunidad de tener que agradecer un acto bueno para conmigo; déjame comprobar que inspiro la simpatía de algún ser humano; no me niegues lo que te pido”². Y a continuación promete irse a los lugares “más salvajes de la tierra”. Nada más ni nada menos, que “a las enormes llanuras de América del Sur”.

En la película *Frankenstein*, protagonizada por Boris Karloff en 1931, hay una escena en que el doctor, encerrado en su laboratorio, entre máquinas que destellan y los truenos de una terrible tormenta, es decir, entre el tremor de la ciencia y la furia de la naturaleza, asciende a la criatura en una camilla metálica, hacia la energía de los relámpagos. Una bella metáfora telúrica, energética y ascensional de la creación. Cuando lo baja a tierra, la cámara se dirige hacia una de las manos de la criatura, que con lentitud empieza a moverse entre los gritos del científico.

En *La mosca*, la película de David Cronenberg, Seth Brundle, experimenta en teletransportación. La película, que comienza con la teletransportación fetichista de la media negra velada de la protagonista, finaliza con el horror del científico convertido en un monstruo deforme, que se llama a sí mismo, Brundlemosca, el resultado de la fusión entre

1 Mary W. Shelley, *Frankenstein*, Buenos Aires: Longseller, 2004, página 79.

2 Mary W. Shelley, *Frankenstein*, Buenos Aires: Longseller, 2004, página 207.

lo humano y lo animal. En una de las escenas, el monstruo le dice a su amiga, desde un rincón sombrío de su laboratorio: “Los insectos no tienen política. Son brutales. No tienen compasión. No transigen. No podemos confiar en un insecto. Me gustaría convertirme en el primer insecto político”³.

En *Eduardo Manostijeras*, de Tim Burton, el inventor, interpretado por Vincent Price, que además actuó en *La Mosca* (1958) y después en *The Hilarious House of Frigtenstein* (1971), aparece en medio de un laboratorio con inmensas ruedas dentadas, muñecos de ojos rojos que amasan la harina con sus manos, batidores y payasos-fuelle que hornean galletas. Una de ellas, en forma de corazón, la colocará el inventor sobre el muñeco de lata.

El laboratorio es prueba, mezcla, precipitado. En el laboratorio se experimenta, se está a la búsqueda, se crea. Posiblemente esta sea una de las razones más sobresalientes de un laboratorio: en él la creación es un empeño alcanzable, que se enfrenta a la naturaleza a través de la razón que desentraña sus misterios. El laboratorio ha sido una de las invenciones más profanas, porque se inmiscuyó en un terreno en que solo sobrevivía Dios. “Numerosos teólogos y metafísicos han ido tan lejos como para discernir en la absoluta equivalencia entre Dios y el acto de crear, el único límite para la libertad de Dios: este no puede sino crear”, dice Steiner, en su *Gramáticas de la creación*⁴.

Por eso, a pesar de que existieron alquimistas en los tiempos medievales, en los que el crecimiento personal era el nombre más de un proceso que de un resultado, según lo anota Mircea Eliade, el laboratorio es un asunto moderno, que se alzó desde la magia hacia la ciencia, como se confirma en la historia de la Florencia de los Médicis. A su manera, laboratorio y democracia, pertenecen a un mismo terreno. Y vale decir, aunque suene extraño, que también democracia y monstruosidad. “La democracia –dice Paolo Flores D’Arcais– es “un sistema frágil y contra natura”. Quizá, algo de esto, puede ser una clave para entender por qué los neoconservadores quieren retornar a un creacionismo a ultranza. La experimentación, por el contrario, se expandió más allá del campo de ciencias como la química, la biología, la hidráulica o la física, para actuar en la música, las artes plásticas, el vídeo, el teatro o las tecnologías.

MATRIX después de pocos años se disolvió. Esta impresión de fugacidad y de disolución, de pérdida de peso e inclusive de ruptura de lo entrañable fue muy interesante al ser vivida en el entorno de lo perdurable. Desde entonces supe que la experiencia tecnológica transmuta a la experiencia pedagógica, sin que aun pueda explicar seriamente qué sucede con los habitantes de estos laboratorios que provienen de flujos tecnológicos que emparentan sus realidades cotidianas con las simulaciones, creaciones y artificios que realizan a diario en el nuevo contexto de ÁTICO.

La flexibilidad adaptativa del laboratorio

ÁTICO es una plataforma multimedial conectada electrónicamente, en la que

3 *La Mosca* (1986) Dirección de David Cronenberg.

4 George Steiner, *Gramáticas de la creación*, Siruela, 2001, página 28.

es posible crear cine y televisión, diseño, animación, arquitectura, información, artes electrónicas, música, sonidos y artefactos virtuales. La plataforma se conecta con la universidad y su generación de conocimiento, pero también con la ciudad y el país. Posiblemente, la mejor metáfora para hablar de esta plataforma sean las profundidades marítimas, con sus oscuridades y sus luces, pero sobre todo con el lento movimiento de sus habitantes, incluidos aquellos que a simple vista no parecen tener vida como las estrellas de mar o los corales. Esta flexibilidad adaptativa es fundamental para que la plataforma no se convierta en un sitio rígido y pierda su capacidad de entender y procesar los aportes creativos externos, mientras que el laboratorio incorpora lo aprendido y genera su propia energía creativa.

Animado por la idea de *laboratorio* y más aun de *"colaboratorio"*, ÁTICO intenta superar el concepto de prestación de servicios o de prácticas, que subraya su carácter de lugar vacío, de no lugar, en el que se producen visitas, pero no afinidades y en el que la energía creativa externa llena por momentos sus salas que después quedan desiertas y soladas. La energía externa, como capital cognitivo y de la sensibilidad, es imprescindible para que la plataforma funcione, siempre y cuando posea sus propios mecanismos de creación y de asimilación del conocimiento, el arte y la información. De esta manera, el laboratorio se autoabastace. Las conexiones que lo permiten son mucho más que vínculos de conocimientos; son también de sensibilidades y sobre todo de perspectivas sociales. La relación de ÁTICO con grupos audiovisuales populares, se conecta con el Festival Internacional de Cine y Vídeo Alternativo

y Comunitario "Ojo al sancocho" y este a su vez, facilita que el grupo musical nasa Wejxakiwe grave dos demos en su estudio de grabación. La red tejida es mucho más que una simple cadena de producción y el laboratorio más que un típico espacio de grabación. De esta manera, sin cerrar los ojos a las industrias creativas, lo que se espera que suceda en el laboratorio es mucho más que las concatenaciones formales determinada por las lógicas comerciales. Además de construir una tradición se logran proximidades selectivas mientras que el intercambio de lo diverso promueve una rica experiencia de conversación y diferencia.

Lo reticular es el mejor modo de expresar el propósito de ÁTICO. Es reticular su plataforma atravesada por laboratorios digitales de sonido, redacciones hipermediales de periodismo o espacio de animación experimental. Es reticular, la intersección de disciplinas que lo originaron: la arquitectura, el diseño, la electrónica, la comunicación, el cine, la música, la ingeniería de sonido y las artes como también las combinaciones entre la diversidad de tecnologías y los saberes ancestrales, las manifestaciones de la cultura popular y las innovaciones artísticas. La interdisciplinariedad, que ha naufragado tantas veces en diálogos infructuosos y encuentros imposibles entre disciplinas, se ha hecho mucho más fluida y real en el entorno de estas plataformas multimediales, en que son frecuentes las interacciones entre ingenieros de sonido, diseñadores, productores de realidad aumentada o 3D y artistas electrónicos, embarcados en proyectos en que sus experiencias se complementan y sus diversas estéticas se entrecruzan. Son, probablemente, experiencias menos durables que las que se pretendía



Taller en Ático.

en el pasado, más episódicas y hasta coyunturales, pero más flexibles a las mezclas y los cambios. Los laboratorios tecnológicos son, a la vez, laboratorios sociales y culturales, que, como sucede en ÁTICO, entremezclan la creación digital de los arhuacos, kogui y wiwas (tres pueblos ancestrales que viven en la Sierra Nevada de Santa Marta) con los experimentos de los jóvenes arquitectos que proponen espacialidades virtuales donde antes solo existían acercamientos físicos. “En un lugar secreto de la Sierra –dijo uno de los Mamos o líderes espirituales– está el dios de las imágenes, que es el mismo dios de los espejos”. En los primeros, las tecnologías que “roban” el alma, son reinterpretadas al establecer conexiones simbólicas de las cámaras o los aparatos de sonido con sus cosmologías, mientras que en los segundos, la noción de espacio se enriquece de opciones que la descripción física no permite. “Ahora soy un editor digital”, me dijo un día un indígena arhuaco que trabajaba como maestro de obra y que estaba dedicado

a la compleja tarea de compatibilizar digitalmente lenguas densamente metafóricas con la duración temporal de las grabaciones audiovisuales.

Lo que observo a diario en la gran cantidad de jóvenes que participan en el laboratorio, es un redimensionamiento del conocimiento y por supuesto de los aprendizajes y la enseñanza, una familiaridad entre los *software* de finalización y posproducción con lo ilusorio y las maneras contemporáneas de apreciar la realidad, una predisposición a elaborar paisajes sonoros inéditos y una muy fuerte sintonía entre la sensibilidad y los supuestos mundos de la apariencia. En el laboratorio se hacen evidentes las diversas pertenencias de los creadores y, por tanto, también, las precariedades, las dificultades laborales y hasta los cercos sociales de pobladores que han migrado, expulsados por la pobreza y las violencias. Uno de ellos, que pertenece a un colectivo audiovisual, me hablaba de las “fronteras invisibles” de su barrio en la Comuna 13 de Medellín, que no

podían ser atravesadas sino arriesgando sus vidas. Vino a ÁTICO para conectarse con las nuevas tecnologías y regresar a su semillero de niños en la Comuna. En el contexto de las tecnologías —y ha sido la experiencia reafirmada por ÁTICO— es posible el diálogo entre las diversas formas de creación y las difíciles procedencias sociales de sus productores. Por ello, se juntan el diseño de un Museo Itinerante de la Memoria de Montes de María (una región duramente golpeada por paramilitares, guerrilleros y narcos que desea ser un lugar de la oralidad, de las imágenes que retornan a terribles momentos del pasado y la dignidad de las víctimas y sus sobrevivientes) con un Diplomado de Documental promovido por organizaciones de jóvenes de Ciudad Bolívar, la zona más pobre de Bogotá.

La economía de la cultura —y de ello tenemos innumerables ejemplos en Iberoamérica— no pasa solamente por los circuitos y las cadenas formales de la industria creativa, sino también por la creación descentrada y periférica de pobladores y barriadas. Un festival como “Rock al Parque” de Bogotá, el más antiguo y el más importante evento público de su naturaleza en América Latina, no es en nada ajeno a los movimientos de bandas de rock que crecen en las diversas localidades de la ciudad⁵. Al mismo tiempo que esto sucede, un productor musical profesional calibra el funcionamiento de nuestro estudio de grabación, se encuentran diseñadores de moda con ilustradores de carteles y expertos en luces demuestran que la iluminación más

precisa puede hacerse con una economía de la técnica.

ÁTICO es un lugar de pensamiento, formación, investigación, creación, emprendimiento, memoria y equidad. Uno de sus peligros es caer en la seducción de los aparatos y de las tecnologías eludiendo la necesidad de pensar lo que está ocurriendo internamente, por ejemplo en términos de lenguajes y experiencia, y sobre todo, explorando las conexiones múltiples del laboratorio con la vida de la ciudad y los procesos del país. Los grandes retos de la formación de los estudiantes no están solo en el dominio de la técnica o en la construcción de narrativas, sino también en el intercambio de los saberes y en la capacidad de interlocución que descentre los ejes disciplinares.

ÁTICO es un lugar de investigación sin investigadores ni profesores, lo que lo convierte en extraterritorial a los caracteres universitarios habituales y el funcionamiento académico más tradicional. Pero quizás aquí esté en parte su posibilidad. Dialoga con el entorno universitario, enfatizando su diferencia: hay diseñadores, generadores de contenidos y creativos. Su especificidad no está en que en ÁTICO se realicen artefactos virtuales para poner a prueba la enseñanza tradicional sino en que muestra otras opciones educativas, que probablemente no reemplazan sino complementan. Los laboratorios de robótica, visualización científica y videojuegos, animación experimental, simulación digital de territorios, odontología y diseño y biomecánica del pie del diabético son a su vez nichos y ensamblajes del “colaboratorio”. Falta aun comprobar cómo se puede establecer una colaboración imaginativa y provechosa entre los diferentes laboratorios sin que renuncien a su particularidad.

5 Germán Rey, *Los sentidos despiertos. Públicos y apropiación de la música, la danza y el teatro* en Bogotá, Bogotá: Orquesta Filarmónica de Bogotá, 2010.

Como lugar de la creación respeta las opciones individuales y los esfuerzos colectivos, como el que recientemente promovieron dos jóvenes ingenieros de sonido de la Facultad de Artes al grabar el Réquiem de Mozart con 120 estudiantes en escena o el que hacen a diario productores de vídeo en las salas de finalización. El emprendimiento es la posibilidad de convertir la experiencia en acción e inclusive en opción (laboral, productiva) y nada más contradictorio

en la época de las tecnologías (“nada dura”), que la fugacidad y evanescencia de la memoria que contrasta con la enorme capacidad de “teras”, archivos informáticos y “nubes”. Finalmente el laboratorio es un espacio de equidad es decir de entrecruce y apropiación cultural de quienes están alejados de las tecnologías, o de quienes agregan otra exclusión a las que viven habitualmente. La apropiación les permite reconocerse y les abre posibilidades de expresarse. ♦

Este artículo fue publicado en el volumen 5 de la Colección Ciudades Creativas (2013) de Fundación Kreanta correspondiente a las V Jornadas Internacionales Ciudades Creativas organizadas por la Fundación Kreanta y la Secretaría de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín del 2 al 6 de octubre de 2012, en Medellín (Colombia).

CC
K
Autores

Pier Luigi SACCO

Es catedrático de Economía de la Cultura de la Universidad IUAV de Venecia. Jefe del Departamento de Arte y diseño y Vicerrector de Comunicación y Publicidad de la Universidad IUAV de Venecia. Sus principales ámbitos de estudio son: la economía de la cultura, la economía de las artes visuales contemporáneas, los mercados e instituciones del arte, los modelos de desarrollo local fundamentados en la cultura, la responsabilidad social corporativa, la teoría de juegos, los modelos evolutivos sociales y culturales. También es director científico de Goodwill, una consultora estratégica de recaudación de fondos, planificación del desarrollo local basado en el modelo de los distritos culturales, así como miembro del equipo científico del festival de arte contemporáneo. Es columnista de *Il Sole 24 ore*, el principal periódico financiero italiano, *Exibart Onpaper*, la revista de arte más leída de Italia, así como *Flash Art*, ediciones italiana e internacional. También es miembro del consejo de redacción de *Economia della Cultura*, la principal publicación académica sobre economía de la cultura en Italia. También es autor de más de cien artículos académicos en publicaciones internacionales de referencia. Sus publicaciones más recientes son: *Il fundraising per la cultura* (Meltemi, Roma 2006), *Teoria economica e relazioni interpersonali* (Il Mulino, Bologna 2006), *L'arte contemporanea italiana nel mondo. Analisi e strumenti* (Skira, Milano 2005), *Cultura e creazione del valore. Processi formativi e nuovi modelli di sviluppo per le economie post-industriali* (Rubbettino, Soveria Mannelli 2004), *Impresa e arti visive. Dalla sponsorizzazione alla progettualità* (Ibis, Como 2004). ♦

**Guido FERILLI**

Licenciado en Economía (Universidad de Bolonia) y doctor en la Napier Edinburgh University. Ha desarrollado proyectos de investigación nacionales en Cerdeña, Véneto, Lazio, Lombardía, entre otros, e internacionales (España, Túnez, Suecia, etc.) sobre industrias culturales y creativas, y sobre desarrollo local en el ámbito cultural. Asimismo, ha participado como director e investigador en diferentes programas de la UE (Interreg y Programa Marco sobre patrimonio digital). Entre 2010 y 2011 ha sido invitado por el Ministerio del Patrimonio de Ecuador para realizar seminarios y proyectos relacionados con el patrimonio cultural del país. Ha participado (2011) en investigaciones sobre la producción cultural y creativa en Japón (Instituto de Arte Contemporáneo). Desde el 2012, es director del DECA-LAB, Laboratorio de Economía de la Cultura de la Libera Università de Lingue e Comunicazione de Milán. ♦

Enrique AVOGADRO



Es Ministro de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires desde diciembre de 2017. Previamente había sido secretario de Cultura y Creatividad en el Ministerio de Cultura de la Argentina. Durante 2014 y 2015 fue subsecretario de Economía Creativa del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires teniendo a su cargo el Centro Metropolitano de Diseño (CMD). Avogadro es licenciado en Estudios Internacionales, especialista en economía creativa con experiencia en el desarrollo de políticas de promoción de la cultura emprendedora y de las industrias creativas.

Como secretario de Cultura y Creatividad del Ministerio de Cultura de la Nación, tuvo a su cargo la Subsecretaría de Cultura Ciudadana, la Subsecretaría de Economía Creativa, la Dirección Nacional de Meceznazgo, y los organismos descentralizados del Ministerio de Cultura de la Argentina: INCAA, CONABIP, INT, INAMU, Biblioteca Nacional, Fondo Nacional de las Artes y el Teatro Nacional Cervantes. ♦

Gustavo Adolfo RESTREPO LALINDE

Arquitecto, urbanista, con estudios en Ingeniería de Nuevos Materiales de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín. Se desempeña como arquitecto en el sector público y privado, en las áreas del diseño, la administración, interventoría y construcción de proyectos de arquitectura y urbanismo sostenible. Docente en las facultades de arquitectura de las Universidad Pontificia Bolivariana y la Universidad Santo Tomas de Medellín. Conferencista en diferentes países de Centro y Sur América. Su trayectoria le ha permitido ser jurado de concursos de arquitectura a nivel nacional e internacional. Responsable de materializar el Plan de Desarrollo 2008-2011 de la Alcaldía de Medellín. Sus proyectos y textos ha sido publicados en revistas y libros especializados a nivel nacional e internacional. Entre otros reconocimientos el *Holcim Awards for Sustainable constructions*, Oro para Latinoamérica, México D.F. ♦





Xavier MARCET

Es presidente de Lead To Change una empresa de consultoría en innovación estratégica que tiene por misión ayudar a las empresas a desplegar modelos de innovación muy orientados a resultados y a darles apoyo en el desarrollo de sus proyectos de innovación y emprendimiento corporativo. LTC, tiene sede en Barcelona, Boston y Santiago de Chile.

Desde el año 2002, Xavier Marcet, ha dirigido y trabajado en numerosos proyectos de consultoría en innovación con clientes de empresa como HP, Sony, Repsol, Agbar, Seat, Banesto, Telefónica, Gallina Blanca, La Caixa, Laboratorios Esteve, universidades como la Politécnica de Valencia, la Universidad de Barcelona, el DUOC (Chile), la Universidad Pompeu Fabra o la Universidad de Oxford (Isis Innovation), administraciones como el Gobierno de Chile (Corfo), Gobierno de España (industria, universidades), Generalitat de Catalunya (ACC10), Ayuntamiento de Barcelona o la Xunta de Galicia. Su actividad internacional le ha llevado a tener actividad profesional como consultor en USA, Inglaterra, Italia, Suiza, Polonia, México, Chile, Colombia, Ecuador, Venezuela, Argentina y Marruecos. ♦

Alejandro PISCITELLI

Exgerente general de Educ.ar. Portal educativo de la Nación argentina (2003-2008). Expresidente de Edutic. Asociación de entidades de educación a distancia y Tecnologías Educativas de la República Argentina. Exdirector de contenidos de competir.com. Consultor organizacional en Internet y comunicación digital. Profesor titular del Taller de Procesamiento de Datos, Telemática e Informática. Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Docente de cursos de post-grado en la UBA, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Universidad de San Andrés, y varias universidades argentinas, latinoamericanas y españolas.

Coeditor del diario electrónico *Interlink Headline News* desde 1995. Ha publicado los siguientes libros: *Nativos Digitales. Dieta cognitiva, arquitecturas de participación e inteligencia colectiva* (Buenos Aires, Santillana 2009); *Internet. Imprenta del siglo XXI* (Barcelona, Granica 2005); *Meta-cultura, El eclipse de los medios masivos en la era de Internet* (Buenos Aires, La Crujía 2002); *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes* (Buenos Aires, Paidós 2002); *La generación Nasdaq. Apogeo ¿y derrumbe? de la economía digital* (Granica, 2001); *Post-Televisión. Ecología de los medios en la era de Internet* (Paidós, 1998), *(Des)Haciendo Ciencia. Conocimiento, creencias y cultura* (Buenos Aires, Ediciones del Riel 1997). ♦



Germán REY



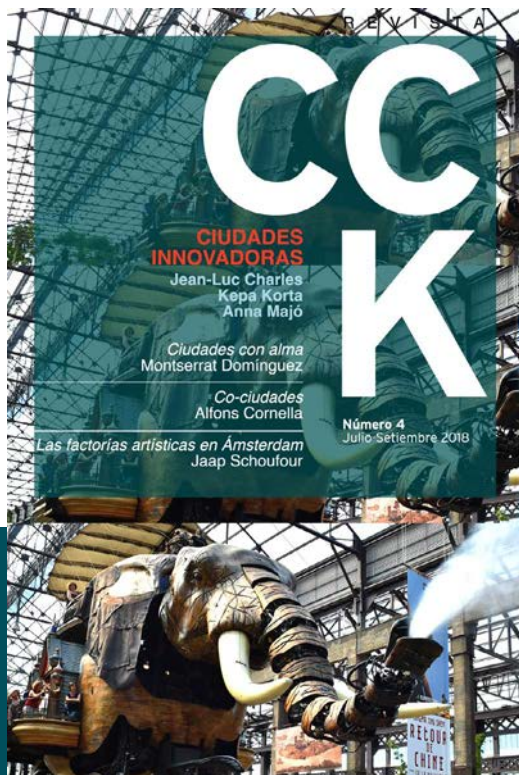
Fue director del Centro Ático de la Universidad Javeriana, en Bogotá, el primer centro de recursos tecnológicos de información y comunicación en América Latina para el desarrollo de la educación.

Estudió psicología en la Universidad Nacional de Colombia y trabajó en la Fundación Social dirigiendo proyectos organizacionales de valores, cultura empresarial y comunicación. Mantuvo por muchos años su columna de crítica de televisión en *El Tiempo*, hasta que fue designado Defensor del Lector por dos años. Sigue vinculado a esa casa editorial como asesor del Proyecto de Memoria y de los programas de responsabilidad social.

Es profesor universitario y relator de congresos y seminarios. Ha publicado, entre otros libros: *Oficio de equilibrista. 21 casos periodísticos*, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, junto a Jesús Martín Barbero, *Balsas y Medusas, sobre la política en los medios* y *Desde las dos orillas*, sobre el derecho a la información. Ha sido asesor del Ministerio de Cultura de Colombia en investigaciones relacionadas con las áreas de comunicación, cultura, gestión cultural e industrias culturales. Para esta misma institución coordinó y editó el *Manual de Políticas Culturales* (2009). Participó como ponente en el Primer Encuentro Internacional de Expertos en Cooperación Cultural en Madrid (UNESCO, 2007). En 2006 fue el director Académico del Seminario de Industrias Culturales celebrado en Buenos Aires. ♦

CC
K

En el próximo número:



El número 4 de **CCK Revista**, que se publicará en setiembre de 2018, dedica el **Dossier** a las *Ciudades innovadoras* y este ejercicio se realiza de la mano de los casos de una ciudad francesa, Nantes, y dos españolas, Barcelona y Donostia-San Sebastián. En la sección de **Visiones** se publica la ponencia de la periodista Montserrat Domínguez presentada en el acto inaugural de las IX Jornadas Internacionales Ciudades Creativas Kreanta que tuvieron lugar en Irun en octubre de 2017. El experto en innovación Alfons Cornella, en la sección de **Tendencias**, hace una reflexión sobre la idea de lo que puede ser una ciudad en el futuro, una Co-city. En la sección de **Experiencias**, Jaap Schoufour nos explica la iniciativa del ayuntamiento de Ámsterdam de recuperación de espacios para artistas y creadores.