

LA CREATIVIDAD COMO VECTOR DE DESARROLLO

Myriam Ximena Galleguillos Araya-Schübelin¹
y Elena Robles Martínez²

RESUMEN

En medio del rediseño del mundo y de todos sus sistemas se está presenciando el mayor movimiento de masas de personas, bienes, fábricas, finanzas frenéticas e ideas en la historia. Sin embargo, persiste un anhelo de pertenencia, distinción e identidad que se resiste al fenómeno habilitado por la digitalización, que está cambiando la forma en que interactuamos con el espacio, el lugar y el tiempo. Es en este escenario, donde la ciudad cívica, la comunidad creativa, la que trata de encontrar un camino a través de las principales fallas, dilemas y potenciales de nuestro tiempo: vidas compartidas, desigualdad, angustia ambiental y vitalidad urbana. La creatividad es una fuente de desarrollo integral del territorio. Reconocer y promover la comunidad creativa y su valor identitario es asegurar la calidad de vida y el desarrollo ambiental sustentable; cultural, social y económico. Esta investigación se dirige a examinar el enfoque de ciudades creativas, y la perspectiva emergente de las comunidades creativas. Se discute la coexistencia de ambas tendencias y sus implicancias para el mejoramiento de la calidad de vida y en la construcción de la sustentabilidad ambiental urbana.

PALABRAS CLAVES

creatividad cultural, social y económica; desarrollo ambiental sustentable.

CREATIVITY AS A VECTOR OF DEVELOPMENT

ABSTRACT

In the midst of the redesign of the world and all its systems is witnessing the largest mass movement of people, goods, factories, frantic finances and ideas in history. However, there is still a longing for belonging, distinction and identity that resists the phenomenon enabled by digitalization, which is changing the way we interact with space, place and time. It is in this scenario, where the civic city, the creative community, which tries to find a way through the main failures, dilemmas and potentials of our time: shared lives, inequality, environmental anguish and urban vitality. Creativity is a source of integral development of the territory. Recognize and promote the creative community and its identity value is to ensure the quality of life and sustainable environmental development; cultural, social and economic. This research is aimed at examining the creative cities approach, and the emerging perspective of creative communities. The coexistence of both trends and their implications for the improvement of the quality of life and in the construction of urban environmental sustainability is discussed.

KEYWORDS

Cultural, social and economic creativity; sustainable environmental development.

¹Geógrafa PUC Chile, Magister en Desarrollo Urbano PUC Chile, Doctora en Antropogeografía, CAU Kiel, Germany. Doctoranda en Arquitectura, ETSAS Sevilla

Académica Universidad de Valparaíso – Escuela de Arquitectura
Académica Universidad Tecnológica Metropolitana – Escuela de Arquitectura

²Socióloga Universidad de Chile, Magister en Desarrollo Regional y Medio Ambiente, Universidad de Valparaíso, Chile
Académica Universidad de Valparaíso – Escuela de Arquitectura
Experta en Gestión y Desarrollo Comunitario



Introducción

La Real Academia de la Lengua define la creatividad como la facultad de crear, la capacidad de creación. Por su parte, la Academia Francesa ofrece una definición similar: *Aptitude à créer, à inventer*. También el Oxford Dictionary se aproxima a esta idea de la creatividad: *The use of imagination or original ideas to create something; inventiveness*. A partir de estas definiciones, el concepto de creatividad sería muy amplio, prácticamente universal y existente de manera potencial en todas las personas y áreas de actividad, dependiendo del contexto al que se haga referencia. Por esto, su aplicación al desarrollo económico y territorial se aleja (aunque guarda alguna relación) de lo señalado arriba como economía creativa, clases creativas e, incluso, ciudades creativas, ya que esta etiqueta de lo creativo no puede relacionarse tan solo con la posesión de estudios avanzados (Markusen 2006).

En las últimas décadas presenciamos una serie de transformaciones graduales en la economía y sociedad que han traído nuevas formas de trabajar y vivir. La Revolución Industrial dio forma a los centros urbanos a gran escala tal y como los conocemos hoy. Gradualmente, la geografía de la producción en masa se ha ido transformando en centros de gran consumo. Los suburbios, particularmente en los Estados Unidos, alimentaron el motor de las industrias *fordistas* y aumentó la demanda de viviendas, de automóviles, electrodomésticos y todo tipo de productos industriales.

Entre los años 1970 y 1980, la jerarquía de las ciudades industriales comenzó a modificarse. La división del trabajo, que antes se había organizado en torno a las regiones, perdió su sentido económico y varios elementos de la cadena de producción que antes estaban integrados regionalmente, se trasladaron a otros lugares del propio país o del extranjero. La producción en sí misma se descentralizó y se hizo global. Las regiones dejaron de estar especializadas en una industria en particular y pasaron a ser el núcleo de algún eslabón concreto de la cadena de valor.

Las economías han empezado a convertirse en áreas basadas en el conocimiento, más que en recursos naturales o gigantescos centros industriales. La noción de ‘sociedad de la información’ (Castells 1996), donde la base para la creación de riquezas radica primordialmente en la posesión de conocimientos más bien que en el capital, fue acuñada ya durante la década de 1930. El poder de las ciudades reside hoy en las poderosas conexiones entre universidades, centros de investigación y desarrollo, empresas de capital riesgo y emprendedores. Estas estructuras sociales, basadas en la innovación y la creación de nuevos negocios, están en la vanguardia del desarrollo económico y, cada vez más, el impulso del capitalismo se aleja de la tradicional producción de bienes y servicios.

1. Economía creativa

Los *Creative Industries Report* publicados por la UNCTAD se han convertido en referencia para muchos trabajos, tanto en su definición de la economía creativa como aquella “basada en la producción de bienes simbólicos, dependientes de derechos de propiedad y dirigidos a un mercado lo más amplio posible” (UNCTAD 2008:13), como en la delimitación de actividades que la constituyen.

La clasificación de la UNCTAD (2008) plantea una distinción inicial entre *upstream activities*, actividades artísticas de diversa índole o relacionadas con el patrimonio cultural, y *downstream activities*; publicidad, diseño, edición, productos audiovisuales y multimedia, junto a otras actividades similares. En este sentido, distingue los cuatro sectores culturales y creativos. El primero, *Heritage*, se relaciona a la existencia de recursos patrimoniales, los espacios culturales (bibliotecas, museos, archivos, etc.) y las actividades culturales tradicionales (artesanía, tradiciones, festivales, etc.). El segundo, *Arts*, abarca actividades artísticas y espectáculos. El tercero, *Media*, publicaciones (libros, revistas, etc.) o productos audiovisuales (cine, televisión, radio, música, etc.). El cuarto, *Functional Creations*, se refiere a actividades volcadas hacia las demandas del mercado, diseño, *software* (videojuegos, contenidos digitales, etc.), o que requieren de un importante componente creativo (arquitectura, publicidad, etc.).

Sin embargo, aunque esta interpretación de la UNCTAD sobre la economía creativa puede resultar adecuada en una primera aproximación a este concepto, pierde valor al acercarse la escala. La escasa relación que guardan entre

sí estos sectores, su heterogeneidad interna, o la existencia de actividades creativas fuera de los mismos exige desarrollar un nuevo enfoque que ponga en relieve las diferentes manifestaciones de la creatividad en las distintas esferas que componen el desarrollo económico y territorial.

2. Ciudades creativas

La ciudad creativa es un concepto que surgió de las ciencias económicas, especialmente de la llamada economía creativa, y durante los últimos diez años ha sido objeto de estudio por parte de un sinnúmero de autores e investigadores de todos los continentes, y de muchas disciplinas, por lo que actualmente se cuenta con una amplia literatura al respecto. Sus principales promotores, Richard Florida y Charles Landry (Herrera-Medina et al 2013). Las sociedades post-industriales han descubierto en la creatividad un medio para mantener su hegemonía económica, transformando el conocimiento en una mercancía. La idea de la cultura como motor para el desarrollo económico y la creación de una “imagen de ciudad” aparece en paralelo a iniciativas como la Capital Europea de la Cultura y se correspondía fielmente con el potencial regenerativo que presenta esta iniciativa (Hermansen 2012). El interés por introducir este concepto en las agendas políticas de muchas ciudades, tiene su núcleo en la aspiración a convertirse en ciudades creativas, apareciendo nuevas dinámicas de competencia entre ciudades y toda una literatura sobre todo aquello que una ciudad debe llevar a cabo para transformarse en una ciudad creativa.

El impacto de esta idea puede apreciarse en iniciativas tan diversas como el lanzamiento del programa UNESCO Red de Ciudades Creativas en 2004, la proclamación en 2009 como Año de la Creatividad y la Innovación por la Unión Europea, y el reconocimiento otorgado por el gobierno británico³ a Richard Florida, autor del concepto de ‘clase creativa’ (Florida 2005, 2005^a, 2017).

El concepto de ‘ciudad creativa’ (Florida 2005), promueve el rol de la creatividad como motor principal del desarrollo económico en la ciudad.

Según Florida (2005) las personas que trabajan en las industrias creativas, como artistas, escritores, científicos, actores, diseñadores, etc., forman el núcleo de lo que se conoce como clase creativa y tenderían a concentrarse en algunos lugares, no sólo por motivos económicos, sino también por cuestiones relacionadas con su estilo de vida, sintiéndose atraídos por aquellos lugares que ofrecen diversidad, autenticidad o tolerancia, las llamadas *soft-conditions* (Hermansen, 2012). Para este autor, el trabajo de estos creativos y las sinergias que crearían con su entorno resultan claves para la prosperidad de las ciudades en un contexto de extensión de las ideas de la economía del conocimiento. Por esto, de acuerdo con los trabajos desarrollados por Florida (2005, 2005^a, 2017), las ciudades deben adaptarse a las necesidades de esta clase creativa con el fin de atraerlas y mejorar su desarrollo económico, siendo uno de sus objetivos el despegue de las llamadas ciudades creativas.

3. Clase creativa o ciudad creativa. Lectura crítica

Como se ha señalado por parte de algunos autores, la visión de las ciudades y la economía creativa implica aceptar acríticamente determinados puntos de vista procedentes del neoliberalismo económico, por lo que cabe incidir en otros aspectos vinculados a cuestiones sociales y no solamente enfocadas al beneficio (Hermansen, 2012).

Además, habría que diferenciar la cultura en sí misma de aquellas otras manifestaciones culturales que, mediante el añadido de un “*plus*” de creatividad buscan el desarrollo económico, la atracción de visitantes o la mejora de la calidad de vida urbana mediante festivales, paseos del arte o exposiciones. Aunque este tipo de actividades aparece junto a los sectores mencionados antes conformando la llamada “economía creativa”, su naturaleza y sus características son diferentes a ellas, siendo una de las estrategias clave en el desarrollo de muchos municipios.

La creatividad en el desarrollo económico y territorial tiene su correlato y su impacto en una serie de sectores emergentes. Sin embargo, existen también otros campos diferenciados (otros ámbitos económicos, generalmente excluidos, la propia cultura en sí misma o el compromiso social) con capacidad para impulsar el desarrollo

³ Esta iniciativa tiene su origen en el interés del gobierno británico en la era de Tony Blair, de poner en valor actividades culturales y de explotar cuestiones relacionadas con los derechos de autor en la creación cultural (Hermansen 2012).

económico y territorial a partir de la creatividad y que incluso podrían sufrir expulsión como consecuencia de la llegada de clases creativas a determinados espacios centrales en la ciudad y de la puesta en marcha de dinámicas de gentrificación en los espacios que ellos contribuyeron a “poner en valor” con el inicio de su actividad y que son el origen de algunos barrios creativos europeos (Hermansen, 2012).

Los conceptos de economía creativa y de ciudad creativa han generado una fuerte polémica, derivada tanto de su ambigüedad teórica y conceptual como de la asociación de algunos de los estudios con mayor resonancia, como el de ‘clase creativa’, popularizado por Richard Florida (2005, 2005^a, 2017), a políticas que redundan en la segregación espacial de la ciudad o, directamente, en la aplicación de recetarios neoliberales. Varios autores han señalado que el discurso sobre la economía creativa abarca varios sectores con poca o ninguna relación entre sí, incapaces de amoldarse a la idea de “clase”.

Markusen (2006) sostiene que los conglomerados que conforman las llamadas clases creativas son agrupados únicamente sobre la base del nivel educativo y con poca relación demostrable con la creatividad. Esta configuración de la economía creativa se relaciona a intereses de determinados grupos (grandes conglomerados audiovisuales, de software, etc.) de extender y reforzar el reconocimiento de la propiedad intelectual y de los derechos de autor a escala global. Sin embargo aunque esto ha llevado a incluir a los verdaderos creativos (artistas, músicos, desarrolladores o escritores) también incluye a aquellos sectores encargados de la mera reproducción de los productos, lo que no suma creatividad y supone una debilidad teórica del concepto de economía creativa, llevado a cabo a partir de una selección arbitraria⁴.

Principalmente, la crítica a Florida (2005, 2005^a, 2017) se centra en que no profundiza en el análisis de la realidad particular de cada ciudad y por proponer políticas urbanas para atraer a las llamadas “clases creativas”, sin considerar la importancia de las trayectorias locales, del sustrato de actores existentes o de las redes locales para el desarrollo territorial (Hermansen, 2012).

La presencia de creativos por sí sola no es suficiente para sustentar la creatividad urbana sobre largos periodos de tiempo, sino que la creatividad necesita ser movilizada y canalizada para que emerja bajo formas prácticas de aprendizaje e innovación. Además, no es obvio que las clases creativas prefieran vivir en ambientes socialmente diversos, en los centros urbanos y no estando clara tampoco la relación entre la atracción de talento creativo y la creación o atracción de industrias culturales y conocimiento. Además, la observada aparición de desigualdades al interior de ciudades, consecuencia del intento de atraer a las clases creativas a determinados espacios centrales, obviando las necesidades de áreas más periféricas, trajo consecuencias negativas para los habitantes, como el aumento exacerbado de los precios de suelo y la gentrificación.

Su introducción en los procesos económicos puede tener efectos positivos como la mejora de la competitividad de las empresas, el aumento del valor añadido de sus actividades o la disminución del riesgo de deslocalización. Sin embargo, lo argumentado hasta ahora en favor de la economía creativa no basta para que la creatividad en sí misma sea en la actualidad uno de los motores clave para el desarrollo territorial y para afirmar que determinados sectores “emergentes” empleen dicha creatividad en su funcionamiento. Más aún, la diferencia entre clases sociales se está agudizando; la vivienda se dispara en los centros líderes de la economía creativa; las estructuras familiares se están reorganizando; el estrés y la ansiedad se apoderan de la gente porque la creatividad y el trabajo mental se han convertido en las fuerzas de trabajo esenciales. Estas externalidades están solamente empezando a sentirse. Sin una acción concertada, sin duda continuarán agudizándose. Por eso no se puede perder de vista su influencia en la sociedad.

4. Ciudades creativas en Chile

⁴ Markusen (2006) en un estudio de caso de artistas, demostrando que la formación, ubicación, impacto urbano y política son mucho más complejos y distintivos de lo sugerido. La distribución espacial de los artistas es una función de decisiones semiautónomas de migración personal, cuidado local de los artistas en espacios y organizaciones dedicados, y el lugar de las empresas que emplean artistas. Los artistas hacen contribuciones importantes y positivas a la diversidad y vitalidad de las ciudades, y sus agendas no se pueden combinar con los regímenes políticos urbanos neoliberales. Los artistas constituyen un potencial como fuerza política para liderar la transformación social y urbana y no hay una causa común con otros miembros de la “clase creativa” de Florida (2017), como científicos, ingenieros, gerentes y abogados.

En Chile el concepto de creatividad ha venido sonando a nivel de política pública y acción estatal principalmente desde la última década, marcando un hito cuando el Consejo Nacional de Innovación para el Desarrollo CNID, órgano asesor de la Presidencia de la República⁵, incorpora al sector denominado Economías Creativas dentro de los 31 sectores priorizados por la Estrategia de Innovación y Competitividad. La definición de Economía Creativa que utiliza el Estado chileno es la acuñada por la UNCTAD en su informe de Economía creativas el año 2010: Conjunto de actividades económicas que originadas en la creatividad, habilidad y talento individuales, presentan un potencial para la creación de riqueza y empleos por medio de la generación y explotación de la creatividad y su consecuente propiedad intelectual.

Desde esa fecha han sido el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, hoy Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, y el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, específicamente a través de la Corporación de Fomento de la Producción, CORFO⁶, las entidades públicas que más han abordado y desarrollado este concepto, siendo el año 2015 un hito fundamental en el accionar público en la materia. En marzo de 2015 se conforma el Comité Interministerial de Fomento de la Economía Creativa, el cual es liderado por el ex Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, (CNCA 2014) actual ministerio, y por representantes de otros siete ministerios⁷, siendo su principal función asesorar en el diseño, definición de principios, estándares y lineamientos generales para la implementación de una Estrategia Nacional de Fomento de Economía Creativa.⁸

En este contexto, a finales de ese mismo año se aprueba el Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa (PNFEC), el cual buscaba transformarse en una plataforma que ponga en valor la creatividad y la cultura que se posee, y que ésta se entienda como un agente real de dinamización económico y cultural⁹. Cabe contextualizar este debate con cifras económicas que sitúan la realidad internacional y nacional respecto de las industrias creativas:

- Al año 2011, las exportaciones mundiales de bienes y servicios creativos alcanzaban USD\$646 mil millones, y el 14% de éstas se originó en las Américas.
- A nivel mundial entre el 2002 y 2011 la exportación de bienes y servicios creativos creció un 134% y son el quinto rubro en el mundo a nivel de ventas.
- En Latinoamérica y el caribe las exportaciones de este sector alcanzan alrededor de USD\$18,8 mil millones anuales contribuyendo con una fuerza laboral de más de 10 millones de trabajadores.
- En el mundo la industria creativa es una importante impulsora del empleo generando en algunos países de Latinoamérica entre el 5% y el 11%. Es importante destacar que el empleo generado por esta industria es mayoritariamente ocupado por jóvenes.¹⁰

A nivel nacional, el aporte de este sector al Producto Interno Bruto de Chile (PIB) hoy sólo llega a un 1,6%, cifra que puede verse relevante, pero si se compara con otros países, Chile se ubicaría muy por debajo de países de escala internacional como Inglaterra, pero también por debajo de las tasas latinoamericanas, donde Perú, por ejemplo, presenta valores de 2,3% y Brasil y Colombia se ubicarían con cifras cercanas al 3%. El Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad, determinó en uno de sus estudios, que la creatividad es uno de los sectores con más potencial de crecimiento en los próximos 10 años. El patrón exportador de Chile es poco sofisticado, sólo 490 empresas explican el 98% de lo que Chile exporta. Si además se considera que de las 197.000 pymes que hay en Chile solamente 3.600 exportan.

En este contexto se creó el Programa Estratégico de Economía Creativa en el Ministerio de Economía, a través de CORFO y su línea Transforma, el cual busca ser una política industrial, pero a la vez también social y económica, donde la articulación interinstitucional y la territorialidad sean ejes transversales, y donde se invita a distintos actores claves en la materia a participar (del ámbito público, privado, la academia y la sociedad civil). El Programa

⁵ <http://www.cnid.cl/home-cnid/cnid-3/el-consejo-y-su-historia/> (22 Junio 2018).

⁶ CORFO (2016, 2016a, 2016b, 2017, 2017a).

⁷ : Ministerio de Economía, Hacienda, Relaciones Exteriores, Educación, Trabajo y Previsión social, Agricultura y Desarrollo Social.

⁸ (<http://www.cultura.gob.cl/economia-creativa/secretaria-ejecutiva/>) (18 junio 2018)

⁹ “La capacidad de la cultura y las artes, así como de los diversos procesos creativos, para representar una alternativa inclusiva de desarrollo humano y económico, es una de las principales razones que motivaron la firma del Instructivo Presidencial que creó el Comité Interministerial en marzo de 2015, cuya misión es la elaboración del Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa” (Plan nacional de fomento de economía creativa, 2015: s/n prólogo).

¹⁰ CORFO 2016; Ficha resumen ejecutivo Programa Valparaíso ciudad creativa: s/n.

Estratégico de Industrias Creativas tiene entre sus metas duplicar para el 2025 el número de empresas del rubro, sus ventas, sus exportaciones, así como las carreras creativas impartidas en el país y los puestos de trabajo asociados a este rubro.¹¹ Para ello, a la fecha se han implementado el Programa Chile Creativo a nivel nacional y tres iniciativas regionales, las cuales reconocen y buscan fortalecer la vocación productiva de tres territorios.¹²

5.1 Estrategias supra-nacionales

El enfoque creativo-cultural UNESCO pone su foco en el potencial de desarrollo creativo-sociocultural, no sólo a nivel económico. Es el caso del proyecto Red de Ciudades Creativas, iniciativa UNESCO que también se encuentra presente en el territorio chileno, en la ciudad de Frutillar, y que busca ampliarse y consolidar el principio creativo en otros territorios. En el año 2004 la UNESCO lanzó la iniciativa Red de Ciudades Creativas, con el objetivo de identificar la creatividad como factor estratégico de desarrollo urbano sostenible, en especial a nivel de escala local. Este programa UNESCO busca reconocer y promover la cooperación entre ciudades que han posicionado la creatividad y las industrias culturales como eje central dentro de sus planes de desarrollo territorial, reconociéndolas no sólo desde su rol económico, sino también identitario social y cultural. Ciudades como espacios inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles. Esta propuesta liga directamente a la creatividad con la producción cultural, e identifica siete ámbitos de desarrollo creativo: artesanía y artes populares, artes digitales, cine, diseño, gastronomía, literatura y música. En la Red, las ciudades se comprometen a compartir sus buenas prácticas y a desarrollar vínculos que asocien a los sectores público y privado y a la sociedad civil para:

- Reforzar la creación, producción, distribución y la difusión de actividades, bienes y servicios culturales;
- Desarrollar polos de creatividad e innovación y aumentar las oportunidades al alcance de los creadores y profesionales del sector cultural;
- Mejorar el acceso y la participación en la vida cultural, en particular en beneficio de grupos desfavorecidos y personas vulnerables;
- Integrar plenamente la cultura y la creatividad en sus planes de desarrollo sostenible

Esta propuesta no sólo privilegia el fortalecimiento y el desarrollo de ámbitos creativos culturales, sino también cómo la ciudad se involucra y participa de dichas condiciones e industria, y la integra directamente en sus planes de desarrollo territoriales.

Cabe destacar que esta propuesta integra el concepto de desarrollo sostenible, sacándolo del ámbito netamente económico hacia una visión que contempla aspectos sociales, culturales y ambientales; de hecho el programa Ciudades Creativas se declara como un socio clave de la UNESCO para la implementación de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, específicamente relacionado con su objetivo de desarrollo sostenible N°11 denominado: Ciudades y comunidades sostenibles, que tiene como meta hacer de las ciudades espacios inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.¹³ Lo que nuevamente hace ver su énfasis con el espacio urbano y el desarrollo de éste.

Para postular a ser parte de esta red, cada ciudad y o gobierno local debe demostrar cómo la creatividad y un determinado ámbito cultural¹⁴ y su industria, son parte esencial del desarrollo del territorio, dando cuenta no sólo de su trayectoria y estado actual. Al mismo tiempo que un plan de trabajo a largo plazo que indica cómo lograr los objetivos propuestos. Para UNESCO resulta central que los distintos actores, tanto las autoridades locales, como el sector público, privado y la sociedad civil identifiquen dicho ámbito como distintivo del territorio, e identifiquen la creatividad como un conductor para el desarrollo urbano sostenible, involucrándose todos activamente en el proceso de planificación, de manera que la participación cumple un rol central.

¹¹ (<http://www.chiletransforma.cl/sector-economia-creativa/>).

¹² (Informe anual, Chile Creativo, 2016-2017: 15).

¹³ (<https://es.unesco.org/creative-cities/content/adherir-la-red>)

¹⁴ artesanía y artes populares, artes digitales, cine, diseño, gastronomía, literatura y música.

La creatividad no es sólo una fuente de desarrollo económico, sino que se identifica como una fuente de desarrollo integral para el espacio territorial, influyendo no sólo en su economía, sino reconociendo y promoviendo su incidencia cultural y social.

La visión de UNESCO plantea que las Ciudades Creativas son centros de innovación y viveros para el desarrollo de nuevas estrategias, políticas e iniciativas dirigidas a hacer de la cultura y la creatividad una fuerza motriz para el desarrollo sostenible y la regeneración urbana, ayudando a aumentar las oportunidades para un mayor rango de comunidades y contribuyendo a más patrones sociales inclusivos y economías urbanas. De este modo, las Ciudades Creativas responden a los principales desafíos locales tales como las crisis económicas, la degradación medioambiental, el crecimiento demográfico y las tensiones sociales y pueden intercambiar experiencias y mejores prácticas a nivel internacional. Las industrias creativas desempeñan un papel vital en sostener las economías locales y en crear nuevas oportunidades económicas. Ayudan a mejorar el acceso a, y la participación en la vida cultural, así como el disfrute de los bienes y servicios culturales, sobre todo entre los grupos y personas marginados o vulnerables (UNESCO 2016, 2017).

En la actualidad más de 180 ciudades cuentan con la denominación de Ciudad Creativa relacionada a alguna de las 7 categorías previamente identificadas, éstas se encuentran en todas las regiones del mundo y muestran distintas características a nivel de población, tamaño, economía y geografía. En el caso chileno, solo la ciudad de Frutillar, ubicada al sur del país, cuenta desde octubre del 2017 con la denominación de Ciudad Creativa en el área de Música, al reconocer el aporte que esta industria cultural hace al desarrollo económico y social de la comunidad, poniendo en valor un eje identitario fundamental de su territorio. Cabe destacar que ésta es a la fecha la única ciudad con la denominación ciudad creativa UNESCO en el país, y se espera no sea la única. En el marco del lanzamiento del 14° Festival de Música Rocódromo en Valparaíso, las autoridades tanto locales como nacionales declararon la intención de postular a Valparaíso a la red de ciudades creativas en la categoría de música, siguiendo el ejemplo de Frutillar, buscando ser además de Capital Cultural de Chile, la capital de los músicos de Chile.

5.2 Programa chile creativo

Es una iniciativa de fomento industrial, que busca reducir la dependencia de los recursos naturales y diversificar la economía país en base al talento de las personas. Para ello prioriza cuatro subsectores de la economía creativa: música, editorial, diseño y audiovisual (incluyendo esto cine, televisión, servicios de producción audiovisual, animación y videojuegos). Su objetivo principal consiste en aumentar la exportación de bienes y servicios creativos, trabajando en cinco líneas transversales¹⁵ con la visión de que en el año 2025 el sector creativo chileno esté plenamente integrado dentro de la economía creativa global, exportando bienes y servicios basados el talento de individuos y colectivos creativos. De esta manera, será reconocido como una actividad productiva consolidada que, más allá de su importancia social y cultural, genera riqueza y empleo de manera sustentable e inclusiva.¹⁶

5.3 Programa estratégico regional Valparaíso Ciudad Creativa, Innovadora y Sustentable

Conformado participativamente con actores creativos y culturales de la ciudad y región, el propósito es trabajar en una propuesta de visión que guíe la estrategia de transformación productiva de la región. Apunta a consolidar a Valparaíso como ciudad creativa, líder internacional en innovación que, junto a sus industrias creativas, tecnológicas y universidades, dinamizan su patrimonio urbano y potencian las principales vocaciones productivas de la región. Se trata de una instancia de articulación que se encuentra en su segundo año de desarrollo y que ha conformado una corporación de derecho privado entre actores del mundo académico, privados, públicos y sociedad

¹⁵ Internacionalización y distribución de contenidos digitales; formación de capacidades técnicas y empresariales en materia de emprendimiento, gestión y administración de empresas; inteligencia de mercado para generar información sobre el desempeño del sector, sus mercados actuales y potenciales; acceso a financiamiento tanto público como privado; y por último, desarrollar una estrategia transversal de posicionamiento de la economía creativa, construyendo un imaginario común que involucre a los distintos esfuerzos de fomento y desarrollo del sector.

¹⁶ <http://www.chiletransforma.cl/2017/08/13/programa-estrategico-chile-creativo/> (18 Junio 2018).

civil, que busca promover el fortalecimiento de las industrias creativas del territorio. Dentro de su cartera de acción las áreas prioritizadas son: el patrimonio urbano, el turismo cultural y recreativo, y los servicios creativos; estas áreas se desarrollarán en base a cuatro líneas de acción transversal: Comercialización e internacionalización, Innovación y Creatividad, Inversión y acceso a Financiamiento, y Asociatividad y Colaboración.¹⁷

5.4 Concepción Crea y Produce

Es el Programa Estratégico Regional de Industrias Creativas del Gran Concepción: Creativo, Innovador e Inclusivo: el cual se encuentra desde el año 2015 trabajando en su implementación. El Programa Estratégico Gran Concepción: Creativo, Innovador e Inclusivo, es una iniciativa impulsada por CORFO cuyo desafío es lograr que el Gran Concepción sea reconocido como ciudad creativa, innovadora e inclusiva a nivel Latinoamericano mediante el desarrollo y sofisticación de las Industrias Creativas. El Programa partió introduciendo el tema de las industrias creativas en general, pero debido a las ventajas comparativas y el potencial catastrado en su primera fase de implementación, hoy se centra en profundizar las competencias regionales asociadas a los sectores de música y audiovisual.

5.5 Programa estratégico regional Valdivia Creativa

Iniciativa que busca unir el rol del desarrollo económico y el desarrollo urbano, haciendo alianzas de trabajo entre el sector privado, público, sociedad civil y academia. El objetivo es que Valdivia sea reconocida como una Ciudad Creativa con uno de los ecosistemas emprendedores más robustos de Latinoamérica, con oportunidades para emprender negocios globales basados en creatividad, conocimiento e innovación, transformando de esta forma su matriz productiva. Su estrategia de intervención focaliza en 3 sectores creativos, las industrias audiovisuales, de la música y la industria digital y que presentan mayor desarrollo. Siendo sus ejes estratégicos de implementación el desarrollo y disponibilidad de servicios creativos, el emprendimiento innovador, las conexiones en el ecosistema y la puesta en valor del patrimonio, se orienta a lograr influir en el ecosistema de la ciudad, con el objetivo de atraer y retener talentos, y de esta forma dinamizar la creación de empresas innovadoras de nivel internacional¹⁸. Estas orientaciones ligadas al concepto de creatividad dan cuenta de la política institucional del Estado chileno, con un claro interés en ampliar la matriz económica territorial, fomentando líneas productivas.

6. Valparaíso: ¿Clases creativas o comunidades creativas?

Con forma de anfiteatro natural rodeada de cerros, ubicada a menos de 120 kilómetros de la capital del país. Durante años fue el puerto más importante del Pacífico y un centro urbano de gran desarrollo económico e innovación, eso hasta la inauguración del Canal de Panamá en 1914, hito que marca el inicio de su decaimiento económico, urbano y social. Valparaíso ha estado siempre ligada a la cultura y la innovación, siendo parte del centro histórico de la ciudad declarado patrimonio de la Humanidad UNESCO en 2003.¹⁹ Es la capital de la provincia y de la región que lleva su nombre, y además es la sede del Poder Legislativo de la nación desde 1990 y aloja al único Ministerio del país que no se ubica en la capital, justamente del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

¹⁷ (<http://www.valparaisocreativo.cl/>).

¹⁸ (Chile transforma, 2017:17-20).

¹⁹ Plan de Recuperación Post Desastre y Transición al Desarrollo de la comuna de Valparaíso, desde un enfoque participativo y de reducción del riesgo de desastres (PNUD 2014:19).



Imagen 1. Las nuevas edificaciones y fachadas rehabilitadas por la racionalidad económica, y morfologías de la gentrificación y del extractivismo inmobiliario en Valparaíso son evidentes. Fuente: Ximena Galleguillos A.- Schübelin (2014).

En la actualidad, Valparaíso sigue siendo uno de los puertos más relevantes de Chile, y aunque durante décadas viene arrastrando una situación de deterioro económico y urbano que afecta directamente la calidad de vida de sus habitantes, forma parte junto a otras ciudades de la tercera concentración urbana más importante del país²⁰. En cuanto a su población, según el resultado preliminar del pre censo del año 2017 realizado por el Instituto Nacional de Estadística, la comuna de Valparaíso tiene 296.655 habitantes, lo que corresponde al 16,33 % de la población de la región, donde la mayoría de la población es urbana (99,8%) y existe un 49% de hombres y un 51% de mujeres²¹. En la esfera económica, Valparaíso contaba en el año 2012 con 12.260 empresas, correspondientes al 12% de las empresas de su región y tan solo al 1,24% de las del país. Las empresas existentes se caracterizan por ser mayoritariamente pequeña y mediana empresas, (76,1% y 20,1% respectivamente) otorgando a su vez la mayor parte del empleo, y donde las medianas y grandes empresas una excepción, representando en conjunto representan un 3,8% del total (PNUD 2014).

Valparaíso es reconocida por sus tasas de desocupación y pobreza, las cuales sostenidamente en el tiempo han mostrado cifras superiores al promedio nacional. En el caso del desempleo, según mediciones del año 2011 la tasa en la ciudad fue de un 8,3% cuando el promedio nacional se ubicada en 7,7%, y en el caso de la pobreza, ese mismo año la cifra alcanzó un 13,9%, más de 2 puntos porcentuales por sobre el promedio nacional de 11,7%. “La misma fuente muestra que la población desocupada se concentra principalmente en tres grupos etarios: en las personas entre 20 y 29 años (43,6%), personas entre 30 y 39 años (25,8%) y la población entre 50 y 59 años (16,4%)” (PNUD, 2014:20).



Imagen 2. La ciudad informal construida desde su estigmatización Fuente: Jürgen Schübelin (2014).

²⁰ Junto a las ciudades de Viña del Mar, Concón, Quilpué y Villa Alemana forma una conurbación denominada Gran Valparaíso

²¹ <https://resultados.censo2017.cl/Region?R=R05>; revisado el 25 de Junio 2018.

No obstante, el Ministerio de economía a través de CORFO decidió establecer ahí uno de los 3 programar territoriales de fomento de las economías creativas y fortalecer la vocación del territorio como una ciudad creativa²². Para CORFO distintas ventajas comparativas y factores relacionadas directamente con el desarrollo de industrias creativas constituyen las razones para focalizarse en Valparaíso. Según un catastro de industrias creativas realizado a nivel nacional el año 2014, donde la Región de Valparaíso se encuentra dentro de las regiones con un mayor tejido vinculado a la Economía Creativa, donde el 3,2% del total de empresas existentes pertenecen a este sector lo que genera un 4,5% de la Mano de Obra Dependiente. No obstante ante este importante número de empresas, estas sólo representan el 0,54% de las ventas totales de la región lo que dista mucho del 1,6% del promedio nacional²³ situación que mostraría un contrasentido, alta presencia pero baja productividad.

Otras ventajas comparativas son una marca ciudad reconocida a nivel nacional e internacional, en lo que ha influido positivamente su denominación UNESCO de patrimonio de la humanidad, y que también ha influido en la ventaja de Valparaíso como destino turístico de carácter cultural y creativo. También se valora positivamente su creciente y nueva infraestructura cultural y sus más de 40 festivales que se realizan cada año; otro factor a destacar a nivel territorial, es la presencia de más de 14 universidades y centros de formación ligados a oficios del mundo creativo; se valora a su vez su conectividad con las principales ciudades y rutas de acceso al país; y por su calidad de vida en general, donde la región de Valparaíso se caracteriza por su buen clima, hermosas playas y cortos tiempos de desplazamiento, excelentes servicios, comercio y tecnología, factores fundamentales para la atracción de capital humano especializado que se quiera radicar en la región.

Valparaíso ya cuenta con una larga trayectoria de innovación y creatividad social que no ha sido dimensionada numéricamente, pero que es posible identificar en su historia y trayectoria, y que sin duda determinó el territorio que hoy habitamos. Estos distintos factores enunciados nos hablan de una potencialidad material y física para el desarrollo económico de industrias creativas. Sin embargo, la generación de la creatividad relacionada a este territorio por parte de las comunidades creativas queda en un plano ausente todavía.

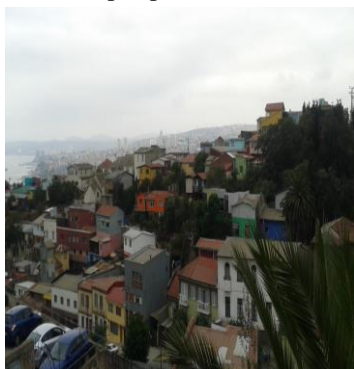


Imagen 3. Creatividad esencial como eterna recombinación de lo conocido. Fuente: Ana Schübelin, Niklas wandt (20 16).

CORFO quiere establecer un nicho económico, habla de vocación creativa, aunque sin reconocimiento de este importante factor de generación social de la creatividad relacionada a este territorio. La municipalidad lo reconoce y quiere lograr su reconocimiento a través de conseguir la denominación de Ciudad Creativa de UNESCO, pero también lo identifican otros actores clave de la ciudad como lo son las universidades y la ciudadanía en general, donde también se dan nuestras claras de un “actuar o interés” creativo comunitario.

Una muestra de ello, es por ejemplo la existencia de iniciativas universitarias ligadas al desarrollo territorial en base a factores de innovación y creatividad, donde una de las iniciativas más destacadas lo conforma el Núcleo de Creatividad de la Universidad de Playa Ancha. Otras lo pueden ser la ejecución de la VIII Jornada Internacional de Ciudades Creativas Kreanta, la cual se llevó a cabo en noviembre del 2016 con un fuerte énfasis ciudadano. Otras iniciativas que refuerzan la vocación creativa a nivel social de esta ciudad lo son por ejemplo la forma de

²² <http://www.valparaisocreativo.cl/>

²³ CORFO: resumen ejecutivo Programa: Valparaíso ciudad creativa, sustentable e innovadora.

operar del centro Comunitario Patio Volantín, la estrategia rur-urbana Piuke Co, el fomento de economías alternativas ligadas al desarrollo formal del cooperativismo, entre otros.

Se advierten dos tendencias de manifiesto en el manejo y gestión de la creatividad en el marco de la innovación y competitividad económica territorial de Valparaíso en particular. El enfoque de ciudades creativas, que desde la racionalidad económica releva la innovación y creatividad para el desarrollo urbano, plantea una línea de conflicto de intereses frente a la creatividad cimentada desde la preponderancia del rol de la comunidad en la construcción social de la ciudad. Es decir, existe un conflicto estratégico de escala en la gestión de la creatividad.



Imagen 4. Así se creó las condiciones para un mercado de suelo urbano ajustado a los principios del neoliberalismo y, también se conformó un sector inmobiliario privado altamente especulativo. Fuente: Ana Schübelin, Niklas wandt (20 16).



Imagen 5. Explotación de ciudadanos y bienes comunes, esquilma del medio natural en la macrozona central de Chile. Fuente: Ana Schübelin, Niklas wandt (20 16).

La estrategia de CORFO, desarrollar un nicho económico, atraer capital humano especializado en sintonía con el enfoque de ‘clase creativa’ de Richard Florida (2017), pone en riesgo la capa de sedimentación de habitabilidad vernácula de esta ciudad y sus vocaciones creativas, dejando de lado el factor identitario de las comunidades creativas de Valparaíso, ciudad que cuenta con una larga trayectoria de innovación y creatividad social, y cuya historia y trayectoria, sin duda determinó el territorio que hoy habitamos.

Por otro lado, la identidad comunitaria creativa de Valparaíso, tanto en el presente como en prospectiva puede ser un vector decisivo en direccionar la política pública local en materia de sustentabilidad urbana. Visibilizar esta yuxtaposición de tendencias, y valorizar las prácticas de las comunidades creativas en las estrategias públicas de gestión urbana a escala local como vectores de desarrollo urbano sustentable resulta crucial, en la protección del verdadero patrimonio de esta ciudad, sus tramas de habitabilidad vernácula, justamente por la posición desfavorable que experimenta Valparaíso actualmente en el desarrollo territorial de Chile.

En este sentido, identificar los potenciales de creatividad comunitaria que pueden actuar como vectores de desarrollo sustentable en Valparaíso y las buenas prácticas que se pueden establecer en la superación de la racional meramente económica constituye una tarea impostergable.

7. Discusión y conclusiones

El derecho a la ciudad sólo puede ser formulado como un derecho a la vida urbana transformada y renovada. Supone una teoría integrada de la ciudad y la sociedad urbana, usando los recursos de las ciencias y el arte

(Lefebvre 1968:159). La idea de permanencia, de duración de los acontecimientos que ocurren en el exterior, como elemento crucial evidencia que existe interacción entre el entorno físico de la calle y las actividades desarrolladas en ellas, que son espacios urbanos vivos (Gehl 2009).

El sentido de lugar se manifiesta en una combinación de orgullo y compromiso. Es una facultad que puede ser aprendida y desarrollada creativamente mediante la observación cuidadosa de lo cercano, la apertura y reconocimiento de las diferencias entre los lugares y puede ser compartido ampliamente por toda una comunidad con un sentido de historia y geografía. Unido a un cierto espíritu de pertenencia, el sentido de lugar combina vista, tacto, oído, olfato, memoria e imaginación con el movimiento y la comunicación. Es un dispositivo para humanizar las percepciones del fenómeno urbano. Este sentido de lugar, de identidad y pertenencia está vinculado naturalmente a lo doméstico, al hogar. El espacio de la ciudad, como dispositivo emocional, podrá ser doméstico cuando el campo de sentido del lugar sea intenso. La conciencia del lema “mi ciudad es mi casa” genera permanencia.

Para avanzar hacia una planificación que considere los significados y facilite conductas y estilos de vida más sustentables, el ámbito de la acción planificadora debe ser la vida cotidiana, que tiene reglas de producción y reproducción que le son propias. Y se logra, generando espacios comunitarios, socio-espacialmente diversos a escala humana, de socialización y aprendizaje, que faciliten la generación de vecindad y promuevan la emergencia de sentimientos de comunidad.

La aparición en la ciudad de actividades que integran un componente “comunitario creativo” en su concepción a pesar de pertenecer a sectores tradicionales, o que bien se mueven en la informalidad, siendo difíciles de detectar, constituyen elementos fundamentales en la estructuración del espacio urbano. Aquellas actividades que provienen de “movimientos alternativos” y que buscan maneras “creativas” de ejercer una actividad económica sin perder esa componente de “alteridad”.

La magia de una gran ciudad se debe a la enorme y múltiple especialización de esfuerzos humanos que se da en ella. En la medida que la arquitectura de lo común sea depositaria de estos hábitos de prolongación de la vida doméstica, satisfaga las necesidades de la vecindad, los espacios públicos serán los soportes de los hábitos de relación social e instrumentos para promover la convivencia. Existen otras esferas (no relacionadas con el desarrollo territorial y económico) en las que tanto la cultura como las acciones sociales tienen también presencia. Dichas esferas pueden a su vez incorporar elementos positivos para favorecer la capacidad de emprendimiento y de creatividad de los ciudadanos, generando una “atmósfera o ambiente” en la que el amor por la cultura, el compromiso, la creación de redes formales e informales o la solidaridad pueden ser elementos detonantes de nuevas ideas creativas.

El contexto que rodea estos procesos de creatividad y desarrollo resulta clave y ha sido manifestado en algunos otros estudios recientes (Hermansen 2012). En la esfera de los movimientos sociales pueden encontrarse iniciativas que, sin perder sus rasgos iniciales (inserción social, reivindicación, alteridad), buscan acercarse a las actividades económicas para permitir un modo de subsistencia a sus protagonistas. En otras ocasiones sus objetivos son la innovación social, de manera que se produce una “reconciliación” entre la creatividad y el desarrollo urbano desde un punto de vista socialmente sostenible, definida por la presencia de grupos de personas unidas por el objetivo de dar respuesta a una necesidad social. En ellas, la existencia de trayectorias (*path dependences*) y de redes locales de actores son elementos clave.

Pueden verse de manera creciente en determinados barrios de la ciudad. Son espacios alternativos, en ocasiones incluso contra-culturales o contra-ideológicos, que corren el riesgo de ser expulsados por la llegada de nuevos segmentos sociales, pertenecientes también a las clases creativas o de quedar estancados por la acción del sector público y la conocida evolución de éste desde una actitud gestora hacia otra de empresarismo urbano que beneficie a los capitales privados (Harvey, 1989). Los modelos de desarrollo alternativos son un ejemplo de la unión de objetivos de innovación social y actividad económica. Se distinguen por una clara vocación social en paralelo al desarrollo de una actividad remunerada, lo que lleva a pensar en formas creativas de trabajo que constituyan alternativas a los modelos económicos creativos neoliberales.

La presencia de recursos y de un soporte a la creatividad por parte del sector público resulta también fundamental para sostener estos procesos en el tiempo y favorecer su extensión a otras esferas. Tanto las estrategias destinadas a favorecer la aparición de este tipo de espacios (mediante convenios para que los movimientos sociales puedan establecerse en un determinado lugar o iniciar actividades concretas, créditos y espacios para emprendedores, foros participativos con actores locales, etc.) como aquellas otras destinadas a evitar que sean expulsados (desde la llegada a acuerdos antes que iniciar procesos de desalojo hasta establecer un límite a los fenómenos de gentrificación) suponen elementos importantes a la hora de cimentar su consolidación y permanencia (Hermansen 2012). Las trayectorias locales seguidas por cada espacio, el sustrato de actores o recursos existentes en cada territorio, la capacidad para establecer redes o para participar en las decisiones locales, y las propias estrategias de desarrollo seguidas por el sector público, serían elementos fundamentales para explicar el desigual desarrollo de iniciativas creativas en los territorios.

Las trayectorias locales se han revelado como elementos fundamentales para fomentar la creatividad en las ciudades, tanto desde un punto de vista económico como desde un enfoque que pone su acento en la innovación social. La persistencia en las personas que forman las redes (con la entrada de nuevos actores que las refuercen) y en la existencia de un proyecto colectivo para la ciudad suponen un plus para el desarrollo territorial. Por otro lado, la presencia de un abanico de actores lo más variado posible, junto a interacciones entre ellos y una dinámica que favorezca la participación y la gobernanza resultan fundamentales para movilizar el capital humano territorial y para extender dinámicas creativas sobre el territorio.

La esencia de la creatividad es su aptitud para hacer cosas que, desde la perspectiva humana, parecen casi imposibles. Concebir aquello que antes no existía. Hay ciudad donde hay espacio común y no solamente rutas, y no hay donde los espacios públicos son rotondas de circulación, convertidas en enormes zonas abiertas, sin gente, en lo diluido, homogéneo y disperso, en la modernidad líquida (Bauman 2006). La transición entre lo público y lo privado se filtra, diferenciando intimidades. Estos filtros y tamices regulan el despliegue de actividad doméstica hacia lo público. Pero también puede estar menos definida, en muchos casos apenas existe un ámbito intermedio o de transición entre el territorio privado y el realmente público. En la "buena" ciudad, uno traspasa de un entorno habitacional al otro sin saber exactamente donde termina el primero y empieza el otro. Los espacios comunes son espacios apropiados, con pertenencia y permanencia. Son comunitarios, tienen un carácter semipúblico, mientras que la plaza del ayuntamiento de la ciudad es un espacio totalmente público. La ciudad en sus distintas escalas requiere espacios comunes con una estructura diferenciada, es decir calles mayores, calles laterales, plazas principales y secundarias. Los habitantes deben tener la oportunidad de diseñar la narrativa e interactuar entre proyecto y proceso para disponer espacios acogedores donde los usuarios que la configuran se conozcan, como también las familias a los vecinos del entorno. Donde los hijos vayan a escuelas y guarderías en el barrio, jueguen en jardines y plazas y donde los vecinos realicen a diario sus compras en las tiendas que están en su edificio o en el edificio de al lado. El uso del espacio común contribuye a mantener su identidad. Su entorno es esencia de arraigo en el barrio. Para el ejercicio de la producción de la sociedad barrial se necesitan soluciones propositivas en vez de imposiciones normativas; para solventar las necesidades de convivencia social proponer lo participativo, implicando a todos los agentes en la elaboración y mantenimiento del espacio público.

El espacio común no debe ser sólo ágora para el conflicto y el debate, sino un ámbito de habitar el tiempo libre, convertido en tiempo de consumo, descanso, paseo y la diversión. Un espacio paradigma de arquitectura del que nunca somos excluidos.

Las intervenciones en regeneración urbana barrial deben incorporar en su gestión, aquellos factores esenciales que constituyen el verdadero patrimonio de una ciudad. En Valparaíso, las tramas de habitabilidad constituyen el verdadero patrimonio que se debe considerar en toda estrategia de regeneración urbana barrial. La ciudad es una herramienta que se modela por el uso. El resultado de este proceso -que se basaba en multitud de experiencias acumuladas- son unos espacios urbanos que incluso hoy en día ofrecen condiciones extraordinariamente buenas para la vida. La relación entre forma y habitar y las configuraciones específicas que acontecen de su relación se establece como criterio de base de una regeneración integral de barrios, ya que logra posibilidades constructivas de un lugar desde sus naturales condicionantes territoriales y morfológicas, así como en el sentido y dirección

progresiva que las transformaciones sociales y culturales van adquiriendo y tomando en el lugar. Los soportes físicos-naturales y el espacio común, logran una sociabilidad por o que deberían estar presentes en las próximas reflexiones sobre la forma de la ciudad. Abordarlos es observar el modo de habitar del espacio común, lo urbano, el paisaje, la naturaleza y reconocer la existencia de una comunidad de bienes compartidos, cuyo principal ámbito de materialización sería el espacio común.

La trama vernacular de habitabilidad se compone de elementos entrelazados, actividades y significados emocionales, formas culturales irregulares, orgánicas, naturales, flexibles cambiantes. Construye las condiciones deseables para el desarrollo de actividades exteriores necesarias, actividades opcionales y recreativas, actividades sociales. Los micro espacios generados por la relación entorno-territorio, emergen posibilitando un uso familiar y comunitario amigable y sustentable. Esto constituye un patrón de la vida comunitaria que proporcionan los cerros de Valparaíso. Para pensar la ciudad como creación y no como desarrollo, el espacio urbano aparece como creación de otras formas irreductibles a lo real medible y cuantificable. El desafío entonces, es buscar con insistencia la ciudad que tenemos. Es decir, buscar asentar una amplitud de miradas sobre las ciudades que tenemos, sobre las políticas que adoptamos y el momento que se vive. Y en esto, las tramas de habitabilidad que distinguen a Valparaíso constituyen un patrimonio irremplazable en el camino a la obtención de sustentabilidad para la ciudad y sus habitantes y es tarea urgente resguardar esta condición vernácula.

La necesidad de reconexión del habitante a la ciudad, se manifiesta a través de muestras de creatividad comunitaria que emerge y se apropia reinventando y redefiniendo las reglas de construcción de comunidad y lugar común. Las personas modifican los lugares a través de su comportamiento y de las interpretaciones que hacen de éste. Así, prácticas de colaboración mutua, contribuyen a definir y redefinir constantemente el espacio comunitario y a superar condiciones de vulnerabilidad. Las arquitecturas inmateriales conectan el individuo al espacio comunitario y a la vida urbana, siendo elementos constitutivos de campos de sentido.

En todo el mundo, los centros de las ciudades dominados por los automóviles se han transformado en sistemas de calles peatonales. La vida en los espacios comunes se ha incrementado significativamente, muy por encima y mucho más allá de las actividades comerciales ampliadas. Se ha desarrollado una completa vida ciudadana, social y recreativa. La ciudad es promesa de actividad, proclamada con el atractivo de lo múltiple y especializado, del tránsito, de lo objetual y de lo superficial, de lo íntimo y de lo cosmopolita a la vez. Lugar, de uso y juego, donde los habitantes se reúnan en torno al símbolo, al juego y a la fiesta o celebración (Gadamer 1991).

Para que algo se considere creativo debe ser nuevo. La novedad es la condición más importante de la creatividad. Sin embargo, la novedad descontextualizada no es significativa. ¿Para quién es novedosa una idea o un producto? ¿Para un solo individuo? ¿Para un colectivo? ¿Para toda la sociedad? Que una idea o producto sea nuevo para un individuo o para un pequeño grupo puede indicar solo las limitaciones de éstos. Lo nuevo debe ser considerado en relación a su impacto y relevancia social, a la 'profundidad' de un acto social. Un acto creativo es útil, y sirve a dos propósitos. El primero, distinguirse de productos e ideas que pueden ser novedosos, pero de poco valor social. Segundo, determinar el grado en que contribuye efectivamente a la sociedad. Se puede decir que ciertas ideas, especialmente aquellas que provocan cambios de paradigma, poseen una gran profundidad creativa. Las ideas o productos creativos son reconocidos como tales por quienes participan en el área de conocimiento en que el acto creativo se inserta: en otras palabras, los actos creativos son validados socialmente. De poco le sirve a un acto creativo que lo acepten como tal por ignorancia del campo al que pertenece, y tampoco es mucho mejor que sea descartado porque se adelanta a su tiempo. En ambos casos, el acto creativo tendrá escasas consecuencias sociales. Crear una nueva idea o producto no es en sí suficiente; debe ser además socialmente validado.

La cuestión es cómo conviven dos tendencias en el manejo y gestión de la creatividad en el marco de la innovación y competitividad económica territorial de las ciudades a nivel global. Valparaíso ya cuenta con una larga trayectoria de innovación y creatividad social que es posible identificar en su historia y trayectoria, y que sin duda determinó el territorio que hoy habitamos. Valorizar las prácticas de creatividad comunitaria en las estrategias públicas de gestión urbana y en especial a escala local como vectores de desarrollo urbano sustentable constituye una tarea impostergable justamente por la posición desfavorable que experimenta Valparaíso en el desarrollo territorial de Chile.



Imagen 6. Los lugares deben responder a concepciones de solidaridad y colaboración donde la Arquitectura sea un soporte para crear comunidad y promover el bien común antes que el bien particular. Fuente: Galleguillos A.- Schübelin (2012).

BIBLIOGRAFIA

- Castells, M. (1996) La era de la información. En: Economía, sociedad y cultura. Vol. 1 siglo XXI 1996. México DF.
- CNCA (2014) Mapeo de las industrias creativas en Chile: caracterización y dimensionamiento. Publicaciones Cultura. Consejo Nacional de la cultura y de las artes. Santiago. http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/mapeo_industrias_creativas.pdf
- CORFO (2016) Programa estratégico nacional Economía creativa (Presentación a CPIE) https://docs.wixstatic.com/ugd/443771_a20de9a528704a21ab87d97f1f1a606b.pdf
- CORFO (2016a) Programa estratégico Valparaíso ciudad creativa innovadora sustentable. Hoja de Ruta: https://drive.google.com/file/d/0B_x1ho2AoMZ7WVIdB3k4UHRyM1k/view
- CORFO (2016b) Valparaíso ciudad creativa innovadora sustentable. Resumen Ejecutivo http://www.chiletransforma.cl/wpcontent/uploads/2017/08/RESUMEN_EJECUTIVO_HDR_2JUNIO.pdf
- CORFO (2017) Chile creativo: ideas que valen, Informe 2016- 2017. CORFO Transforma. https://docs.wixstatic.com/ugd/443771_0b19d4dbbf0a4e9c8cbf9c6524ebc47e.pdf
- CORFO, Estratégica (2015): Diagnóstico y caracterización de la economía creativa: brechas y drivers de los 4 subsectores priorizados y la gobernanza de los esfuerzos públicos.
- CORFO (2017a) Programa estratégico Valdivia innovadora, sustentable y creativa. <http://www.chiletransforma.cl/wp-content/uploads/2017/08/ResumenEjecutivoPER-VISCv6GOC.pdf>
- Florida, R. (2005) Cities and the Creative Class. Routledge.
- (2005a) The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent. HarperBusiness, HarperCollins.
- (2017) The New Urban Crisis: How Our Cities Are Increasing Inequality, Deepening Segregation, and Failing the Middle Class—and What We Can Do About It, 2017. Basic Books.
- Gadamer, H. (1991) La actualidad de lo bello. Paidós Ibérica.
- Gehl, J. (2015) Städte für Menschen, JOVIS Verlag, Berlin.
- Harvey, D. (1998) La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural. Amorrortu editores, Buenos Aires.
- Hermansen, C. (2012) Arquitectura y Creatividad. En: Revista Diseña 4. PUCCH. <http://www.revistadisena.com/arquitectura-y-creatividad/>
- Herrera-Medina, E.; Bonilla-Estévez, H.; Molina-Prieto, L. (2013) Ciudades creativas: ¿paradigma económico para el diseño y la planeación urbana? En: Revista Bitácora Urbano Territorial [en línea] 22: Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74829048002> [consulta: 17 de julio de 2018]
- Landry, Ch. (2017) The Civic City in a Nomadic World. NAI Uitgevers / Publishers Stichting
- Lefebvre, H. (1969) *El derecho a la ciudad*, Barcelona: Península [edición original: (1968) *Le Droit à la ville*, Paris: Anthropos]. ^[1]_{SEP}
- Markusen, A. (2006) Urban Development and the Politics of a Creative Class: Evidence from a Study of Artists. Research Article Volume: 38 issue: 10, page(s): 1921-1940 <https://doi.org/10.1068/a38179>
- PNUD (2014) Plan de Recuperación Post Desastre y Transición al Desarrollo de la comuna de Valparaíso, desde un enfoque participativo y de reducción del riesgo de desastres.
- UNCTAD (2008) Economías creativas reporte 2008.
- UNESCO (2016) Conclusions: X Annual meeting of the UNESCO Creative Cities Network, Ostersund, Jamtland Harjedalen, Sweden, 16 September 2016.
- UNESCO (2017) Cultura Futuro Urbano: informe mundial sobre la cultura para el desarrollo urbano sostenible, <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002462/246291s.pdf>