



**Rodríguez, Mariana**

## ¿Qué son las ciudades creativas?

**Tesina presentada para la obtención del título de  
Licenciada en Turismo**

**Año: 2013**

**Directora: Dra. Adriana Otero**

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el repositorio institucional RDI, que procura la reunión, el registro, la difusión y la preservación de la producción científico-académica editada e inédita de la Universidad Nacional del Comahue.

Para más información, visite el sitio:

<http://rdi.uncoma.edu.ar/>

La iniciativa está enmarcada en la Ord. N° 0173/2014, con el objetivo de reunir y brindar acceso libre y gratuito a la información científica y académica, producto de las actividades de investigación, docencia y gestión institucional, a fin de garantizar la libre disponibilidad y acceso abierto al conocimiento científico.

### **Licenciamiento**

Esta obra está bajo una licencia Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Argentina de Creative Commons.

Para ver una copia breve de esta licencia, visite

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>.

Para ver la licencia completa en código legal, visite

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/legalcode>



# CREATIVAS



Tesina de Grado

## ¿Qué son las ciudades creativas?

Alumna: Mariana Rodríguez

Tutora: Dra. Adriana Otero



Universidad Nacional del Comahue  
Facultad de Turismo - Licenciatura en Turismo  
NEUQUEN, 2013



Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

*“Interrogarse sobre la ciudad es interrogarse sobre el ser humano y su capacidad de crear un espacio que lo acoja, lo beneficie y lo proyecte, pues no existe una línea nítida que señale dónde empieza la ciudad y acaba el hombre, sino que más bien ambos son un continuo interactuante. (...) La íntima relación entre desarrollo de la persona y desarrollo de la ciudad, cuyos destinos parecen unificarse, requiere de un proyecto social y urbano, en el que las categorías éticas y estéticas se constituyan en sus fundamentos esenciales.” (Gross, 1998)*

Índice	Pág.
<b>Introducción</b> .....	3
<b>Delimitación y Fundamentación del Problema de Investigación</b> .....	5
<b>Objetivo General y Objetivos Específicos</b> .....	8
<b>Hipótesis</b> .....	8
<b>Metodología</b> .....	9
Enfoque .....	9
Diseño .....	9
Unidades de Análisis .....	9
Muestreo .....	9
Técnicas .....	10
Interrogantes Iniciales .....	12
Categorías Analíticas Iniciales .....	13
<b>Marco Teórico</b> .....	14
<b>Marco Referencial</b> .....	20
<b>Capítulo I. La creatividad en el siglo XXI</b> .....	28
<b>Capítulo II. Nociones en Pugna</b> .....	30
Evolución Conceptual .....	31
La Ciudad Creativa, un discurso de naturaleza británica.....	32
Argumentos a favor de la Ciudad Creativa .....	35
Las Industrias Creativas .....	40
La Economía Creativa .....	43
La Clase Creativa .....	45
Encuadre Conceptual .....	47
<b>Capítulo III. Análisis de los Casos</b> .....	54
Valparaíso .....	57
Rosario .....	75
Medellín .....	97
<b>Capítulo IV. Resultados</b> .....	110
<b>Capítulo V. Conclusiones</b> .....	120
<b>Experiencias Aprendidas</b> .....	126
<b>Bibliografía</b> .....	130
<b>Anexos</b> .....	136
<b>Plan de Tesina</b> .....	159

## **Introducción**

La presente investigación se circunscribe al estudio de una categoría de ciudad instaurada hacia fines de siglo XX: la **ciudad creativa**. Interesa conocer qué son las ciudades creativas, a qué procesos hace referencia y qué características presentan estas ciudades.

El interés por las ciudades creativas reside en identificar y analizar las diferencias entre comunidades y sociedades. En particular, las diferencias en cuanto al nivel de desarrollo artístico – cultural y el nivel de emprendedorismo; dos condiciones que son de suma importancia para el desarrollo del sector turístico. Dado que el contexto puede estimular u obstaculizar los procesos emprendedores, se tratará de identificar aquellos factores clave que facilitan los **procesos emprendedores y creativo-culturales**.

La Ciudad Creativa es una adjetivación acerca de una forma de hacer ciudad que la introdujeron Landry y Bianchini en 1995 desde la consultora británica “Comedia”. Actualmente, hay otras denominaciones como “Ciudad del Arte” de Lazzeretti (2002) o “Ciudad de Marca” de Puig (2009). Se observa que existe una proliferación de denominaciones que aluden al mismo fenómeno pero enfatizando dimensiones diferentes.

Según Landry la adjetivación ciudad creativa como tal surgió en 1988 en el marco de dos **conferencias** realizadas una en Glasgow (“Arts and the Changing City”) y otra en Melbourne (“Creative City”), sobre cómo el arte podía colaborar en la resolución de los problemas urbanos. (Landry, 1995, 2000; Landry en Fonseca Reis, 2009)

El concepto de ciudad creativa se ha constituido a lo largo de la década de 1990 y lo que va del 2000 en una aspiración y en una nueva visión de empoderamiento de la ciudad (Landry; en Fonseca Reis et al, 2009:11-13). La década de 1990 fue de réplicas, de expansión del modelo hacia otras ciudades y hacia otras zonas urbanas llegando actualmente a regiones como Sudamérica, África y Asia. Esta notable difusión de la creatividad ha sido calificada por Kunzmann (2011) como “fiebre de la creatividad” (Kunzmann, 2011).

El éxito o la popularidad de las ciudades creativas, está estimulado en gran parte porque es un modelo de desarrollo urbano que está de moda en muchas ciudades, y que refiere a temas tan estimulantes como la cultura y el arte, la creatividad, y la sustentabilidad. Desde que Barcelona se erigió como “el caso exitoso” de marketing, transformación urbana, y gestión público-privada, todo intento por imitar el modelo de desarrollo de Barcelona es considerado positivo. Actualmente, Barcelona constituye una marca urbana.

La adjetivación acerca de la ciudad creativa fue trasladada al centro de la escena por planificadores urbanos, consultoras, y agencias de desarrollo cultural y urbano. La réplica del concepto se produjo muy rápidamente. Distintos organismos como la UNESCO, UNCTAD, KREANTA realizaron publicaciones y conferencias al respecto. Los Estados locales diseñaron planes que, a través de “estrategias” de desarrollo urbano, culminaron en programas y proyectos concretos derivados de esta forma de concebir a la ciudad. Por su parte, la sociedad

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

civil y del sector privado, fueron los actores centrales que materializaron los proyectos en la ciudad real.

Es decir, si bien existen territorios que de forma natural son más dinámicos, culturales y creativos que otros, en las últimas décadas se ha estimulado el desarrollo urbano basado en dichos principios, lo cual merece su atención en el contexto socio-económico del capitalismo post-industrial. Por lo tanto, se creyó preciso cuestionar esta adjetivación para tratar de identificar la mayor cantidad posible de argumentos en pos de efectuar un análisis crítico.

Si bien esta complejidad de análisis excede al ámbito del turismo, su estudio se considera importante ya que aporta parámetros para la planificación y gestión del desarrollo turístico – recreativo. En tiempos en que, por un lado, se tiende a una complejización de los problemas urbanos y, por otro lado, a una gestión pública cada vez más operativa. Esto requiere mayor nivel de conocimiento y abstracción para saber qué modo de desarrollo conviene a cada territorio, qué tipo de iniciativas es posible fomentar y hasta qué punto. En tiempos en que lo turístico se esfuma en un dispositivo económico – cultural que deriva, la mayoría de las veces, en desarrollos inmobiliarios, que van incluso en contra de los principios turísticos más tradicionales, al privatizar o impactar negativamente sobre los recursos naturales y culturales. Y en tiempos donde es preciso emprender procesos de desarrollo local y autogestión de los recursos para la defensa del territorio.

En los últimos años, el concepto de ciudad creativa se ha expandido fuera del contexto y la escala urbana, lo cual plantea reflexiones respecto de los beneficios y perjuicios que puede llegar a ocasionar esta forma tan *urbana* de concebir los lugares.

### **Delimitación y Fundamentación del Problema de Investigación**

La presente investigación radica en el estudio de las Ciudades Creativas a partir de la identificación del presente problema de investigación:

***La vaguedad y ambigüedad de la categoría ciudad creativa genera inconvenientes para el avance del conocimiento en la materia, al tiempo que se pierden oportunidades de aplicación de los valiosos aportes que este fenómeno presenta para una mejor gestión turístico-recreativa.***

Dicho problema de investigación se fundamenta en la existencia de una amplia diversidad de problemas situados en el campo de la praxis. Durante el transcurso de la carrera de Licenciatura en Turismo se pudo tener una aproximación a distintas realidades turísticas nacionales, en particular de las provincias de Neuquén y Río Negro. La complejidad de los problemas que atraviesan los municipios turísticos en muchos casos se vinculan con aspectos humanos más que tecnológicos o financieros, que inciden en la calidad de las gestiones, que se vuelven enfermedades cuando se generalizan, y que terminan afectando negativamente la competitividad de los destinos turísticos.

Construir una nueva ciudadanía se vuelve un deber para Argentina, y más aún para el sector turístico nacional si se piensa en la naturaleza del fenómeno turístico. A diferencia de otros sectores que tratan de manera intensiva con procesos productivos e industriales, el factor humano es clave para el sector turístico dado que por naturaleza involucra a personas.

La complejidad de los destinos turísticos difiere de las empresas por una cuestión de escala. En los destinos turísticos confluyen el sector político, el técnico, el empresarial y la comunidad, así como el mismo turista en su rol de visitante y el residente en calidad de recreacionista. En términos generales si en cada uno de estos conjuntos humanos priman aspectos negativos como la falta de capital social, se tiende a una situación problemática que incide en la competitividad sustentable del destino turístico.

Entre las problemáticas que a menudo se encuentran en los destinos turísticos nacionales está la falta de voluntad política, el accionar corto-placista guiado por intereses partidarios y prácticas corruptas; la desmotivación de residentes así como la falta de participación y de una actitud proactiva (ya sea para el cuidado del espacio público como así también para el desarrollo de proyectos y emprendimientos con fines económicos o sociales); y la escasez de productos turísticos innovadores tanto a escala de destinos como a nivel empresarial.

Ante estas consideraciones se cree que urge buscar nuevas formas de construir otro tipo de ambientes y de relaciones entre los argentinos si se quiere que el turismo deje de ser pura potencia, y más aún si se quiere un desarrollo turístico sustentable y competitivo.

Tras la búsqueda de pistas que permitan ir descubriendo el camino hacia otro tipo de sociedad se encontró en las denominadas **ciudades creativas** una forma de “hacer ciudad” que brinda elementos positivos claves para la gestión de los destinos turísticos. “¿Qué es una ciudad

*creativa? Para esta sencilla pregunta, Yúdice y Scott (2010), tienen distintas respuestas. Todo depende de dónde ponga cada uno el acento.”<sup>1</sup>*

La ciudad creativa se volvió una aspiración de las agencias de planificación locales durante la década de 1990, en particular por cuestiones de competitividad (Landry; en Fonseca Reis et al, 2009:11). Sin embargo, algunas ciudades como las latinoamericanas Bogotá, Medellín, Guaramiranga y Rosario además de la necesidad de competitividad han intentado construir una ciudad más inclusiva, aun con muchas dificultades y errores, pero que constituyen buenos casos de análisis en pos de tal búsqueda. (Mockus, 2007; Yúdice, 2008; Fonseca Reis, 2009; Hernández y Quevedo, 2010)

Una de las reflexiones subyacentes en el análisis de las ciudades creativas reside en la posibilidad de adaptar sus principios a distintos contextos locales, siendo que, como se anticipó, en algunos casos la comunidad como el empresariado suelen tener una baja propensión al cambio.

De acuerdo a Hernández y Quevedo (2010) en las ciudades creativas hubo voluntad y decisión política de cambiar la ciudad, hubo una planificación estratégica e inversiones en pos de tal objetivo. En lo personal, se cree que fundamentalmente hubo personas concretas que se volvieron agentes de desarrollo en los términos planteados por Arocena (1995), y que desde los múltiples y variados espacios de la ciudad contribuyeron a forjar el cambio y a aportar un matiz para que actualmente se las pueda reconocer como ciudades creativas. Lo cual da cuenta de la posibilidad de cambio.

Más allá de la utilidad que brindan las ciudades creativas para la gestión turístico recreativa, estudiarlas también aporta al conocimiento del fenómeno turístico urbano en la actualidad, ya que se asiste a una nueva configuración de lo urbano, lo cultural y lo turístico que debe analizarse en el marco del post-turismo. “...los cambios paradigmáticos que se han vivido desde la década de 1990, en cuanto a la espacialización del trabajo, de las culturas, y de las experiencias, apuntan tanto a la aparición de una nueva generación de viajeros culturales, que no están ya motivados por la cultura, en forma de objetos de consumo cultural, sino que son consumidores cuyos comportamientos y aspiraciones son fuertemente orientados a lo urbano.” (Amin & Thrift, 2007; en Quagliari Domínguez y Russo, 2010:1).

Si bien la noción de ciudad creativa se popularizó, constituye una categoría vaga y ambigua por: 1) lo multidimensional, dado que abarca aspectos políticos, sociales, económicos, culturales y ambientales, entre otros; 2) porque encierra bajo un mismo paraguas lógicas e ideologías diametralmente opuestas como la clusterización de barrios bohemios (con el consabido efecto de gentrificación asociado que esto conlleva) y la promoción de cultura ciudadana en pos de fines sociales más amplios; 3) y porque involucra otros conceptos que se

---

<sup>1</sup> Campo, S. (2010): “Una ciudad realmente creativa tiene que resolver sus problemas sociales”. Versión Online Diario Heraldo de Aragón. Sección Cultura. [En línea]. Buscador Google. Sitio Web: [http://www.heraldo.es/noticias/detalle/una\\_ciudad\\_realmente\\_creativa\\_tiene\\_que\\_resolver\\_sus\\_problemas\\_sociales.html](http://www.heraldo.es/noticias/detalle/una_ciudad_realmente_creativa_tiene_que_resolver_sus_problemas_sociales.html) Fecha de Publicación: 26/11/2010

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

encuentran en debate y que a la vez carecen de una definición unívoca como el de creatividad, cultura y gobernanza. Sin embargo, está imbuida de cierta inocencia porque la noción misma de creatividad tiene una imagen y sonoridad positiva asociada al arte y la invención.

Para algunos autores la ciudad creativa es una categoría que involucra al marketing de ciudades pero lo supera (Landry, 2000), mientras que para otros autores la ciudad creativa está subsumida en los debates sobre dirección estratégica y marketing (Muñiz Martínez y Cervantes Blanco, 2010). El debate inicial respecto a las ciudades creativas estuvo más bien centrado en lo cultural mientras que actualmente comienza a evidenciarse la incorporación de vocablos como tecnología e innovación.

Esto constituye un problema de conocimiento, dado que un manejo acrítico de las categorías o una mala interpretación y manipulación de las mismas de parte de los investigadores y gestores locales puede traer aparejado impactos negativos severos en la sociedad así como incomprensiones entre los investigadores.

En pos de analizar de manera crítica esta categoría se propone reconstruir la trayectoria seguida por este concepto desde su emergencia e identificar las diferentes visiones que existen respecto de la noción de ciudad creativa en los términos propuestos por Bourdieu, para quien *“las visiones son vistas desde una posición en el espacio social”*. En particular, interesa problematizar ¿a qué hace referencia la adjetivación de la ciudad como *creativa?*, lo cual implica analizar las características de estas ciudades para intentar establecer similitudes y diferencias en relación a todas aquellas ciudades que no pueden definirse como tal, y a la vez poder establecer similitudes y diferencias entre ellas.

**Objetivo General:**

- Comprender la categoría de ciudad creativa a fin de contar con un marco analítico que sirva como caja de herramientas para la toma de decisiones en el campo turístico-recreativo y la puesta en marcha de procesos de desarrollo local así como para el avance del conocimiento respecto de las ciudades creativas.

**Objetivos Específicos:**

- Reconstruir la trayectoria seguida por la categoría “ciudad creativa” a partir de identificar los distintos debates, argumentos y evidencias que la impulsaron.
- Analizar el estado del arte respecto a las ciudades creativas a partir de las interpretaciones de autores e instituciones involucrados en el tema.
- Analizar en qué reside la “*creatividad*” de tales ciudades y cuáles son las características destacadas para adquirir tal adjetivación.
- Identificar nuevas categorías de análisis en relación a las ciudades creativas.
- Elaborar lineamientos para la toma de decisiones en el campo turístico-recreativo y la puesta en marcha de procesos de desarrollo local en base al marco analítico construido.

**Hipótesis:**

- Las “ciudades creativas” aluden tanto a *procesos* como a *recursos localizados*.
- En las distintas ciudades creativas existe un fuerte componente cultural, emprendedor y lúdico.
- El debate en torno a la categoría “ciudad creativa” se encuentra en un punto de inflexión generado por las consecuencias negativas que trajeron consigo las estrategias de reconversión urbana originales y las urgencias que plantea el futuro respecto a la cuestión social y ambiental.

## **METODOLOGÍA**

**Enfoque.** La investigación se sitúa en el ***Paradigma Cualitativo*** debido a las características del objeto de estudio. Las primeras observaciones respecto de las ciudades creativas reflejan la necesidad de comprensión del estado del arte acerca de este fenómeno nuevo y multidimensional a fin de hallar categorías analíticas emergentes. Esto implica necesariamente el cruzamiento de perspectivas y de datos que permitan construir al objeto de estudio “ciudades creativas”. En este proceso se considera importante el rol del investigador en tanto intérprete de los debates en curso acerca de las ciudades creativas. La construcción del marco teórico y analítico se efectuó a partir de sucesivas notas o memos parciales, que se fueron generalizando y complejizando progresivamente en el marco de la Teoría Fundamentada (*Grounded Theory*).

**Diseño.** El diseño de la investigación fue ***exploratorio*** debido al contexto de descubrimiento en que se sitúa el investigador respecto del objeto de estudio en cuestión. Pero también contó con un ***momento descriptivo*** ya que pensar en las ciudades creativas remite a dos preguntas fundamentales: ¿en qué reside la creatividad de estas ciudades? y en simultáneo ¿cómo son dichas ciudades?.

**Unidades de Análisis:** ciudades creativas.

**Muestreo.** No Probabilístico. Intencional.

➤ *Para el análisis del estado del arte*

Como no existe una base de datos referida exclusivamente a las ciudades creativas, se confeccionó un marco muestral, el cual se realizó mediante un muestreo por bola de nieve. La mayoría de los documentos analizados fueron a texto completo.

Durante el proceso de impregnación de campo se efectuaron búsquedas asistemáticas sobre la temática en cuestión que permitieron identificar los primeros autores e instituciones a analizar. Las búsquedas de documentos se realizaron por Internet (Buscador Google).

Con respecto a la selección de los autores con los cuales trabajar, se decidió priorizar a los referentes que se reiteraron a lo largo de las búsquedas y que son claves respecto a las ciudades creativas, ya que existe una gran cantidad de autores jóvenes, o bien autores que no escriben sobre las ciudades creativas en sí, sino que profundizan sobre la cultura, el branding urbano, los barrios bohemios, etc. El interés prioritario fue reconstruir la trayectoria seguida por el concepto, más que contrastar autores o profundizar en sus aportes. Asimismo, vale decir que a lo largo de la investigación el interés se fue centrando cada vez más en tratar de comprender más que en identificar simples reiteraciones discursivas<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> En el Plan de Tesina se hacía referencia a la confección de una nube de palabras para identificar los conceptos que más se resaltaban a lo largo del discurso, que finalmente no se realizó por considerarse poco relevante para los fines de la investigación.

➤ *Para el análisis de las ciudades creativas*

Con respecto a los casos analizados, vale decir que Medellín es un referente y un caso recurrente en materia de ciudades innovadoras que se transformaron en base al urbanismo social. Valparaíso contiene un Programa de Industrias Creativas. En cambio Rosario no es un referente dentro de la bibliografía sobre ciudad creativa y tampoco ha llevado a cabo políticas intensivas sobre las industrias creativas. No obstante, a priori se creyó que por las características culturales y emprendedoras que la caracterizan, la ciudad tenía las condiciones para ser considerada como tal.

### **Técnicas**

Con respecto a las técnicas, se utilizó la técnica de **observación documental**. Se recurrió a la **triangulación de datos** como estrategia para reconstruir la categoría ciudad creativa y abordar los casos. En este sentido, cabe recordar que sólo se realizó una salida de campo exploratoria a la ciudad de Rosario en el año 2011, en la cual se realizaron observaciones asistemáticas, intentando aproximarse a la noción de **“observación flotante”**. La observación flotante es un término acuñado por Pétonnet que *“...alude a una observación no mediatizada, sin aprioris, disyunciones significativas de las que se puedan extraer leyes subyacentes. Esta nueva mirada antropológica no supone en absoluto la renuncia a las técnicas etnográficas convencionales sino todo lo contrario. Delgado (1999) reivindica al antropólogo como la encarnación del habitante de las sociedades urbanas, un “voyeur” desde una posición privilegiada. No se trata de una observación participante “al estilo Malinowsky” sino una observación “totalmente participante” y al tiempo “totalmente observadora” donde el antropólogo inscriba su individualidad. En este sentido, un etnógrafo de los espacios públicos debe aprovechar los materiales culturales que han nacido con y para la vida urbana, entre ellos la música moderna, el cine etc... que son capaces de sintetizar en unos minutos escenas de vida.”* (Muñoz Mella, 2004: 179)

El hecho de no haber estado antes en una ciudad como Rosario, y de proceder de un contexto totalmente diferente (norpatagonia) permitió contar con una gran sensibilidad y apertura a lo nuevo y diferente, y así poder captar los aspectos más sutiles de la experiencia urbana en la ciudad de Rosario. Producto de la mencionada salida de campo se obtuvo un rico archivo fotográfico.

Los casos de Valparaíso y Medellín fueron analizados con la información disponible online. Se trabajó con **fuentes de datos primarias y secundarias**: desde planes estratégicos hasta noticias, pasando por publicaciones de organismos internacionales y ONGs, papers, sitios web para conocer el estado del arte, y videos promocionales de las ciudades consideradas creativas para identificar la configuración de la ciudad a través de las estrategias implementadas y la imagen transmitida en dichos videos.

También se intentó realizar una **triangulación teórica** para construir el marco teórico, ya que la ciudad creativa resulta de la convergencia de diversos campos: lo social, lo cultural, lo político, lo ambiental, lo urbano, lo económico, etc. Al respecto, vale señalar la importancia de

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

los estudios transversales o transdisciplinarios para abordar la complejidad que representan estas unidades territoriales, que son a la vez locales y globales. A su vez, implica señalar la importancia de que este tipo de investigaciones se realicen en equipos transdisciplinarios, ya que constituye demasiada complejidad para un solo investigador.

Interrogantes Iniciales:

**-El devenir de una adjetivación.**

- ¿Cuándo surgió esta adjetivación?,
- ¿Quiénes y cómo la impulsaron?,
- ¿Cuáles fueron los motivos y los argumentos utilizados para impulsar la renovación de la ciudad?,
- ¿Qué debates en curso alimentaron la emergencia de esta clase de ciudades?,
- ¿Qué evidencias empíricas fueron configurando esta clasificación?,
- ¿Cuándo comenzaron a darse ciertas fracturas y a cuestionarse la denominación de ciudad creativa?,
- ¿Quiénes y qué cuestionaron?

**-¿En qué reside la *creatividad*?,**

- ¿En tener un milieu de artistas, bohemios, miembros de la *clase creativa*?,
- ¿En contar con un equipo de gestión pública proactivo e imaginativo que ha logrado trabajar en conjunto con el empresariado y la sociedad civil?,
- ¿En haber podido resolver distintos problemas de la ciudad?, ¿Cuáles?
- ¿En haber encontrado formas novedosas de resolver los problemas de la ciudad?, ¿Cuáles?

**-¿Cómo son las ciudades creativas?,**

- **Son exitosas?**, ¿En qué han sido exitosas? (incremento del PBI?, en haber tendido a la cohesión social?), ¿Cómo lograron el éxito?
- **Son culturales?**, ¿A qué tipo de cultura se hace referencia? (a la existencia de recursos culturales?, a la creación de mega equipamientos culturales?, a la atmósfera urbana y cultural de la ciudad?), ¿Qué lugar ocupan las identidades locales?
- **Son emprendedoras?**, (A nivel político, social, empresarial?)
- **Son atractivas?**, ¿Qué factores las hacen atractivas? (las amenidades?, las experiencias que permite vivir?, la atmósfera cultural?, lo urbano?), ¿Son lúdicas?
- **Incorporan la cuestión del cuidado del medio ambiente?**, ¿De qué manera?

**Categorías Analíticas Iniciales de la Ciudad Creativa**

<b>Atmósfera Urbana</b>	
<b>Dimensión 1: Atmósfera Cultural y Vibrante</b>	
<p><b><i>Dimensión Patrimonial</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Existencia de un importante patrimonio cultural material e inmaterial.</li> <li>▪ Existencia de una nutrida agenda de eventos culturales.</li> <li>▪ Manifestación del arte en el espacio público.</li> <li>▪ Presencia de espacios concebidos como “terceros lugares”. Ejemplo: cafés, prostíbulos, clubes.</li> <li>▪ Existencia de un pasado con una rica “vida de barrio”.</li> <li>▪ Existencia de barrios o clusters creativo-culturales donde se desarrollan las industrias creativas.</li> <li>▪ Estímulo a la creatividad y la curiosidad con espacios destinados a tal fin.</li> </ul>	<p><b><i>Dimensión Social</i></b></p> <div style="background-color: #90EE90; padding: 2px;"><b>Energía Ciudadana - Dinamismo</b></div> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Manifestación de iniciativas de la sociedad civil con autonomía y dinámica propia.</li> <li>▪ Apropiación y utilización (intensiva y extensiva) del espacio público.</li> </ul> <div style="background-color: #90EE90; padding: 2px;"><b>Existencia de una “masa crítica” de sujetos con un habitus particular</b></div> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cosmopolitas</li> <li>▪ Artísticamente Creativos</li> <li>▪ Emprendedores</li> <li>▪ Con vocación para el estudio</li> <li>▪ Flexibles (trabajo tipo “free-lance”)</li> </ul>
<b>Dimensión 2: Atmósfera Creativa y Emprendedora</b>	<b>Dimensión 3: Atmósfera Ambiental y Saludable</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Existencia de espacios para la incubación de emprendimientos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Buenas Prácticas Ambientales</li> <li>▪ Prácticas Saludables</li> </ul>
<b>Dimensión 4: Modernización del Estado - Gobernanza Urbana</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Planificación Estratégica</li> <li>▪ Construcción de una Visión para la ciudad</li> <li>▪ Descentralización Institucional</li> <li>▪ Liderazgo y trabajo en equipo</li> <li>▪ Alianzas público-privadas</li> <li>▪ Participación activa de los ciudadanos</li> <li>▪ Ejercicio ininterrumpido de gobiernos elegidos democráticamente</li> <li>▪ Continuidad en las políticas</li> <li>▪ Articulación interinstitucional, en particular con instituciones académicas</li> <li>▪ Profesionalización de funcionarios y administradores públicos</li> <li>▪ Intercambio de experiencias aprendidas con otros municipios</li> </ul>	

## **Marco Teórico**

### **Ciudad y prácticas sociales contemporáneas**

**El discurso de la ciudad creativa emergió en el contexto de transformación de la ciudad moderna basada en una economía de industrialización pesada y de producción estandarizada (modelo conocido como “fordista”) a la ciudad “posmoderna”, también denominada como posindustrial o posfordista.**

Los inicios de estas transformaciones pueden situarse alrededor de 1980. Los profundos cambios en el orden social y económico, tecnológico y geo-político, tuvieron su correlato a nivel territorial. De acuerdo a Castells, las ciudades son los nodos de la nueva economía. La ciudad fue el centro de las políticas públicas (que, como se verá, a lo largo de la investigación no fueron tan “públicas”).

Desde la década de 1990 en adelante comenzaron a darse una serie de debates acerca de la ciudad (que habían comenzado mucho antes, allá por la década de 1960-1970) que convergieron con la necesidad del capitalismo contemporáneo de mejorar la calidad de vida urbana, estimular la creatividad y generar innovaciones en una economía crecientemente competitiva. Estos debates estuvieron alimentados también por los debates en torno a la educación y al tipo de ciudadano que iba a requerir la nueva sociedad móvil, interconectada tecnológicamente y multicultural, así como los estudios científicos acerca de la creatividad, la innovación, y la innovación territorial. (Landry en Fonseca Reis, 2009)

Entiéndase por “ciudad post-industrial” o “posfordista” una ciudad cuya economía está orientada por los servicios y el conocimiento, muy diferente a la economía basada en la industrialización mecánica y pesada de décadas pasadas como la metalurgia.

La “ciudad posfordista” es una ciudad donde los gobiernos locales tienen que resolver las tensiones locales y globales producto de la convergencia de los procesos de **globalización y descentralización**. Las ciudades latinoamericanas, a su vez, deben buscar formas de paliar las desigualdades sociales existentes. Desigualdades en términos de condiciones materiales de existencia, desigualdades de conocimiento, y desigualdades tecnológicas (una de las cuales es la brecha digital). Hay ciudades con objetivos e iniciativas más orientados hacia la **competitividad urbana** y ciudades que, sin descuidar la presión por la competitividad urbana, han sido “creativas” en la manera de abordar sus profundos **problemas sociales** y de pensarse de cara al siglo XXI, como Rosario, Bogotá y Medellín. Y también están las ciudades caracterizadas por gobiernos ineficientes e incapaces de resolver sus problemas urbanos.

Frente a esta realidad, los gobiernos locales están implementando nuevas formas de planificación y gestión que conducen hacia un modelo de **gobernanza territorial**. La gobernanza es entendida como *“las formas y procesos de interacción y cooperación horizontal entre sector público, sector privado y actores sociales, dentro de un marco institucional en mayor o menor grado proclive al logro de decisiones y acuerdos societales.”* (Jiménez, 2008; en Barbini et al, 2011: 113)

Muñiz Martínez y Cervantes Blanco (2010) proponen un modelo de dirección estratégica y marketing de ciudades que se expone en Anexos N° 1. Dichos autores plantean la ciudad como un sistema de relaciones entre los ciudadanos, las instituciones (entre las cuales se encuentra el Estado), los inversores y los turistas.

El **mayor tiempo libre de las clases medias y altas de la sociedad y la mayor flexibilidad laboral** crean oportunidades de consumo y de aprovechamiento del tiempo. Por lo tanto, existe un mercado real y potencial de oferentes y demandantes de bienes y servicios, y un deseo de vivir nuevas experiencias, que generan una presión constante en términos de nuevas ofertas y medios para alcanzarlas.

Entre las distintas formas de satisfacer las necesidades de ocio y recreación, se encuentran los viajes, la práctica de actividad física, los videojuegos y juegos online, la gastronomía, y la compra de distintos bienes como la indumentaria, entre muchas otras posibilidades. Escuchar música y debatir sobre distintos géneros y bandas musicales, ir regularmente al teatro o al cine, dedicar un tiempo considerable a la lectura, y tener amigos artistas con quienes debatir temas “culturales”, hoy resulta ser una práctica más habitual y generalizada que en épocas pasadas.

Como es sabido, **las prácticas sociales conllevan formas de distinción social** ya que involucran valores, expectativas, creencias y concepciones acerca de uno y de los otros. Toda práctica social tiene asociada su expresión o manifestación cultural. De acuerdo a Lash y Urry (1994), lo que se consume en el capitalismo contemporáneo no son productos o servicios sino signos, y las identidades son construidas a través del intercambio de valores-signo. (Lash y Urry, 1994)

La cultura se manifiesta en este sin fin de prácticas sociales como el lenguaje y la vestimenta, la forma de utilizar y apropiarse de los espacios públicos, la forma de disfrutar del tiempo libre, así como a través de distintas obras y manifestaciones de arte. García Canclini (2004) define la cultura como “...el conjunto de los procesos sociales de significación...”, más específicamente como “...el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación de la vida social.” (García Canclini, 2004: 34)

En el marco de la sociedad capitalista y consumista, la **diferenciación** es parte de la condición económica y social contemporánea. En palabras de Boltanski y Chiapello (2002) “Mientras que la estandarización consistía en concebir un producto de golpe y someterlo a la reproducción idéntica del mayor número posible de ejemplares absorbidos por el mercado [haciendo alusión al modo de producción Fordista], la codificación, elemento a elemento, permite jugar con combinaciones e introducir variaciones con el fin de obtener productos relativamente diferentes aunque del mismo estilo.” (En García Canclini, 2004: 77) De este modo, la codificación hace posible mercantilizar diferencias inviables en la producción estandarizada.

**La cultura y la creatividad son insumos fundamentales para generar diferencias y singularidades, y para crear innovaciones.** Esto significa que el capitalismo encuentra en la

cultura grandes posibilidades de reproducción por un tiempo considerable, ya sea a través del turismo, del diseño, el cine o la moda, entre otras muchas expresiones artístico-industriales. Wortman (2009) sostiene que *“...el sistema capitalista actual necesita ideas, creaciones, fantasías, imágenes para producir relatos de entretenimiento.”* (Wortman 2009: 19)

El concepto que reúne a éstos distintos sectores es el de **industrias creativas**. Gran parte de la “economía de signos” a la que aluden Lash y Urry (1994) se produjo a partir del impresionante desarrollo de éstas industrias. Castells afirma *“En efecto, es por esta interfaz de programas de macroinvestigación y grandes mercados desarrollados por el Estado, por una parte, y la innovación descentralizada estimulada por una cultura de creatividad tecnológica y **modelos de rápido éxito personal**, por la otra, por lo que las nuevas tecnologías de la información llegaron a florecer. Al hacerlo, agruparon a su alrededor redes de empresas, organizaciones e instituciones para formar **un nuevo paradigma socio-técnico.**”*<sup>3</sup> (Castells, 2000: 104)

La penetración de los medios y el consumo visual han alcanzado una difusión y omnipresencia excepcionales. De acuerdo a Lash y Urry *“hay una semiótica en la cual las imágenes culturales, ya sean representaciones en televisión, publicidad, cartelería, música pop, video, computadoras hogareñas y así sucesivamente, constituyen una porción significativa y progresivamente creciente de la realidad social “natural” que rodea a la gente.”* (Lash y Urry, 1987: 287)

Diversos autores consideran que la centralidad e importancia que ha adquirido la cultura, es propio de la actual fase del capitalismo. (Yúdice, 2002: 24; Scott, 2007: 199; Wortman, 2009: 20) Tanto Yúdice (2002) como Wortman (2009) reconocen una serie de impactos derivados de la centralidad que ha adquirido la cultura, en términos de: a) organización social, b) división internacional del trabajo, y división internacional del trabajo cultural, c) mercado laboral, d) estilos de vida y construcción de subjetividades, e) usos del tiempo libre y formas del ocio, específicamente en el campo cultural, f) cognición y sensibilidades. (Yúdice, 2002; Wortman 2009: 20)

De acuerdo a Scott, *“El sistema capitalista, por supuesto, siempre se ha caracterizado por una dimensión cognitiva y cultural, y esto ha sido siempre una fuente de una u otra manera de fuerzas creativas e innovadoras en las ciudades (Hall, 1998) Sin embargo, (...) Hoy en día, hay un sustrato cognitivo-cultural muy particular abriéndose paso con mucha fuerza en los países de capitalismo avanzado, y paralelo a este desarrollo, está entrando en juego con fuerza también una serie específica y dominante de energías sociales.”* (Scott, 2007:199)

De acuerdo a Mignaqui (2005), los patrones de apropiación del espacio *“...responden a los cambios en las pautas de consumo y de valores culturales propios del fin de siglo y de una economía mundializada. En este sentido, la búsqueda de novedad y experiencia de cambios por parte de las elites urbanas de alto nivel de consumo actúan como disparadores de estas transformaciones. Esta búsqueda, llega además a las necesidades de satisfacer su propio*

---

<sup>3</sup> La negrita es nuestra.

*espacio residencial que ya no alcanza sólo con una buena vivienda. Así, el ambiente cultural y de esparcimiento, los equipamientos educativos y de salud existentes, así como la búsqueda de una oferta de bienes y servicios más sofisticados, configuran el escenario de atracción para estos grupos.” (Mignaqui, 2005: 7)*

Las ciudades, en respuesta a la nueva organización del tiempo social, han incrementado la oferta recreativa, urbana y turística. El carácter festivo de las ciudades asociado fuertemente a lo recreativo y turístico ha dado lugar a una proliferación de denominaciones como “game reserves” (Lazzeretti, 2003:4), “ciudad neobarroca” (Améndola, 2003; en Quaglieri Dominguez y Russo, 2010: 8), “ciudad à la carte” (Quaglieri Dominguez y Russo, 2010: 8), “entertainment machine” (Silver, Clark & Yanez, 2011), “lugares experimentables” (Barrado Timón, 2010:8), “oasis-like areas” (Riukulehto en Pulliainen and Siltanen, 2010:50), “campamentos para la supervivencia” (Puig, 2009: 26). Esta visión respecto de la ciudad focaliza en la ciudad en tanto **escena urbana** contemporánea que posibilita la realización de diferentes prácticas recreativo-turísticas y la vivencia de distintas experiencias urbanas, muchas de las cuales son de orden contemplativo que recuerdan al flâneur parisino de Baudelaire.

De acuerdo a Clark et al (2011) *“...las escenas incluyen arte, pero también playas, cafés, restaurantes, eventos deportivos, vida de calle, entre otros. Las escenas reúnen todos estos aspectos, permitiendo una diversidad de actividades desde tomar un café hasta escuchar música o leer poesía que debe ser analizado como parte de un mismo proceso social. Las escenas proveen formas de pertenencia social en sintonía con las demandas de una cultura en la cual, los individuos ya no se definen por el hogar, la familia o la clase de donde provienen, sino que son más contingentes y expresivos en términos de estilos de vida y sensibilidades (Joas, 2004). Así como el barrio y la familia contextualiza la residencia y la herencia, y las ocupaciones contextualizan los logros y el trabajo, las escenas proveen a los individuos de contextos sociales específicos para interactuar en la base de sus sensibilidades cultivadas de manera contingente tales como la manera en que se visten, comen, escuchan música, observan el arte, entre otros.” (Clark et al, 2011: 4)*

Siguiendo a Clark et al (2011) *“...las escenas son más propensas a emerger en las sociedades menos industrializadas, más orientadas a la expresión, y más contingentes, donde las restricciones tradicionales tienden a caer y la acción auto-motivada en torno al consumo, el ocio y las amenidades constituyen una de las dimensiones más importantes para definir la cohesión social y la interacción. (...) Las escenas remarcan la cultura, ya que la cultura otorga sentido [a la práctica social].” (Clark et al, 2011:2-3) “Al igual que el barrio y el espacio de trabajo, las escenas reducen la anomia, pero lo hacen focalizando en el consumo y en el uso de amenidades específicas, son más consistentes con el ethos actual de la contingencia, trascendiendo las ideas tradicionales acerca del poder fundamental que ejercen la trayectoria laboral, familiar y social.” (Clark et al, 2011: 2)*

Recrear una **atmósfera urbana** con buenas oportunidades para mejorar la calidad de vida se volvió una cuestión de primera importancia para la radicación de empresas, capitales y

personas altamente formadas. Estas consideraciones que actualmente parecen obviedades, no lo eran hasta hace unas décadas atrás.

De acuerdo a Carrillo (2005) *“Un potenciador de las opciones de diseño para las ciudades deriva del entendimiento de los centros urbanos como sistemas de valor: comunidades humanas configuradas en torno a un arreglo de valor que las congrega y las mantiene unidas. El desarrollo de las ciudades no tiene que restringirse al mejor acomodo de la población actual a la infraestructura heredada, sino que puede orientarse al diseño de la experiencia urbana: el conjunto de vivencias personales, familiares, sociales, laborales, entre otras, que hacen preferible fincar residencia en una ciudad. Las posibilidades de desarrollo urbano están cada vez menos circunscritas a la construcción de obra civil y se abren cada vez más al diseño y creación de ambientes y circunstancias que posibiliten experiencias significativas y productivas.”* (Carrillo, 2005: 2)

En este contexto de transformación de la ciudad, resurge el **espacio público**. Verhagen (2009) sostiene que el espacio público es a la economía creativa, como la fábrica o el club eran para la economía del capitalismo industrial. (Verhagen, en Fonseca Reis et al, 2009: 104) De acuerdo a Duhau (2001), *“la problematización de los espacios públicos aparece asociada a la observación de síntomas que parecen poner en cuestión las características y valores atribuidos a la ciudad moderna: diferenciación social sin exclusión, coexistencia de funciones diversas, aceptación y disfrute de lo extraño, lo nuevo y lo sorprendente...”* Estas características refieren al espacio público como *“un lugar abierto y accesible a cualquiera y donde cada uno arriesga y acepta encontrarse con quienes son diferentes.”* (Duhau, 2001: 5) Entre los años sesenta y setenta, diversos autores comenzaron a abordar desde diferentes ángulos la cuestión de lo público en las sociedades occidentales, inaugurando un debate que se mantiene vigente y al que Gorelik (2008) alude como *“el romance del espacio público”*. Esto se produjo en el contexto de la crisis del Estado Benefactor y de la industrialización fordista, entre otros factores influyentes.

En lo que respecta a las ciudades creativas y a los fines de la presente investigación interesan varios aspectos:

- **el pasado de los territorios** como generadores de una particular **energía ciudadana** que se traduce en emprendimientos de muy variado tipo, mucho de lo cual llega hasta el presente a través de la estructura urbana misma de la ciudad, y de su patrimonio cultural (edilicio principalmente). Desde esta perspectiva, el estudio de la ciudad creativa se aproxima a los estudios transversales sobre capital social y desarrollo local.
- las condiciones históricas y situacionales que se tuvieron que generar para promover **transformaciones urbanas contemporáneas**, cuando en otras ciudades este tipo de cambios sociales y urbanos son muy difíciles de que ocurran (por esta razón también hay un fuerte énfasis en las ciudades creativas de tratarlas como casos exitosos). En este sentido, una variable importante a considerar es la manera de gestionar y conducir estas ciudades, lo cual requiere un análisis en términos de gobernanza urbana.

- también interesa conocer cuáles son los **nuevos temas de la agenda urbana**, tales como el fomento y gestión de las industrias creativas y el turismo en el contexto de la economía creativa, la economía social, la sustentabilidad urbana, la movilidad, la construcción de ciudadanía, y el desarrollo de ciudades más activas y saludables, entre otros. En esta investigación, estos temas serán tratados de forma general, interesando fundamentalmente abrir campo para investigar las relaciones que se establecen o pueden establecerse en la ciudad a partir de la convergencia de la cultura y el desarrollo de industrias culturales, la presencia de jóvenes, las posibilidades que abren las nuevas tecnologías, y cómo este nuevo contexto urbano se vincula con el turismo.
- Por último, interesa indagar en la **valoración social contemporánea** de las posibilidades experienciales que brinda la ciudad creativa. Al respecto vale identificar qué tipo de experiencias y conductas promueve la ciudad creativa, motivo por el cual las hace tan atractivas a los ojos de una supuesta clase creativa. Éste último aspecto no será tratado en profundidad en la presente investigación. Solamente se identifican distintas valoraciones sociales sobre el patrimonio cultural, a partir de observaciones personales y fuentes secundarias de datos. Constituye una dimensión a profundizar en futuras ocasiones.

## **Marco Referencial**

Los casos de estudio (Medellín, Valparaíso y Rosario) fueron seleccionados por ser tres casos latinoamericanos donde se están produciendo fenómenos de las características que describe el concepto de ciudad creativa. Aspectos referenciales como la localización se consideraron al momento de realizar el análisis de los casos, por tratarse de variables claves que explican el desarrollo creativo que han logrado.

**Valparaíso** también es una ciudad cultural en el escenario chileno e internacional, pero presenta unas características de transformación urbana muy diferentes a Medellín y Rosario, dado que en Valparaíso se observa una fuerte presión inmobiliaria y un rol facilitador de estos procesos por parte del Estado chileno a partir de la denominación de Valparaíso como Patrimonio de la Humanidad (2003).

**Rosario** es una ciudad-puerto y una ciudad cultural, que posee un modelo de desarrollo urbano diferente a Medellín y Valparaíso, ya que vincula la cultura con el espacio público y una fuerte participación y autonomía ciudadana.

**Medellín** es una ciudad de reconocido desarrollo cultural que en las últimas décadas emprendió un sólido proceso de transformación urbana y social (impulsado desde el Estado local) concibiendo a la cultura como herramienta pedagógica y de construcción de ciudadanía.

Las primeras transformaciones urbanas comenzaron en Estados Unidos hacia 1970 (Seattle, Minneapolis, Denver, Nueva York, Boston, Filadelfia, Chicago, Baltimore, Atlanta) y se generalizaron en Europa Occidental y en el resto del mundo hacia 1980. La transformación se dio con un perfil cada vez más orientado hacia los servicios. El modelo estadounidense de transformación urbana fue conducido básicamente por desarrolladores inmobiliarios a diferencia del modelo europeo donde hubo una mayor intervención estatal.

En Estados Unidos, siguiendo a Duhau (2001) *“La expresión urbana de este proceso fue la renovación de espacios tradicionales, convertidos en áreas “temáticas” (por ejemplo: waterfronts y áreas portuarias en decadencia) destinadas al turismo y al consumo conspicuo y sofisticado de las nuevas clases profesionales, la gentrificación<sup>4</sup> de áreas residenciales que habían conservado ciertos atractivos debido a su imagen urbana, pero que se encontraban en situación de relativa decadencia, y la producción de nuevos centros comerciales y temáticos en una escala inédita (Harvey, 1989).”* (Duhau, 2001: 8) Cuando Duhau se refiere a una “situación de decadencia” la misma puede ser por obsolescencia funcional o física (como el progresivo cierre de fábricas o el abandono de estaciones de ferrocarril) como también por una obsolescencia económica motivo por el cual se busca un mayor beneficio económico. (Salinas Arreortua, 2011: 98)

---

<sup>4</sup> Gentrificación es un término anglosajón cuya traducción literal significa aburguesamiento (gentry). Existe un consenso internacional respecto a la introducción del concepto. El mismo se le atribuye a la socióloga británica Glass, quien en 1964 utilizó por primera vez este término en un estudio realizado en la ciudad de Londres. (Salinas Arreortua, 2011: 93)

**Asimismo, fue en Estados Unidos donde comenzaron a interrelacionarse los ámbitos de cultura y economía; dos ámbitos que históricamente tuvieron principios y persiguieron objetivos diferentes.** Durante 1980 y 1990, distintas ciudades alrededor de Europa como Montpellier, Nîmes, Grenoble, Rennes, Hamburgo, Cologne, Birmingham, Barcelona, Bologna y Glasgow se ocuparon cada vez más por la noción de **industrias culturales**.

En Europa, los casos de Glasgow y Barcelona ampliamente referenciados en la bibliografía sobre ciudades creativas, demuestran cómo turismo y cultura fueron conductores del proceso de transformación urbana, sentando las bases de la actual interrelación entre cultura y economía, y de la actual economía creativa. (O'Connor, 2007: 26)

La década de 1980 significó para Reino Unido una etapa donde una serie de proyectos individuales y eventos maduraron al mismo tiempo, produciendo una importante masa crítica de actividad cultural. Las grandes ciudades y regiones británicas establecieron unidades de desarrollo económico y estuvieron muy interesadas en colaborar con iniciativas alternativas como parte de la creación de empleo así como para hacer un guiño político.

En este proceso, las consultoras tuvieron un rol central: articular el lenguaje procedente del ámbito de las agencias de desarrollo económico, por un lado, y las agencias culturales, por el otro. De acuerdo a García (2004) y O'Connor (2007) ninguna de estas dos estructuras de gobierno estaba mental y técnicamente preparadas para empezar a diseñar políticas en "**nuevos términos**", en el nuevo campo que se abría de **interacción mutua entre economía y cultura**, que dio lugar a un **nuevo lenguaje**. Una de ellas fue la consultora Comedia<sup>5</sup>.

### ***Glasgow, Reino Unido.***

Glasgow, ubicada al norte de Escocia (Reino Unido), fue una de las primeras ciudades europeas en reconvertirse y es un caso recurrente en la bibliografía sobre ciudades creativas. En los años '60 y '70 Glasgow estaba considerada como un ejemplo clásico de la **crisis estructural** de una ciudad que había sido símbolo de la era industrial, y en la que el desempleo se había instalado. Este proceso fue acompañado de un crecimiento acelerado de los efectos asociados con la depresión: alcoholismo, drogas, violencia y malnutrición. Hacia la década de 1980 logró transformar completamente la imagen que tenía de ciudad industrial y venderse como ciudad auténticamente post-industrial, basando su motor de crecimiento en la cultura. (Bianchini y Parkinson, 1993:31; Urry y Lash, 1998; Tresserras, 2004; Pérez, 2004: 91, 92)

---

<sup>5</sup> La consultora Comedia tuvo un rol activo en la configuración del discurso sobre la ciudad creativa trabajando activamente con distintas agencias de desarrollo local inglesas como el Gran Concejo Londinense (*Greater London Council*), el Concejo de la Ciudad de Birmingham (*Birmingham City Council*) o la Agencia de Desarrollo de West Midlands (*West Midlands Development Agency*) (Sitio web de Comedia).

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

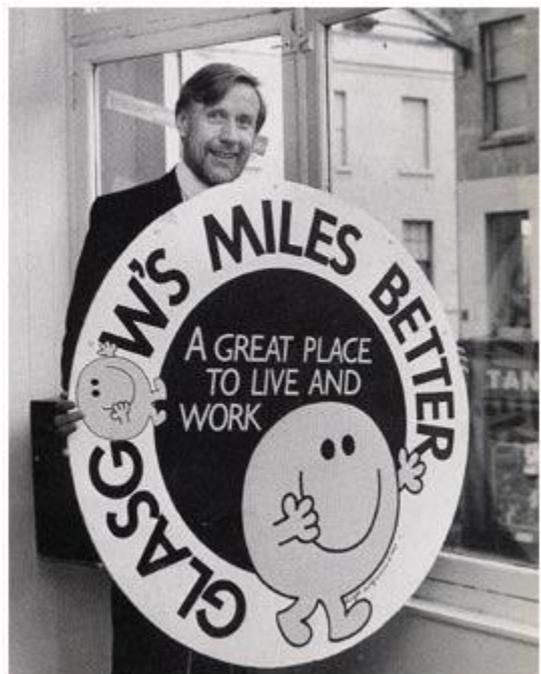
Se trata de la mayor ciudad de Escocia y la tercera del Reino Unido después de Londres y Birmingham, siendo Edimburgo la capital y centro político del país. Está situada a orillas del río Clyde en las tierras bajas del centro-oeste de Escocia.

En 1985 se creó el proyecto de Ciudades Europeas de la Cultura por los Estados miembros de la Unión Europea que posteriormente se conocería como Capitales Europeas de la Cultura. Con esta iniciativa, la idea del Turismo Cultural se institucionalizó y las diferentes ciudades europeas entraron a competir entre ellas para conseguir ser proclamadas **capitales culturales**. En pos de tal objetivo se pusieron en marcha verdaderas transformaciones urbanas. De acuerdo a YP (2012) *“De esta forma se incitó a economizar y empresarializar proyectos culturales que hasta entonces vivían en los márgenes de la economía.”* (YP: La Receta de la Industria Creativa como Motor de Desarrollo. 2009: 3) De acuerdo a Nizaiá Cassián Yde (2012) la nominación de ciudades como Capitales Culturales es una de las manifestaciones más exageradas y evidentes del proceso de desindustrialización, *“estrategia que más allá de lo cultural ha venido siendo utilizada como incentivo de políticas de inserción en el campo de competencia interurbana y branding metropolitano.”* (Nizaiá Cassián Yde, 2012: 3)

En 1986 Glasgow fue nombrada “Ciudad Europea de la Cultura 1990” por la organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). De acuerdo a García (2004) *“La diferencia principal entre la propuesta de Glasgow y otras ciudades candidatas fue el énfasis puesto en utilizar un evento cultural como herramienta de regeneración urbana vía la atracción del turismo. (...) Otro parámetro importante de la propuesta, con pocos precedentes en Europa, era la intención de promover la condición de Glasgow como “ciudad post-industrial” que conducía a una estrategia de turismo alternativa al resto de Escocia, y de Edimburgo en particular: Glasgow se presenta como el centro urbano con mayor densidad de población en Escocia y celebra su pasado industrial, al tiempo que enfatiza su potencial de futuro como centro de diseño, música y moda.”* (García, 2004: 37)

Este programa de acciones requirió una definición más amplia de cultura la cual abarcó estilos de vida, formas de producción cultural, valores y creencias, y llevó a la inclusión de actividades muy variadas en el programa de eventos desde deportes, educación, ciencia y comidas hasta las formas más convencionales de expresión artística (Palmer, 1988; en Bianchini y Parkinson, 1993: 36).

En el caso de Glasgow, los recursos culturales, los parques urbanos, al acceso a la recreación al aire libre y la proximidad a las *Scottish Highlands* comenzaron a ser parte de la literatura del marketing, promoviendo la ciudad para el turismo,



para los potenciales inversores y para los negocios. Estas iniciativas fueron acompañadas por vigorosas campañas de marketing como “Glasgow Sonríe Mejor” lanzada en 1983 inspirada en el “I Love NYC”. El objetivo fue informar y educar a la ciudadanía de que Glasgow ya no era la tan mentada “Ciudad Sin Sentido”. De acuerdo a O’Connor (2007) “...el desarrollo de nuevas facilidades culturales estuvo crecientemente vinculado - siguiendo el modelo estadounidense emergente - con otros desarrollos de oficinas, comercios minoristas, y tiempo libre.” (O’Connor, 2007: 27)

En palabras de Friel, Director de la Oficina de Turismo de Glasgow, “Antes de 1983, Glasgow era considerado un centro comercial y no un centro turístico. Ésta era una forma educada de decir que los visitantes venían a la ciudad porque tenían que hacerlo, no porque querían. [...]” (Friel, 1997; en García, 2004)

La estrategia urbana denominada *Glasgow: La Ciudad Creativa y su Economía Cultural* fue redactada en conjunto entre la consultora Comedia y la Agencia de Desarrollo de Glasgow. Según Gómez (1998) “Con un comité dominado por los representantes de negocios locales más distinguidos (...) el principal objetivo de Glasgow en Acción fue el centro de la ciudad. (...) El objetivo fue “volver la ciudad más atractiva para trabajar, vivir y jugar; recrear el espíritu emprendedor de Glasgow; comunicar la nueva realidad de Glasgow a sus ciudadanos y al mundo. (...) El máximo objetivo de la agenda de Glasgow en Acción fue liderar la campaña para atraer sedes empresariales a la ciudad, colaborar en el desarrollo de la industria local del software y estimular más industrias de servicios locales para exportar sus mercancías (Young, 1992).” (Gómez, 1998:6)

La estrategia desarrollada entonces por Comedia, identificada como “política cultural” contiene la primera definición de Ciudad Creativa<sup>6</sup>. La mencionada estrategia apuntó a consolidar a Glasgow como producto cultural, promoviendo las industrias culturales a través de seis proyectos: The Tramway, The College of Building and Printing, A Media Resource Center, An Enhanced City Hall, An Integrated Arts Information and Ticket Selling Centre y, The Year of Design (1993). En este documento, como puede observarse a partir del título, se habla directamente de economía y cultura de forma integrada, recalcando en el subtítulo el interés de **sacar lo máximo de los activos culturales de Glasgow.**

De acuerdo a (Pérez, 2004: 96) “la nominación como Capital Europea de la Cultura en 1990 significó un cambio de rumbo definitivo junto con un proceso de reurbanización encarado con una combinación de fondos públicos y privados, y hoy constituye el ejemplo europeo

**ACTIVOS CULTURALES**

<sup>6</sup> “Dado que una ciudad es una sociedad, una economía y una política, cualquier estrategia para desarrollar una ciudad creativa requiere la tarea de inyectar creatividad en la forma en que opera su economía (una economía creativa), en la forma en que desarrolla sus dinámicas sociales (una sociedad creativa), y en la forma en que sostiene sus acuerdos políticos (una política creativa).” (Comedia, 1991:31) De esta forma la ciudad creativa estimula la creatividad y el dinamismo en los estilos de vida urbanos.

*por su innovadora política de recuperación económica basada en la cultura. En 1990, año en que se formalizó su Capitalidad de la Cultura, tuvieron lugar 13.000 acontecimientos culturales que fueron seguidos por 9 millones de espectadores. (...) Pero el acierto más grande fue desde el punto de vista simbólico: la transformación radical de la imagen de Glasgow, que pasó de ser una de las ciudades más violentas y empobrecidas del Reino Unido a ser percibida como uno de los centros más activos de la cultura contemporánea británica, una ciudad de gran riqueza arquitectónica y un gran centro de comercio...” (García, 2004; Pérez, 2004: 96)*

La política cultural implementada en Glasgow planteó la relación entre un **sector cultural fuerte y el potencial creativo**. Ya en 1988 Comedia había estudiado las industrias culturales de Birmingham estableciendo las interconexiones entre los distintos sectores (música, cine, artes visuales, diseño, etc.) conformando un **sistema creativo** posible de ser analizado como cadena de valor. Este análisis le permitió a Comedia identificar las fortalezas y debilidades urbanas de cada ciudad en relación a los distintos eslabones que conforman la cadena de valor de estas industrias. En base a esta metodología en 1989 Comedia capacitó a un grupo de catalanes y en 1991 llevó a cabo un estudio sobre la economía cultural de Barcelona. Esta sería la base de las estrategias urbanas desarrolladas posteriormente para Barcelona que se preparaba para celebrar los Juegos Olímpicos de 1992.

### ***Barcelona, España.***

Barcelona está ubicada en la región de Cataluña, al sudeste de España. Es una **ciudad-puerto situada a orillas del mar Mediterráneo** que combina mar y morros. Está situada a unos 120km al sur de la cadena montañosa de los Pirineos y de la frontera con Francia, en una llanura limitada por el mar, al este, la cordillera litoral (Sierra de Collserola) al oeste, el río Llobregat al sur, y el río Besós al norte. Sus condiciones orográficas ventajosas junto a la **benignidad de su clima** (mediterráneo, suave, con una temperatura media anual de 15.6º C) han favorecido históricamente el asentamiento humano en Barcelona.

Si bien Barcelona no es la capital política española, es la segunda ciudad más poblada de España con una población de 1.605.602 habitantes (INE 2006) y la décima de la Unión Europea. Desde el año 2002 conforma el Área Metropolitana de Barcelona, integrada por 36 municipios, la cual posee una población aproximada de 3.161.081 habitantes y una superficie de 633 km<sup>2</sup>.

**Barcelona constituye un modelo exitoso de transformación urbana.** El inicio de la transformación coincide con la llegada del primer Ayuntamiento democrático después del franquismo, en el año 1979. La ciudad, por entonces, estaba muy mal. Sin embargo, tal como reflejan De Forn y Pascual (1999) y Puig (2009) Barcelona contaba con un gran activo: el **entorno emprendedor**. Barcelona contaba con el apoyo mayoritario de la ciudadanía, de las organizaciones civiles, y las fuerzas sindicales que agrupaban a los trabajadores municipales. (De Forn y Pascual, 1999: 188)

Las primeras acciones de gobierno iniciadas tendieron a **dotar de eficacia a la gestión**, por ejemplo a través de la reforma administrativa, la actualización de las fuentes de

financiamiento, el saneamiento económico de muchas de las empresas e institutos que dependían del Ayuntamiento, la recuperación del liderazgo del Ayuntamiento y el establecimiento de los primeros elementos de descentralización y participación ciudadana, acompañado de un sólido proceso de planificación estratégica.

A partir del gobierno de Maragall (1982 - 1986) las iniciativas tendieron a **modernizar** la ciudad (“primer desarrollo cualitativo de la política municipal” en palabras de De Forn y Pascual) y garantizar las condiciones de habitabilidad de la población, coincidiendo con la profundización de la crisis económica y los déficits urbanos de décadas pasadas, por ejemplo, las malas condiciones de habitabilidad de los barrios originado en la expansión desmedida de los años sesenta, privados de todo tipo de infraestructuras y dignidad, desde espacios públicos hasta centros cívicos y servicios personales. (De Forn y Pascual, 1999: 189) **El catalizador de este proceso fue la candidatura de Barcelona a ser sede de los Juegos Olímpicos de 1992.**

La candidatura de Barcelona para ser sede de los Juegos Olímpicos de 1992 fue el eje vertebrador de una nueva conciencia colectiva ciudadana, y de una serie de transformaciones físicas de la ciudad, a partir de la creación de grandes infraestructuras y la remodelación de los pocos espacios urbanos disponibles, logrando la apertura de Barcelona al mar y a la montaña. Blanco (1993) considera el estudio realizado para los Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992 *“como una de las aplicaciones a gran escala del marketing de ciudades, en cuya puesta en marcha se activaron grandes energías ciudadanas y empresariales, así como una gran campaña de comunicación, bien programada en el tiempo, para la que se asignaron cuatro tipos de segmentos como públicos objetivo, lo cual cristalizó en la designación de Barcelona como sede olímpica.”* (en Muñiz Martínez y Cervantes Blanco, 2010: 13)

De esta forma, Barcelona inició una campaña para construir una primera imagen operativa de lo que tendría que ser la **ciudad metropolitana**. De acuerdo a Muñiz Martínez y Cervantes Blanco (2010) dicha transformación urbana y social le permitió proyectarse internacionalmente. (Muñiz Martínez y Cervantes Blanco, 2010: 13)

El período transcurrido entre 1987 y 1992, siguiendo la periodización de De Forn y Pascual (1999) fue de **relanzamiento de la ciudad e innovación operativa**. Se iniciaron las obras olímpicas, se produjo un relanzamiento económico, el Ayuntamiento de Barcelona pasó de una concepción de la gestión centrada en la subsidiariedad a la concepción del Estado como promotor de crecimiento y desarrollo urbano (transformación administrativa) a través de la cooperación público-privada, se establecieron relaciones con el ciudadano, y se internacionalizó la ciudad.

En el marco de estas acciones la arquitectura y el “urbanismo de calidad” (Pareja Eastaway, 2010) tuvieron un rol central en la rehabilitación de diversas zonas de la ciudad. Con la transformación de Barcelona se inicia una importante etapa de mega-construcciones que se conoce como “arquitectura icónica”.

De acuerdo a Pareja Eastaway (2010) el gobierno municipal mediante el desarrollo urbano aprovechó las oportunidades que significó la candidatura de los Juegos Olímpicos para

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

resolver problemas urbanos pendientes como El Raval (uno de los barrios degradados del centro histórico de la ciudad) y el Poblenou (donde actualmente se encuentra el distrito 22@) generando importantes áreas de atracción.

En materia turística, vale decir que *“En 1993 comenzó a funcionar el Consorcio Turisme de Barcelona, una sociedad mixta pública privada, creada por el Ayuntamiento de Barcelona, la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona y la Fundación Barcelona Promoción. Turisme de Barcelona se puso como objetivo, mediante varias líneas o programas, ofrecer un abanico de productos y servicios dirigidos al sector turístico profesional y al turista individual, con el propósito fundamental de ampliar la demanda turística hacia el turismo vacacional. Hasta ese momento el turismo estaba concentrado en un perfil profesional que visitaba la ciudad como centro de negocios, actividad ferial y de congresos, que si bien tenía un alto poder adquisitivo, presentaba una baja tasa de pernocte y una alta tasa de concentración estacional. Había una subutilización de los recursos e infraestructura turísticos durante los fines de semana y en casi la mitad del año (enero, febrero, diciembre, y en menor medida julio y agosto).”* (Pérez, 2004: 103)

**Con externalidades positivas y negativas, y fuertes cuestionamientos mediante, el camino iniciado en aquel entonces le permitió a Barcelona convertirse en un ícono del turismo a nivel internacional y un modelo urbano de exportación.**



AmorirAmorir

## Cap. I

# LA CREATIVIDAD EN EL SIGLO XXI

Desde la década de 1980 en adelante, la creatividad evidenció un **proceso de valoración y valorización**; dos conceptos que cabe diferenciar. El proceso de *valoración* remite al estudio y reconocimiento de la creatividad *per se*, mientras que el proceso de *valorización* reconoce en la creatividad su importancia como mercancía directa o indirecta.

Por un lado, los científicos comenzaron a investigar activamente *qué es* la creatividad (en tal sentido hay importantes avances procedentes del campo de la Psicología y las Neurociencias), los economistas se centraron en conocer *dónde florece* la creatividad (a nivel territorial), y los educadores desarrollaron diferentes estudios acerca de *cómo estimular* la creatividad en las aulas en pos de aprendizajes significativos. Vale decir que desde el punto de vista de la Psicología, existen múltiples definiciones sobre creatividad que datan de la década de 1950, pero hacia fines de siglo XX comenzó un abordaje más integral, transdisciplinario e intensivo de esta temática. (Ver cuadro síntesis en Anexos Nº 2)

Por otro lado, en un mundo crecientemente competitivo, se produjo en simultáneo un *proceso de valorización* de la creatividad, como recurso o factor productivo requerido para operar y expandir la frontera de posibilidades de producción (FPP). Dichas investigaciones también se vieron estimuladas por ésta presión del mercado.

Durante el período 1960-1980 los términos clave que se discutían en las agencias culturales de los países europeos y norteamericanos eran cultura, arte, planificación cultural, recursos culturales e industrias culturales. (Landry; en Fonseca Reis et al, 2009:7) La noción de creatividad estaba aún más asociada a la creatividad en tanto genio o talento de los artistas y los científicos. Con el tiempo, como se verá más adelante, el concepto de creatividad cambió.

En la década de 1990 comenzó a darse un fuerte impulso a la **creatividad** y a las **ideas** como factor clave en la innovación y como objetivo de los programas de educación. Dicho reconocimiento se produjo desde el ámbito científico, con variados aportes como los de Csikszentmihaly (1999) o De Bono refiriéndose al pensamiento lateral, pero así también impulsado desde otras áreas como el concepto mismo de “ciudad creativa” expuesto por Landry y Bianchini en 1995, la intervención activa de Reino Unido fomentando el desarrollo de las “industrias creativas”, y los informes en favor de este desarrollo de parte de la UNCTAD (Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo), entre otros.

La creatividad ha sido calificada como “*materia prima fundamental de la globalización*” (Fonseca Reis, 2008: 41) y como “*un nuevo tipo de moneda*” (Landry, 2000: 41). Por su parte, Castells (2000) sostiene que “*Por primera vez en la historia, la mente humana es una fuerza productiva directa, no sólo un elemento decisivo del sistema de producción.*” (Castells, 2000: 62)

En esta línea de pensamiento se ubica la clasificación de la creatividad que realiza la UNCTAD (2010). Este organismo distingue tres formas de concebir la creatividad: la **creatividad artística**, la **creatividad científica**, y la **creatividad económica**. La primera refiere a la imaginación y capacidad de generar ideas originales, y formas novedosas de interpretar el mundo, expresado en textos, sonidos e imágenes. La segunda involucra la curiosidad y el

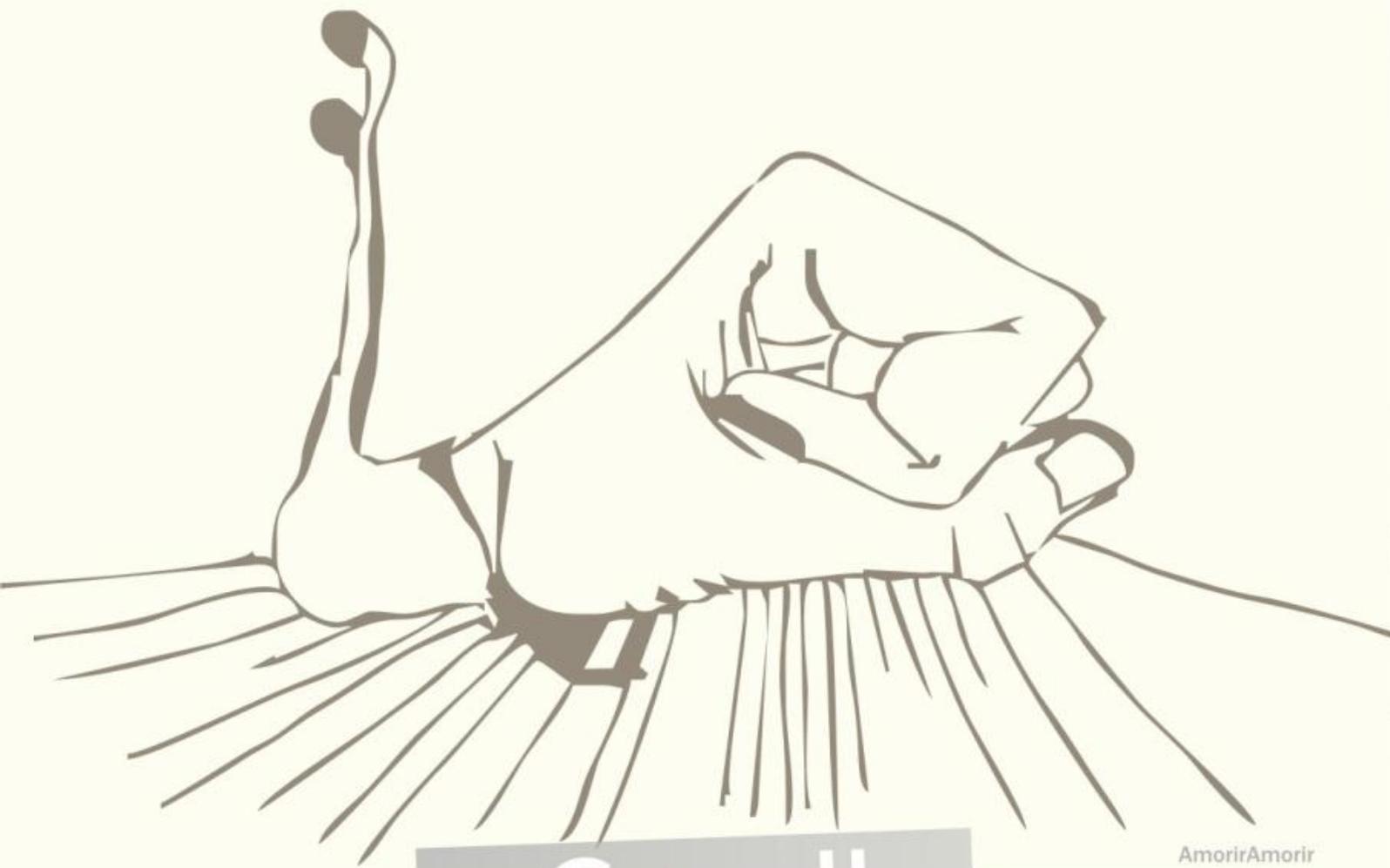
Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesis: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

deseo de experimentar y generar nuevas conexiones en la solución de problemas. Por último, refiere a la **creatividad económica** como *“un proceso dinámico que lidera hacia la innovación en tecnología, prácticas de negocios, marketing, etc., y está estrechamente vinculada con la obtención de ventajas competitivas en la economía.”* (UNCTAD, 2010: 1)

Si bien el primer documento donde la creatividad apareció como objeto de una política de gobierno nacional fue en el informe *Creative Nation* presentado en Australia en 1994, *Creative Nation* refirió a la cuestión de **la creatividad como una política cultural aplicada a escala nacional** mientras que el esquema de ciudad creativa propuesto por Landry y Bianchini en 1995 describe las condiciones de emergencia de la **creatividad aplicada al contexto urbano**. Finalmente, *“La Ciudad Creativa”* se popularizó y adquirió un mayor reconocimiento que el informe *“Creative Nation”*.

De acuerdo a Craik et al (2007) en *Creative Nation* se plasmó la visión de Keating sobre el futuro económico guiado por la cultura en una sociedad global. *“La importancia del informe Creative Nation radica en su énfasis dual en el imperativo nacional para promover el desarrollo cultural y el potencial económico de la actividad cultural. (...) Específicamente la cultura fue identificada como un pilar clave de la cultura nacional y de la ciudadanía individual. Creative Nation adoptó una definición expandida de cultura que incluyó cine, televisión, radio, multimedia, patrimonio cultural, industrias culturales, bibliotecas, cultura aborígen, compromiso cultural regional y turismo cultural.”* (Craik et al, 2007: 195-196) **De la lectura del informe se destaca su fuerte nacionalismo con énfasis en el patrimonio común de los australianos, y un agudo tratamiento del discurso donde se evidencia el pasaje sutil desde los aspectos más conservacionistas ligados al patrimonio a los aspectos más económico-comerciales.** (Ver introducción del Informe en Anexos Nº 3)

En *“La Ciudad Creativa”*, si bien no se brinda una definición explícita acerca de esta categoría de ciudad, Landry y Bianchini identifican aspectos claves que configuran un particular esquema urbano al que se aspira con tal adjetivación, en un discurso orientado en particular a los políticos y burócratas (Landry y Bianchini, 1995: 27). Influenciado por este documento, dos años más tarde el gobierno de Blair se adjudicaría la creatividad como marca que identificaría a una nación (Reino Unido) y emprendería una serie de acciones en pos de adquirir tal identidad y notoriedad.



AmorirAmorir

## Cap. II

# NOCIONES EN PUGNA

### **Evolución Conceptual**

En función de la revisión bibliográfica realizada, se observa que el discurso de la ciudad creativa está configurado en función de cuatro nociones en pugna (ciudad creativa, industrias creativas, economía creativa y clase creativa), las cuales a continuación se intenta situar temporalmente.

- a) **Primer Momento.** Transcurrido en Reino Unido entre 1980 y 1995 cuando surge la denominación “ciudad creativa” impulsado en gran parte por los aportes de Landry y Bianchini, y las consultoras Comedia y Demos.
- b) **Segundo Momento.** Iniciado hacia 1997 en Reino Unido cuando surgió el concepto de “industrias creativas”. Desde entonces para distintos autores (Kunzmann; 2012; UNCTAD; 2008; 2010) “ciudad creativa” es sinónimo de ciudad donde surgen y se estimula el desarrollo de las “**industrias creativas**”.
- c) **Tercer Momento.** A partir de 2000 comienza a hablarse de la **economía creativa** una adjetivación que, según Landry, emana de los debates originales que motivaron “su” definición de ciudad creativa.
- d) **Cuarto Momento.** Iniciado hacia el año 2002 tras la publicación del libro “*El ascenso de la Clase Creativa*” de Florida, a partir del cual se asoció la noción de ciudad creativa con la existencia en estas ciudades de una supuesta “**clase creativa**”.

## **La ciudad creativa.**

### **Un discurso de naturaleza británica**

La denominación “ciudad creativa” surgió a fines de la década de 1980 en Reino Unido, influenciado por distintas publicaciones de Landry y Bianchini realizadas desde la consultora Comedia en colaboración con Demos. (Ver perfil de Landry en Anexo N° 4)

De acuerdo a Helgesen (2010) *“Comedia intervino activamente en diferentes ciudades europeas colaborando en reinventarse como centros culturales”* (Helgesen, 2010:7). Tal es el caso de la estrategia diseñada tempranamente para Glasgow, titulada *Glasgow: La Ciudad Creativa y su Economía Cultural* (1991). De acuerdo a Landry (2009) *“Las ciudades con una atmósfera, apariencia, estilo y sentir que procedía de la era de la fábrica industrializada, y donde la calidad del diseño fue visto como un sobreañadido, no eran suficientemente percibidas como atractivas y competitivas.”* (Landry; en Fonseca Reis, 2009: 11) Frente a lo cual Landry y Bianchini (1995) fomentaron la re-inención de la ciudad. *“Por estos motivos había que iniciar una re-inención de la ciudad desde todos los frentes. Esto constituye per se un acto de imaginación y creación. Ser creativo pareció ser la respuesta y la batalla por mayor creatividad se dio en muchos frentes.”* (Landry; en Fonseca Reis, 2009: 11)

Según Landry la adjetivación “ciudad creativa” surgió como tal en 1988 en el marco de dos conferencias realizadas una en Glasgow (*“El Arte y la Ciudad en Proceso de Cambio: Una Agenda para la Regeneración Urbana”* organizada por la Asociación de Arte Británico Estadounidense) y otra en Melbourne (*“Ciudad Creativa”*), sobre cómo el arte podía colaborar en la resolución de los problemas urbanos. (Landry, 1995, 2000; Landry en Fonseca Reis, 2009) Inspirado por dicha etiqueta Landry la aplicó a diversas publicaciones propias y editadas por Comedia, contribuyendo a la conformación del discurso acerca de las ciudades creativas y, posteriormente, la economía creativa.

En 1991 Comedia redactó una estrategia cultural para la ciudad de Glasgow que, como se verá más adelante, contiene la primera definición de Ciudad Creativa. ***“Dado que una ciudad es una sociedad, una economía y una política, cualquier estrategia para desarrollar una ciudad creativa requiere la tarea de inyectar creatividad en la forma en que opera su economía (una economía creativa), en la forma en que desarrolla sus dinámicas sociales (una sociedad creativa), y en la forma en que sostiene sus acuerdos políticos (una política creativa).”*** (Comedia, 1991:31) De esta forma queda establecido un abordaje integral de la ciudad.

En 1995 se publicó *“La Ciudad Creativa”* donde se plantearon distintos argumentos y estrategias para fomentar la creatividad a escala urbana. El principal argumento sobre el que se sustenta este planteo es que **la creatividad es impulsada por el contexto**. Allí donde predomine una cultura organizacional verticalista, altamente estructurada y compartimentada, hay menor estímulo a la creatividad. Por el contrario, culturas organizacionales flexibles, abiertas a la participación, más horizontales, tienden a estimular más la creatividad.

El discurso acerca de la Ciudad Creativa se basa en que **la creatividad se puede estimular**. Es decir, la creatividad no es un atributo exclusivo y excluyente de determinadas personas virtuosas, tales como los artistas o los científicos. Landry y Bianchini sostienen que éstos son **“prejuicios”** acerca de la creatividad (Landry y Bianchini, 1995) y lo fundamentan en los aportes de la Psicología de Csikszentmihalyi.

Csikszentmihalyi refiere a los sistemas de la creatividad (Csikszentmihalyi, 1988<sup>a</sup>; 1998) y plantea que el fenómeno de la creatividad es tanto psicológico como social y cultural. *“...la creatividad no se produce dentro de la cabeza de las personas, sino en la interacción entre los pensamientos de una persona y un contexto sociocultural.”* (en Pascale, 2005: 3) **El ambiente físico, social y cultural constituye el punto de partida para cada proceso creativo.** (Metzger en Hebler y Zimmermann, 2008: 382) **De ahí que resulte tan importante y atractivo el estudio de las ciudades creativas en tanto cultura organizacional que promueve un entorno de creatividad.**

Desde esta perspectiva, la creatividad ya no es concebida sólo como el producto de habilidades individuales o como un proceso netamente mental, sino como el producto de la interacción individual con el entorno físico y cultural (Csikszentmihaly, 1999) en el cual se encuentra inmerso el individuo. Csikszentmihaly (1996) define la creatividad como *“cualquier acto, idea o producto que cambia un campo ya existente, o que transforma un campo ya existente en uno nuevo”*. (En Esquivias Serrano, 2004:6)

A partir de estas consideraciones, Landry (1995) sostiene que la mayor o menor creatividad depende de las oportunidades que brinda el contexto para estimular y liberar el **potencial creativo** que guarda cada persona. **Todas las personas son potencialmente creativas**, pero las estructuras organizacionales, los hábitos de pensamiento, y las prácticas laborales pueden hacer a un lado la creatividad. Por eso no solo las grandes ciudades sino también las pequeñas pueden ser creativas. (Landry, en Fonseca Reis, 2009: 12) Landry refiere a la necesidad de contar con una **“creatividad diferente”**.

Si bien reconocen que la creatividad se puede estimular, Landry y Bianchini (1995) son cautelosos al distinguir entre la fluidez requerida por el mercado y el libre fluir de ideas como simple auto-expresión emanada del campo del arte. La creatividad por la creatividad misma no es la respuesta. Para Landry (2009) *“La creatividad es, por lo tanto, genérica; es una forma de pensar y de abordar los problemas. Es un esquema mental que constituye una capacidad o aptitud de creación de oportunidades y resolución general de problemas. Pero además es una actividad específica y orientada hacia las tareas o propósitos en relación a las aplicaciones en campos particulares.”* (Landry, en Fonseca Reis, 2009: 10)

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.



**CIUDADES CREATIVAS**

Seminario  
29 y 30 de junio 2010

Aula Magna Centro de Extensión UC Alameda 390, Santiago  
Entrada liberada / pre-inscripción : [www.uc.cl/educacioncontinua](http://www.uc.cl/educacioncontinua)

Organiza:  GOBIERNO DE CHILE  
CORREJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES

Colabora:  PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

### **Argumentos a favor de la Ciudad Creativa**

De acuerdo a los autores, la ciudad creativa emergió por razones de orden económico y urbano. Desde el **punto de vista económico**, la ciudad creativa constituía una alternativa a la crisis estructural y recesión de los '90 que padecían las economías de las ciudades británicas. Landry y Bianchini plantean la relación entre *“la progresiva desaparición de las viejas industrias”*, por un lado, *“la necesidad de agregar valor a los productos, procesos y servicios a través de la aplicación de conocimiento”*, por otro lado, y *“el desplazamiento hacia una amplia gama de servicios, hasta entonces difícilmente pensados como parte de la economía principal: cultura, entretenimiento, deporte y educación.”* (Hall, en Landry y Bianchini, 1995: 4)

Desde el **punto de vista urbano** se plantean dos importantes argumentos. Por un lado, el *“fácil intercambio de los lugares”* (Landry y Bianchini, 1995: 8) derivado de un escenario de creciente competencia internacional entre las ciudades. Esta situación, según los autores, está generada por la pérdida de importancia relativa de los factores que otrora tenían relevancia para la elección de una ciudad y para el desarrollo urbano, como el transporte, los ríos, la proximidad y las materias primas. **(Landry y Bianchini, 1995: 7)** De acuerdo a los autores, *“en el juego de competencia interurbana, ser la base para la radicación de firmas e instituciones conocimiento-intensivas como las universidades, los centros de investigación, las industrias culturales, ha adquirido una nueva importancia estratégica. La competencia futura entre naciones, ciudades y empresas pareciera estar basada menos en los recursos naturales, en la localización o el prestigio (reputación pasada) y más en la habilidad para desarrollar imágenes atractivas y símbolos, y proyectarlas efectivamente. El proceso de reconversión urbana puede en sí mismo volverse un espectáculo.”* (Landry y Bianchini, 1995: 7) Dichos autores retoman las palabras de Harvey, y las vacían de contenido citando su reconocida frase crítica y contra-sistema acerca de que *“la estética viene a reemplazar a la ética en el planeamiento urbano contemporáneo.”* (Landry y Bianchini, 1995: 7) Ante esta situación Landry y Bianchini plantean la necesidad de **“crear lugares con identidad.”** (Landry y Bianchini, 1995: 8)

Por otro lado, se reconoce la **crisis urbana** de la ciudad pero las razones que brindan los autores son principalmente de orden económico, no social ni existencial vinculado a la profunda crisis de la ciudad en tanto urbe, en tanto espacio de encuentro del hombre consigo mismo y con los demás. Siguiendo un enfoque pragmático comprenden a la ciudad como lugares de desafíos (problemas y oportunidades, cambio y crisis) que históricamente han sido sorteados de manera creativa e innovadora.

En cuanto a los **problemas**, se hace un fuerte hincapié en los “nuevos problemas urbanos” que comienzan a aparecer en las agendas de gobierno algunos de los cuales califican como “complejos” producto de la retracción de los viejos ritmos de vida y trabajo compartidos basados en la fábrica y la oficina, tales como: **el crimen y la inseguridad (sociedad del riesgo), el manejo de “la globalización” e información instantánea (gestión de la fluidez), y la mejora de la calidad del ambiente cotidiano.** (Landry y Bianchini, 1995: 6)

Entre los problemas mencionados como parte de “la crisis urbana” se encuentran algunos de índole social como la creciente fragmentación social, la alienación, la insatisfacción con el ambiente físico, **pero siempre subordinados al problema económico de “crear lugares con identidad”.**

En los orígenes, la concepción de Landry y Bianchini sobre la ciudad creativa estuvo ligada a la necesidad de **transformar la apariencia y sentir de las ciudades heredadas de la época de la industrialización pesada** (Landry, en Fonseca Reis, 2009: 8), contribuyendo a conformar esa “atmósfera diferenciada” que caracteriza a las ciudades creativas. Diversas publicaciones de Comedia hacían énfasis en desarrollar la vida artística, cultural y social de las ciudades<sup>7</sup>.

Sin embargo, los postulados de Landry y Bianchini en 1995 perseguían fines más allá de la transformación física de la ciudad. De acuerdo a Landry (2000) *“Cuando se introdujo la idea de la ciudad creativa fue concebida como un concepto ambicioso, como una aspiración: un llamamiento a fomentar la imaginación y apertura mental. Tuvo la intención de provocar un impacto considerable en términos de cultura organizacional. La filosofía que estaba detrás de la idea de ciudad creativa a primera vista era que hay más potencial en cualquier ciudad que en cualquiera de nosotros. Propone*



<sup>7</sup> Comedia realizó diversas publicaciones de un gran impacto a nivel internacional como: *Saturday Night or Sunday Morning: from Arts to Industry* (1986), *Out of Hours* (1989), *Borrowed Time* (1993), *Parklife* (1995), *The Art of Regeneration* (1996), *Use or Ornament: The impact of participation in the arts* y *The Richness of Cities* (2000), *Culture @ the Crossroads* (2001), y *The Intercultural City* (2003).

*que se deben crear las condiciones para que la gente piense, planifique y actúe con imaginación al momento de aprovechar las oportunidades o solucionar los aparentemente “inevitables problemas urbanos”. Esto podría variar desde la creación de riqueza hasta la mejora del ambiente visual o encargándose de un problema social como son los “sin techo”.* (Landry, 2000: 21)

En la década de 1990, el interés de los tomadores de decisión urbana, entre los cuales se encontraban los consultores, se desplazaría hacia las redes de intercambio de conocimiento como pre-condición de la innovación (Landry y Bianchini, 1995: 5) dada la creciente dependencia de las industrias del siglo XXI de la generación de conocimiento a través de la creatividad y la innovación unida a rigurosos sistemas de control (Landry y Bianchini, 1995: 7).

Por otro lado, **Comedia sostenía la necesidad de concebir el arte y la cultura como una industria y no solamente en términos de objetos para el consumo.** Entre los variados aportes que se le reconocen a la cultura se enumeran los siguientes: aportes a la regeneración urbana y el orgullo cívico, la generación de empleos directos e indirectos (proveedores), la creación de productos y circuitos comerciales, la proyección de un determinado status e imagen internacional, y fundamentalmente la creación de valor añadido, es decir, la importancia de las industrias culturales y del diseño en particular aplicado a productos/servicios para mercados cada vez más customizados a través del marketing y el merchandising.(Comedia, 1991)<sup>8</sup>

Por entonces, Landry y Bianchini no solo observaron el déficit de emprendedores culturales en las ciudades sino también la falta de creatividad a escala urbana. En realidad, no se referían estrictamente a que no existieran sujetos creativos en las ciudades analizadas, sino a que el mercado estaba requiriendo **nuevas habilidades** y que la ciudad debía acompañar ese cambio económico. De acuerdo a los autores, “...para lograr éxito en todas estas áreas se requiere cualidades creativas, interdisciplinarias, y de pensamiento holístico que depende de la existencia de **sutiles milieux** que brinden apoyo y que promuevan estas cualidades.” (Landry y Bianchini, 1995: 7)

En la década de 1980 comenzaron a surgir una serie de modelos territoriales que buscaban entender (y propulsar) las **formas espacio-institucionales** que mejor desplegaban la innovación y la producción económica. (Tironi Rodó, 2010) Al respecto, particularmente importante han sido los aportes de Marshall, Porter y Jacobs. Marshall (1881) fue un economista pionero en enfatizar la importancia de las **ecologías locales** en la producción industrial (Becattini, 2002; Tironi Rodó, 2010). Por un lado surgió la noción de cluster de la mano de Porter y, por otro lado, se retomó el concepto de milieu y se empezó a enfatizar su

---

<sup>8</sup> El documento elaborado para Glasgow evidenciaba en aquel momento la falta de emprendedores culturales (agentes, agencias, distribuidores, middle men) en términos cuantitativos y cualitativos, dado que no existían o estaban fuera de Glasgow (por ejemplo, en Londres). Esto representaba para Glasgow una importante fuga de talentos, habilidades y beneficios económicos, para lo cual se planteaba la necesidad de entrenamiento.

importancia en tanto **milieu creativo**, en el marco de los estudios sobre conocimiento, creatividad y desarrollo regional (Sako et al, 2007: 14).

El término milieu cuyas acepciones son centro, medio, ambiente, fue adoptado del idioma francés. Su significado original - que se remonta a la Grecia antigua – incluye una connotación espacial referida al espacio, al cielo, aire y atmósfera. Durante los siglos XVIII y XIX comenzó a utilizarse en los estudios sociales pero ya no con el énfasis puesto en la dimensión espacial del concepto sino en los grupos sociales. Quienes influyeron en esta concepción moderna del término milieu fueron Montesquieu, Balzac, Comte, Taine, y Durkheim. (Spitzer, 1942; en Hebler y Zimmermann, 2008: 383)

Hacia mediados de 1980 GREMI (Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs creado en 1984) definió al milieu como *“el conjunto o la compleja red de relaciones sociales principalmente informales en un área geográfica determinada, que establece una “imagen” externa específica y una “representación” interna específica y un sentido de pertenencia, que promueve la capacidad innovadora local a través de procesos de aprendizaje colectivo y sinérgico (Camagni, 1991:3)”* (Fromhold-Eisebith; 2004:3) En esta definición cabe destacar la noción de relaciones sociales “principalmente informales”.

El concepto de milieu tiene un carácter multidimensional, refiriendo tanto al **contexto** como al **actor**. *“El milieu es, en efecto, aprehendido como un ambiente (...) un contexto que conserva las huellas del pasado de la sociedad, de sus modos de vida, de sus sistemas de valores, y de su cultura en general, y que es portador de dinámicas empresariales; pero que es al mismo tiempo un sujeto agente, un sujeto actor de su desarrollo (Peyrache-Gadeau, 1998).”* (Matteaccioli y Tabariés, S/R: 2)

---

Fotografías que ilustran esta sección:

1. **Aviso publicitario de promoción de un Seminario Internacional sobre Ciudades Creativas desarrollado en Santiago de Chile en 2010.** El mismo fue organizado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA). Plataforma Urbana. Sección Mini. Sitio Web: <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2010/06/25/cnca-invita-a-seminario-internacional-sobre-ciudades-creativas/>
2. **El arte invade el espacio público.** Infografía realizada en Photoshop. Sitio Web: <http://www.taringa.net/posts/arte/2926037/Ilustracion-conceptual-en-photoshop.html>
3. **Artista callejero de Edimburgo, animando una tarde gris de Junio.** Fotógrafo: Royal Mile. Ojo Digital. National Geographic España. Sección: Zona de Crítica Fotográfica; Retratos y Fotografía de Moda. Sitio Web: <http://www.ojodigital.com/forum/retratos-y-fotografia-de-moda/152110-artista-callejero-edimburgo.html>
4. **Aviso publicitario sobre Feria de Diseño Independiente en Palermo, Buenos Aires.** Se anuncia como: “Feria y Música en Vivo en Gecko Hostel. Indumentaria, bijou, mallas, y mucho más!!! Diseño y glamour!

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

Bonpland 2233. De 17:00 a 21.30 hs.". Sitio Web: <http://capitalfederal.olx.com.ar/feria-de-diseno-en-palermo-iid-156585786>

## Las Industrias Creativas

Las **industrias creativas** son parte de un programa de acciones y una marca británica con un alto contenido simbólico e ideológico, surgido para diferenciar al nuevo gobierno británico (el Nuevo Laborismo) de sus predecesores. Se trata de una denominación nueva que pretende imponerse a la denominación existente de “industrias culturales”, pero esta vez englobando junto a las industrias culturales otras actividades fundamentales en la dinámica de creación y en la dinámica económica, particularmente el diseño, la publicidad y los juegos de video. (Luco y Buitrago, 2010:5)



Las **industrias creativas** fueron definidas por el DCMS<sup>9</sup> como “industrias que tienen su origen en la creatividad, habilidad y talento individuales y que presentan un potencial para la creación de riqueza y empleos por medio de la generación y explotación de propiedad intelectual.” (DCMS, 2001; Fonseca Reis, 2008:16; Informe de Economía Creativa, 2010: 36; Luco y Buitrago, 2010: 5)

Uno de los organismos que ha fomentado activamente este concepto es la UNCTAD (Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo en inglés *United Nations Conference on Trade and Development*), la cual ya ha divulgado dos documentos sobre esta temática: el Reporte de Economía Creativa del año 2008 y el correspondiente al año 2010. Para la UNCTAD (2010) las industrias creativas abarcan el diseño, las artes visuales, los sitios culturales, las expresiones culturales tradicionales, las artes escénicas, la industria audiovisual, los denominados “nuevos medios” (como los videojuegos), servicios creativos (como la publicidad), y los medios editoriales y de promoción. (UNCTAD, 2010: 8) (Ver figura N° 1)

Una de las diferencias principales que existen entre las industrias creativas y las industrias culturales es que el énfasis en “la creatividad” apunta a ver en el arte oportunidades de generación de empleo y de riqueza, el arte y la cultura como oportunidad de negocio, mientras que el énfasis en “lo cultural” justamente radica en valorar al arte y la cultura como manifestaciones artísticas y culturales *per se*.

De acuerdo al Programa de Industrias Creativas de Valparaíso, “Para caracterizar el proceso productivo de las industrias creativas es necesario comenzar señalando que su principal insumo es el capital intelectual, el que alimenta procesos en general altamente innovadores. Los ciclos de vida de sus productos son cortos y contemplan creación de contenidos, producción, distribución y consumo. Por definición elaboran series cortas o piezas únicas de productos de alta diferenciación y normalmente orientados a nichos de mercado. Desde un punto de vista estructural, el sector creativo está compuesto principalmente por MIPYMES, compartiendo con éstas **los problemas de acceso a la financiación, acceso a mercados, management y sustentabilidad de mediano y largo plazo**. Del mismo modo, al igual que el resto de las MIPYMES son importantes generadores de empleo y autoempleo, y lo que es su caso particular, se agrega el hecho de que contribuyen a la inclusión social y

---

<sup>9</sup> Departamento de Cultura, Medios y Deporte.

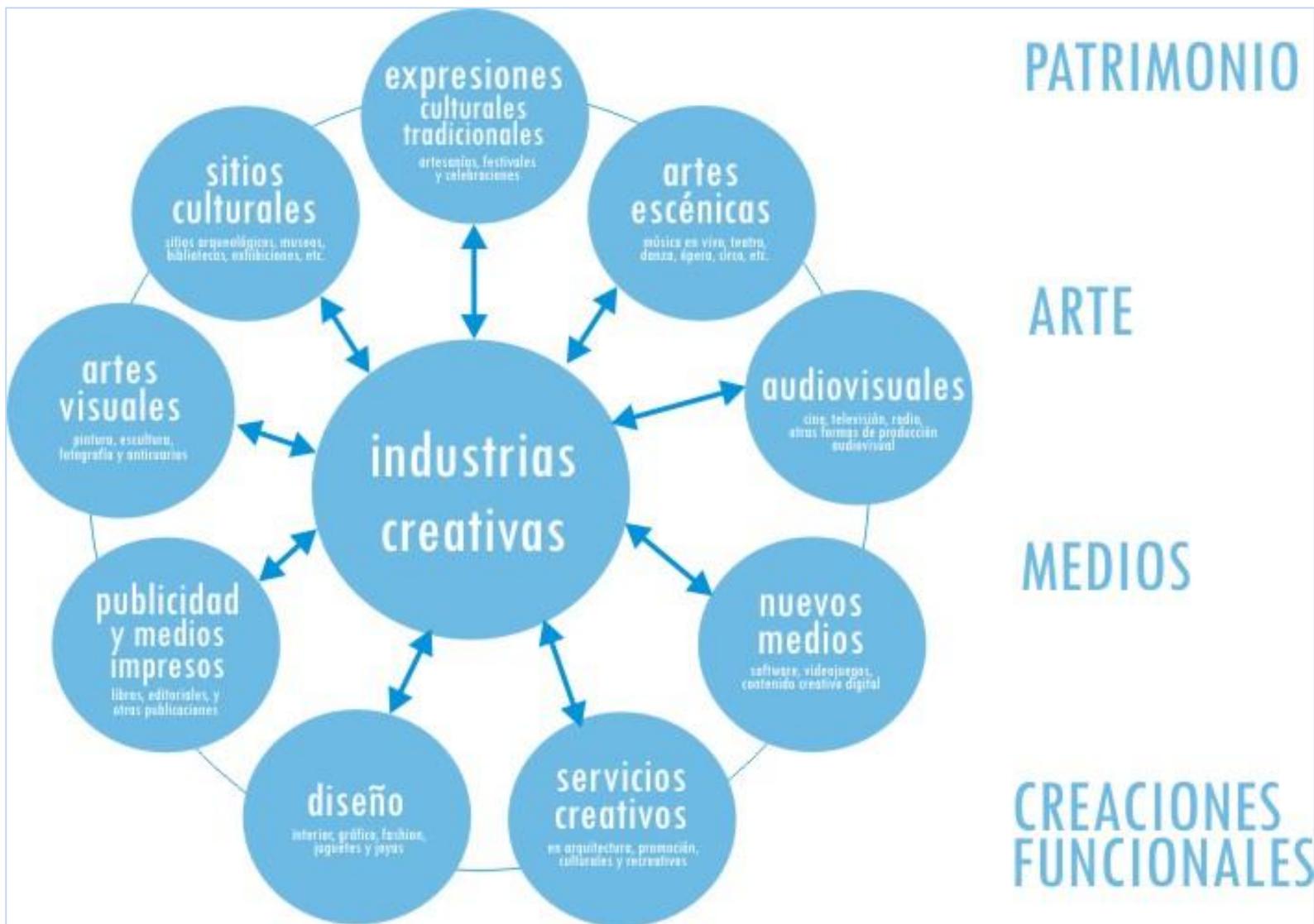
*económica de la población joven. Estas características productivas implican grandes oportunidades comerciales relacionadas principalmente con el fenómeno conocido como economía de la cola larga y el creciente interés por lo local, lo original, lo diverso. En este sentido, las industrias creativas permiten configurar una oferta basada en pequeños sellos discográficos, editoriales provinciales -en papel y en formato digital- salas de cine y teatro alternativas, etc.; las que pueden verse potenciadas mediante las utilización de tecnologías digitales que faciliten sus procesos de creación, producción, distribución y consumo.”* (<http://icvalpo.wordpress.com/las-ic/>)

La aparente sutil diferencia entre industrias *culturales* e industrias *creativas* permitió al gobierno británico alejarse del concepto de cultura ligado al patrimonio y la conservación y *“reposicionar la economía británica como una economía conducida por la creatividad y la innovación en un mundo globalmente competitivo.”* (UNCTAD, 2010: 36) De acuerdo a Knell y Oakley (2007) *“Re-marcar las industrias culturales como “creativas” abrió la posibilidad de visualizar actividades como el arte, los medios y el diseño como motores de la economía, no simplemente beneficiándose de la generosidad de los contribuyentes”* (Knell y Oakley, 2007: 13) refiriéndose a los subsidios del Estado procedentes del pago de impuestos, algo que Landry y Bianchini ya habían cuestionado como obstáculo a la creatividad bajo la idea del patrocinio o mecenazgo.

**De acuerdo a Fonseca Reis (2008) *“... el mayor mérito del éxito del programa británico no fue el de reorganizar sus industrias de modo a lanzar un nuevo foco sobre las que se mostraban más competitivas para el país. Más allá de eso, provocó y sigue provocando reflexiones acerca de los cambios profundos y estructurales que se hacen necesarios en la trama socioeconómica global y en las oposiciones culturales y políticas a las que ahora hacemos frente.”* (Fonseca Reis, 2008: 18) Además, permitió reconocer el potencial de la producción creativa para proyectar una nueva imagen del país, en los ámbitos interno y externo, bajo los eslóganes “Creative Britain” y “Cool Britannia”, con el consecuente atractivo de turismo, inversiones externas y talentos que sostuvieron un complejo programa de acciones. (Fonseca Reis, 2008: 17)**

En este contexto han surgido nuevas terminologías como “economía de la experiencia” (Pine y Gilmore, 1999), “economía creativa” (Howkins, 2001), y “sector quinario” (en el que se agrupan todas aquellas actividades relacionadas con la educación, la cultura, el arte y el entretenimiento, incluyendo las actividades relacionadas con la sanidad). Las mismas pretenden describir parte de la complejidad económica actual.

**Figura: Nº 1 Clasificación de Industrias Creativas de la UNCTAD.** Fuente: UNCTAD, 2010: 8



## **La Economía Creativa**

A partir de 2000 comienza a hablarse de la **economía creativa** una adjetivación que, según Landry, emana de los debates originales que motivaron “su” definición de ciudad creativa.

La noción de Economía Creativa surgió en la década de 2000 cuando se comenzaron a evidenciar las nuevas relaciones que se establecían en la sociedad entre la cultura y el arte, la economía, los habitantes, los artistas, la tecnología, el espacio público, y **cómo estas relaciones claves generaban sinergias y transformaciones significativas en las ciudades.**

Según Fonseca Reis (2008) *“...si entendemos la economía creativa como una sencilla reordenación de sectores en una categoría acuñada como “industrias creativas”, no habrá novedad, ya que la creatividad se reconoce como combustible de innovación desde el comienzo de los tiempos. La novedad está en el reconocimiento de que el contexto formado por la convergencia de tecnologías, la globalización y la insatisfacción ante el actual escenario socioeconómico mundial atribuye a la creatividad el papel de motivar y fundamentar nuevos modelos de negocios, procesos organizacionales y una arquitectura institucional que galvaniza los sectores y los agentes económicos y sociales.”* (Fonseca Reis, 2008: 24)

En 2001 se publicó el libro *La Economía Creativa* de Howkins. Según el autor británico, *“...lo nuevo es la naturaleza y la extensión de relaciones entre la economía y la creatividad y cómo se combinan de manera extraordinaria para crear valor y riqueza. El concepto de economía creativa de Howkins abarca 15 industrias creativas desde las artes hasta la ciencia y la tecnología.”* (UNCTAD, 2010: 39)

Para la UNCTAD (2010) la economía creativa carece de una definición unívoca. Es un concepto subjetivo que se ha ido configurado a lo largo de la década de 2000. La UNCTAD entiende por economía creativa *“un concepto en evolución basado en los activos creativos que pueden potencialmente generar crecimiento económico y desarrollo”.* (UNCTAD, 2010: 39) En esta definición vale resaltar el concepto de **activos creativos.**

De acuerdo a la UNCTAD (2010) la economía creativa tiene su núcleo en las industrias creativas, *“abarca aspectos económicos, culturales y sociales en interacción con la tecnología, los derechos de propiedad intelectual, y el turismo.”* (...) *“Comprende actividades económicas basadas en el conocimiento con una dimensión del desarrollo y vínculos transversales a niveles micro y macro hacia toda la economía.”* (UNCTAD, 2010: 40)

**En la economía creativa se observa la convergencia de la cultura y el arte, con el espacio público, la niñez y la juventud, la educación, el juego y la recreación.**

De acuerdo a Fonseca Reis y Urani (2009) *“Los productos, servicios e ideas generados por la creatividad individual pueden ser copiados, pero la fuente de creatividad no. Por este motivo, el talento creativo es el sueño dorado de muchos lugares.”* (En Fonseca Reis, 2009: 24)

En la bibliografía referente a la economía creativa sobresalen como externalidades positivas fundamentalmente el valor añadido; el crecimiento por aportes al PBI y el dinamismo

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

económico; la generación de empleo; la generación de ingresos, en particular los ingresos por exportación (UNCTAD, 2010: 40); los efectos multiplicadores (Manito, 2010; en Méndez et al, 2012:8); la contribución a la diversidad cultural (UNCTAD, 2010: 40), al desarrollo humano (UNCTAD, 2010: 40), y al desarrollo e inclusión social en los países en vías de desarrollo (Fonseca Reis, 2008; UNCTAD, 2010: 40)

## **La Clase Creativa**

El desarrollo cultural ha influido en la **construcción de subjetividades y en el desarrollo de los empleos contemporáneos**. En 2002 Florida publicó el libro *El Ascenso de la Clase Creativa* (Florida, 2002) donde sostiene la hipótesis acerca de la existencia de la **clase creativa**, definida como *“aquel grupo ocupacional que agrega valor económico a través de su creatividad y que se ha convertido en el propulsor de la economía actual.”* (Tironi Rodó, 2010: 5)<sup>10</sup> De acuerdo a Florida, el núcleo de la clase creativa consiste en científicos, artistas y consultores. (Florida, 2004; Clifton, 2008) Florida reconoce que *“las personas creativas y/o altamente formadas, optan por asentarse en un milieu urbano que se corresponde con sus preferencias ideológicas antes que por una oportunidad laboral.”* (Florida, 2004: 233)



Estas subjetividades en mayor o menor medida se corresponden con el ethos de la posmodernidad del hedonismo, el anhelo de la libertad, el cosmopolitismo, la búsqueda de experiencias nuevas y contrastantes, y el gusto por las experiencias altamente vivenciales (personales, auténticas y únicas).

El **surgimiento de nuevos actores** que lideran la economía en la ciudad del arte, procedentes tanto del sector manufacturero (como las nuevas formas de artesanías) y del sector terciario avanzado (Lazzeretti, 2003: 637) ha planteado una serie de interrogantes: ¿cómo es la dinámica espacial del conocimiento?, ¿por qué estos nuevos actores tienden a agruparse?, ¿dónde se agrupan?, ¿cómo operan?, ¿qué relaciones establecen entre ellos?, ¿qué buscan?, ¿qué rol tiene el capital social?, etc.

<sup>10</sup> Esta definición se asemeja a la definición dada por Reich (1992) sobre el analista simbólico. En su análisis de los nuevos intermediarios culturales Reich (1992) reconoció una serie de habilidades y actividades que le permitió definirlos como “obreros o analistas simbólicos” (Reich, 1992; en Scott, 2007: 208) De acuerdo a Reich (1993) “Se diferencian de los tradicionales empleados de servicios del fordismo por no cobrar su salario en relación a las horas trabajadas sino que lo que se evalúa y paga es su destreza, creatividad, capacidad de inventiva y flexibilidad.” (Reich, 1993; en Ravettino, 2007: 38)

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

Entre los factores que se analizan como atractores de la clase creativa se encuentran el clima, los servicios culturales, la proporción de jóvenes entre 22-29 años, la población gay, la vida nocturna, el precio medio de la vivienda, entre otros. (Romeiro y Gutiérrez del Valle, 2008: 6, 7) Florida identifica cuáles serían las tres características básicas que una ciudad debe tener para ser atractiva a los ojos de la “clase creativa”: poseer un **mercado de trabajo “grueso”** donde existan **muchas alternativas y posibilidades de empleos creativos; alta calidad en equipamiento** (lugares donde exista calidad de vida, desde parques hasta un buen sistema educacional) y, sobre todo, **densidad y dinamismo cultural**. Este último punto debe ser resaltado. “Florida insiste que, para la clase creativa, ‘cultura’ no significa teatros de ópera o museos, sino el tipo de **efervescencia y vitalidad** que emerge en ciertos lugares particulares: espacios ricos en vida barrial, en actividades culturales, en patrimonio y en autenticidad y tolerancia.” (Tironi, Rodó, 2010: 5)

De acuerdo al Observatorio de Industrias Creativas de Buenos Aires (2008) “*El Patrimonio Cultural es identificado como el origen de toda forma de arte y el alma de las industrias culturales y creativas. Es el punto de partida de la clasificación de industrias creativas...*” (Observatorio de Industrias Creativas, Buenos Aires, 2008: 20) Los artistas poseen en las ciudades un importante sustrato de materia prima sobre la cual crear y a partir de la cual representar. De esta forma el patrimonio de las ciudades creativas actúa como fuente de inspiración ya que “*...influye en la creatividad y es el origen de un número de bienes y servicios, así como de actividades culturales.*” (Observatorio de Industrias Creativas, Buenos Aires, 2008: 20)

**Fotografías que ilustran ésta sección:**

-----

**Mujer pintando.** Fotógrafo: Silvio Barba. Sitio Web: [www.galpondeluz.com](http://www.galpondeluz.com)

**Hombre de boina.** Sitio Web:

<http://psicoamb2013.wonference.com/es/base/page/index/id/11>

### **Encuadre Conceptual**

**En función de los aportes realizados en cada momento, han surgido dos acepciones de ciudad creativa: a) una ciudad que estimula una cultura de la creatividad para operar; b) un cluster creativo que atrae a la “clase creativa” y que estimula el surgimiento de las industrias culturales/creativas. La cultura es una variable que atraviesa ambas acepciones.**

#### **A) El milieu creativo: una cultura de la creatividad para operar**

Landry define la ciudad creativa como un milieu creativo fundamentado en que la creatividad es impulsada por el contexto. (Landry en Fonseca Reis, 2009: 13) Según Landry, *“un milieu creativo es un lugar – ya sea un cluster de edificios, una parte de la ciudad, una ciudad en su totalidad o una región – que contiene las precondiciones necesarias en términos de infraestructura “hard” y “soft” que genera un flujo de ideas e invenciones. Ese milieu es un emplazamiento físico donde una masa crítica de emprendedores, intelectuales, activistas sociales, artistas, administradores, poderosos brokers o estudiantes pueden operar en un contexto cosmopolita y de apertura mental donde la interacción cara a cara crea nuevas ideas, artefactos, productos, servicios, e instituciones y, como consecuencia de ello, contribuye con el éxito económico.”* (Landry, 2000: 133; en Kunzmann, 2011: 4)

Desde ésta perspectiva, la ciudad creativa no es solamente una escena de consumo cultural sino también un **territorio de creación**. Como se anticipara, Landry al igual que otros autores, sostiene que la creatividad se puede estimular y que cada persona, cada organización y cada territorio, puede ser más creativo de lo que es. De acuerdo a esta perspectiva, ¿qué se necesita para estimular una ciudad creativa? Los autores refieren a:

#### **Cultura Emprendedora y Masa Crítica de Emprendedores.**

Como puede observarse en la definición precedente, se alude al concepto de **masa crítica**, destacando la participación de determinados actores sociales que favorecen la creatividad y el emprendedorismo. En esta definición de ciudad creativa está representado el emprendedor como una figura clave del discurso de la ciudad creativa. En segundo lugar, se destaca la participación de los artistas y los estudiantes. Si el talento creativo no está presente a nivel territorial, pueden desarrollarse estas capacidades o bien pueden atraerse. En éste aspecto el concepto de milieu creativo coincide con la segunda acepción de ciudad creativa, ya que coincide con la “captación de talentos”.

#### **Infraestructura Soft.**

Landry (en Fonseca Reis, 2009) refiere a la infraestructura “soft” haciendo fundamental hincapié en el tipo de subjetividades que requiere una ciudad para ser creativa: mano de obra flexible y altamente formada; una gran infraestructura intelectual, formal e informal; pensadores, creadores e implementadores dinámicos, ya que la creatividad no se trata sólo de tener ideas; fuertes vínculos comunicacionales; ser capaces de darle espacio a las personalidades inconformistas; una cultura general emprendedora que puede ser aplicada

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesisista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

tanto a fines económicos como sociales. Por infraestructura “hard” entiende la parte física de la ciudad: edificios, calles, sistema cloacal, etc.

### **Encuentros y Cruces culturales.**

Fonseca Reis y Urani (2009) sostienen que **las conexiones** son un elemento clave de las ciudades creativas. Por “conexiones” refiere al encuentro de ideas, personas con diferentes trayectorias de vida, negocios y expresiones, que se producen tanto al interior de la ciudad como en interacción con el mundo. (Fonseca Reis y Urani, en Fonseca Reis y Kageyama, 2009: 26) Landry y Bianchini (1995) refieren a los “*cruces culturales*”.

De acuerdo a Metzger (2008) *“La combinación de elementos establecidos o la transferencia de ideas y conocimiento de un contexto a otro estimula y desarrolla la creatividad. La comunicación entre individuos que tienen acceso a diferentes campos del conocimiento, o diferentes (sub)-sistemas culturales, favorece la creatividad.”* (Metzger en Hebler y Zimmermann, 2008: 382)

La sociabilidad e interacción “cara a cara”, además de contener las precondiciones para que surja una idea nueva, permite generar habilidades y procesos cognitivos. Es decir, la ciudad creativa no tiene que ver solamente con la participación de artistas callejeros o la transformación física de un sector de la ciudad, sino también con la interacción de personas en un ámbito determinado donde, producto de esa interacción, se generan **productos potenciales y procesos de aprendizaje colectivo e individual**. Por eso la ciudad creativa bebe del concepto de sociedad del conocimiento.

Asimismo, Landry y Bianchini (1995) recomiendan utilizar catalizadores para promover el encuentro y la sinergia entre personas con diferentes perspectivas. Esto puede darse a través de distinto tipo de organizaciones y eventos catalizadores. Los **espacios públicos y espacios de trabajo** pueden actuar como catalizadores, atrayendo diferentes tipos de personas y estimulando la interacción. (Landry y Bianchini, 1995: 28, 29)

### **Contar con espacios creativos.**

Una ciudad creativa debe contar con espacios donde las personas y proyectos creativos puedan desarrollarse. Los autores sugieren emplazar estos lugares en los suburbios, donde los usos están cambiando como en el puerto o las zonas industriales, espacios baratos que reducen el riesgo financiero y que por lo tanto estimulan la experimentación. (Landry y Bianchini, 1995: 30)

### **Liderazgo, comunicación y participación de distintos actores sociales.**

Otra manera de observar las conexiones en la ciudad creativa es a través de los nuevos roles y responsabilidades que se producen en el **gobierno de la ciudad**. (Fonseca Reis y Urani, en Fonseca Reis y Kageyama, 2009: 26) Lazzeretti (2003) se refiere a la gobernanza de la “ciudad del arte”.

Si bien cabe destacar atributos individuales, Landry, Bianchini y Puig destacan la importancia de construir un **equipo líder**, conductor del proceso de transformación urbana. *“En este contexto, el liderazgo no refiere a personalidades, sino a reunir líderes del sector político, privado, y del sector voluntario para contribuir con el desarrollo de la ciudad.”* (Landry y Bianchini, 1995:31)

Puig, por su parte, añade que *“Para la ciudad de marca con futuro, hay diálogo, consenso. Y suma: las diferencias y las pluralidades se acuerdan para abordar, con todas las energías y recursos, la nueva ciudad, la ciudad trazada. Suma administraciones, asociaciones, empresas, ciudadanos, partidos, sindicatos, iglesias, universidades, creativos, científicos, raros, anónimos, desafiantes...”* (Puig, 2009: 28)

De acuerdo a Landry y Bianchini (1995) *“El objetivo es crear entendimiento mutuo acerca de los problemas y posibilidades de la ciudad y, de esta forma, desarrollar un grupo de liderazgo capaz de afrontar distintos temas comprensivamente.”* (Landry y Bianchini, 1995:28)

### **Pasión y Visión.**

Hernández y Quevedo (2010) refieren a la necesidad de contar con **entusiasmo** y **pasión**, ya sea por su propia ciudad, por la gestión pública, por la cartera administrativa al frente de la cual se encuentran, etc. De acuerdo a Kunzmann (2005) la creatividad requiere **fantasía** y **poder visionario** (Kunzmann, 2005: 3) lo cual también es manifestado por Fonseca Reis (2009) quien observa **“la existencia de coraje y convicción para llevar a cabo la ciudad imaginada.”** (Fonseca Reis, 2009: 9)

Como puede observarse, la ciudad creativa requiere de algunos insumos claves y en apariencia fácilmente alcanzables, pero que implican una “compleja tecnología social” que les brinde soporte.

## **b) Ciudad creativa como clusters creativo-culturales**

Para algunos autores, el énfasis de la ciudad creativa reside en la capacidad de las ciudades de generar, atraer y mantener industrias creativas, que constituyen atractores de talento creativo. Desde esta perspectiva, se reconoce la existencia de un **sector creativo**. Una alta concentración de industrias y clusters creativos constituyen indicadores de una ciudad creativa. (en Fonseca Reis y Kageyama, 2009: 25)

En torno a áreas de alto valor patrimonial han surgido distintos clusters creativos-culturales. La UNCTAD (2010) define a las ciudades creativas por la concentración cultural que las caracteriza. *“Éste término describe un complejo urbano donde actividades culturales de distinto tipo son parte integral de su funcionamiento económico y social. Estas ciudades tienden a estar construidas sobre una sólida infraestructura social y cultural, poseen altas concentraciones de empleos creativos, y tienden a ser atractivas para la inversión debido a sus bien establecidas facilidades culturales.”* (UNCTAD, 2010: 12)

El importante desarrollo cultural que evidencian estas ciudades ha dado lugar a autores como Lazzeretti et al (2003) a denominarlas “ciudad del arte”. Lazzeretti (2003) en su estudio de la ciudad de Florencia (Italia) define a la ciudad del arte como *“un sistema local de Alta Cultura, caracterizado por la presencia, en su territorio, de una gran cantidad de recursos artísticos, culturales y naturales (...) y de una red de actores institucionales, económicos y no-económicos, que desarrollan actividades de conservación, desarrollo y gestión económica de estos recursos que representan en su totalidad el Cluster de Alta Cultura de la ciudad.”* (Lazzeretti, 2003: 4)

De acuerdo a Fonseca Reis (2009) el concepto de cluster-creativo es diferente al concepto de cluster tradicional propuesto por Porter (un parque de negocios ubicado a continuación de un campo tecnológico). Debe ser concebido como la convergencia difusa de aspectos económicos, culturales y sociales. Son lugares para vivir y trabajar, lugares donde los productos culturales son creados y consumidos. Están abiertos todo el día tanto para vivir como para trabajar. Se nutren de la diversidad y el cambio, y de esta forma se desarrollan en escenarios urbanos multiculturales que poseen una identidad propia y que están conectados con el mundo. (Fonseca Reis y Urani; en Fonseca Reis y Kageyama, 2009: 25)

En la actualidad, numerosos estudios están centrados en describir las características de los barrios denominados “bohemios” (Lloyd, 2002, 2004 y 2006; Tironi, 2009; Clark et al, 2011) dado que el barrio, como unidad espacial, está resurgiendo en tanto portador de identidad. Es el caso del barrio Poblenou o El Raval en Barcelona, Guayaquil en Medellín, barrio Puerto en Valparaíso, y Pichincha en Rosario.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> La bohemia constituye una representación estética de la ciudad que actualmente tiene vinculaciones con el desarrollo de las ciudades creativas y el sujeto auto-expresivo de la posmodernidad al que aluden Beck et al (1994). La bohemia es un discurso de naturaleza urbana que nace en el seno de la burguesía, pero en radical oposición a sus principios y estilo de vida. De acuerdo a Vizoso (2010) “...el bohemio es un ser “desconectado”, “desenganchado” de ese proceso acelerado de producción. Su propia condición le mantiene en una situación permanente de ocio aparente. No tiene domicilio fijo, carece de muebles y

Existe una valoración particular centrada en el **barrio tradicional y los comercios y oficios tradicionales de barrio** como pueden ser las verdulerías, bares y cafés, panaderías, pizzerías, farmacias, carnicerías, restaurantes, clubes, entre otros. Estos constituyen nuevos referentes del patrimonio urbano, los cuales se caracterizan por su **denso tejido patrimonial y social**. La revalorización del barrio también puede responder a una **necesidad de espacio vivido y sentido**. De acuerdo a Tironi Rodó (2010) a fines de la década de 1990 comenzaron a surgir nuevas voces entre geógrafos, arquitectos, urbanistas y economistas que apelaban a una noción de localidad aún más “lugarizada”, esto es, aún más cualitativa, significada, y compleja. Siguiendo al autor, se revitaliza la visión de Jacobs (1968) sobre la constitución vivida, multidimensional y semicaótica del barrio. (Tironi Rodó, 2010: 4)

Tironi Rodó (2011) en su análisis del Poblenou de Barcelona les llama “barrio hojaldré”: *“un barrio donde una etapa histórica, con su respectiva morfología urbana, no borra la anterior sino que la adapta y complejiza: las antiguas naves industriales y el asociativismo conviven con las nuevas avenidas, los malls y el turismo. (...) En suma, no estamos ante un ghetto norteamericano o una banlieu parisina – objetos privilegiados de la regeneración urbana- sino ante un barrio con un avanzado estado de obsolescencia física y habitacional, y una inigualable centralidad urbana- pero con características sociales, culturales y demográficas saludables, con un tejido patrimonial y una textura identitaria espesa y rica, y con una morfología urbana compleja y única.”* (Tironi Rodó, 2011: 90, 91)

Tironi Rodó (2008) ha demostrado que los casos emblemáticos del modelo creativo comparten siempre cuatro características: barrios patrimoniales, en situación (urbana y social) transicional, ubicados en sectores céntricos y ricos en cultura de calle. *“En otras palabras, el modelo de la ciudad creativa se sustenta en una visión en extremo particular del barrio, aquella del barrio anglo europeo, con fuerte identidad urbana, abundante en patrimonio pero lo suficientemente en declive como para desplegar una vida barrial auténtica y dinámica.”* (Tironi Rodó, 2008: 6)

Si bien los aportes de Florida han sido muy cuestionados por su validez científica, el autor brinda líneas útiles de análisis para futuras investigaciones, ya que evidentemente hay subjetividades que se aproximan con los perfiles socio-culturales a los que alude Florida.

Frente a estas consideraciones, no es casual que ciudades con densidad patrimonial y social (densidad urbana) como las ciudades creativas estén de moda. Como se anticipara, evidentemente la vitalidad, la originalidad, la vida de calle son factores altamente importantes

---

otras pertenencias que puedan lastrar su libertad de movimientos: su vida privada, paradójicamente, se despliega en los espacios públicos: bibliotecas, cafeterías, parques, plazas, jardines públicos, etc.” (Vizoso, 2010: 55-63) Siguiendo a Vizoso (2010) “... se trata de un ideario que incorpora la preocupación por la ocupación y el uso del espacio urbano en su programa estético, frente a otros discursos que no fueron conscientes de las implicaciones geográficas de la estética. De hecho, en el discurso bohemio es esencial la autenticidad de los vínculos que se establecen entre el artista y el espacio que ocupa (lo veremos en el caso de la buhardilla, del prostíbulo, del café, de las calles y de los parques públicos). Esta autenticidad se expresa en el hecho de tratarse de una literatura eminentemente vivencial (...) la única proveedora de paisajes bohemios es la ciudad.” (Vizoso, 2010: 75)

para muchas subjetividades. A lo largo de la investigación fueron recurrentes las referencias en relación al espacio público y a la vida barrial.

Quaglieri Domínguez y Russo (2010) a partir de un estudio de caso de Barcelona, refieren a la figura del (post)bohemio para diferenciarlo del bohemio típico del siglo XIX que oponía resistencia a la sociedad burguesa. El (post)bohemio *“...representa, posiblemente, una figura emergente adentro del panorama de la ciudad; su influencia sobre algunas dinámicas urbanas resulta cada vez más significativa, sobre todo con relación a algunas áreas de las ciudades estrella del “nuevo turismo cultural” de las última décadas, entre las cuales destaca Barcelona. Es además el perfil que mejor encarna las nuevas tendencias surgidas en el marco del turismo urbano. (...) Más que a una adhesión “existencial”, el término post-bohemio se refiere a una condición temporal que se refleja en un estilo de vida provisional, en línea con los principios de la sociedad líquida.”* (Quaglieri Domínguez y Russo, 2010: 7)

El **proyecto** es un referente común en la bibliografía ligada a las ciudades e industrias creativas. Una variable a tener en cuenta para comprender el esquema urbano de la ciudad creativa es la contingencia. El ideal del disfrute ahora y la idea del proyecto. Siguiendo los aportes de Tironi Rodó (2010) los proyectos no son “unidades autocontenidas, duraderas e institucionalmente incrustadas” sino “actores-red transitorios, orientados a la tarea y ajustables al entorno (Boltanski y Chiapello, 1999; DeFillipi y Arthur, 1998; Grabher, 2001, 2002a y 2002b)” (Tironi Rodó, 2010: 16-17). La identidad de los proyectos es “continuamente construida y negociada” razón por la cual se habla de “identidad amébrica” (Tironi Rodó, 2010: 17).

Los aportes de Florida coinciden con la tendencia a desdibujar los límites entre el tiempo de ocio y de trabajo, así como la delimitación del espacio de trabajo y de residencia. Es decir, la idea subyacente del cluster / barrio bohemio es ser un lugar de trabajo pero disfrutable, un espacio de trabajo que a la vez es espacio de vida.



AmorirAmorir

MORIR! AMOR! AMOR!

# Cap. III

## ANÁLISIS DE LOS CASOS

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

A continuación, se exponen los casos analizados. Uno de los aspectos centrales analizados ha sido el desarrollo cultural de las últimas décadas.

**Valparaíso** desarrolló una política cultural muy agresiva e intervencionista sobre el patrimonio material con el objeto de posicionar a la ciudad como turística, universitaria y creativa, que estimula el desarrollo inmobiliario. El pivote de las políticas de Valparaíso fue la declaración que obtuvo como Patrimonio de la Humanidad en el año 2003.

**Rosario** no desarrolló una política cultural tan marcada y evidente como Medellín (de hecho no posee un Plan de Desarrollo Cultural) pero cuenta con una visión integral y transversal de la ciudad, fundamentado en planes estratégicos, en donde se articula la cultura con el espacio público. Como se verá más adelante, gran parte de las iniciativas y proyectos de Rosario emanan de la sociedad civil y luego se canalizan en los planes y proyectos del gobierno local.

**Medellín** desarrolló políticas culturales para la formación ciudadana, reconociendo el poder transformador de la cultura más allá del consumo y la diversión. Se destaca la existencia de dos planes de desarrollo cultural, siendo el primero de ellos de redacción temprana (1990) para el contexto latinoamericano y mundial.



CASO

VALPARAÍSO

### **Localización**

Valparaíso está ubicado en el centro-oeste de Chile, en la Región de Valparaíso. Se encuentra a 8 km de Viña del Mar (importante destino turístico de Chile), y a 130 km de Santiago (capital nacional).

Situada a orillas del Océano Pacífico, Valparaíso se caracteriza por una topografía singular y dominante. Ocupa el fondo de una ensenada que se extiende por tres kilómetros, antecediendo al cordón de cerros que forman el “anfiteatro” de la bahía, la cual se inicia por el norte en la Punta de Osces (sector de Las Salinas de Viña del Mar), terminando en Punta Ángeles al sur. En la comuna de Valparaíso hay 42 cerros, circundando directamente la bahía 17 de ellos, con una altura que fluctúa entre los 25 y 500 m.s.n.m. Los mismos están surcados por una red de quebradas que se orientan hacia el mar y que son producto de la erosión producida fundamentalmente por el escurrimiento de las aguas de lluvia. Muchos de estos cursos se mantienen como áreas verdes naturales; las quebradas suelen ser frondosas y ricas en flora nativa, y son parte de la historia de la ciudad.<sup>12</sup>

Posee un clima templado a cálido con temperaturas moderadas debido a la cercanía del mar, y con una estación seca prolongada. Durante los meses de verano las temperaturas se ven afectadas por las masas de aire que se originan en el océano, las que presentan temperaturas que varían entre los 10° C y 22° C. En los meses de verano estas masas de aire en movimiento (vientos) aumentan la humedad y suben la temperatura de la zona hasta los 27 ° C. En invierno, entre mayo y octubre, la zona se ve afectada por masas de aire frías y húmedas de origen polar que pueden bajar la temperatura incluso a valores bajo cero.<sup>i</sup>

### **Perfil Económico**

Valparaíso es una ciudad-puerto que ha sido de suma importancia en el contexto de Chile y Sudamérica. Actualmente es el segundo puerto más importante de Chile, el cual se encuentra en un momento de modernización y relanzamiento internacional. Tuvo una importante actividad comercial y financiera. En los últimos años, ha desarrollado una serie de acciones en pos de posicionarse como una ciudad cultural, turística y universitaria, con un importante desarrollo del sector inmobiliario y el fomento de las industrias creativas.

La comuna de Valparaíso forma parte del Área Metropolitana del Gran Valparaíso, la segunda más poblada de Chile. Es la sede del poder legislativo de Chile y del Consejo Nacional de la Cultura y Las Artes de Chile (creado en 2003).

---

<sup>12</sup> Normalmente acogen a sus habitantes más postergados.

### **El desarrollo histórico de Valparaíso**

La Bahía del Quintil donde se asienta actualmente Valparaíso fue descubierta en 1536 pero fue recién en 1544 que fue designada como “puerto y ciudad de Santiago”.

La estructura urbana inicial de Valparaíso presenta dos peculiaridades. Por un lado, la traza original se diferencia de la típica traza de la ciudad española (plaza central, calles y solares). Sigue el orden lineal de un sistema de plazas en paralelo a la costa. Por otro lado, la particularidad de que Valparaíso nació y creció en forma espontánea debido a las características de su topografía. La ciudad se divide en cerros y “plano”<sup>13</sup>, que era el sector de playas y sector agrícola del puerto. (Irrázaval, S/R) Las calles más importantes, paralelas al mar, concentraron la actividad comercial y administrativa, mientras que los cerros fueron utilizados como zona de residencias.

El desarrollo urbano de Valparaíso, después de la independencia de Chile en 1810, está marcado por la liberalización del comercio y por la integración del país al resto del mundo, a través de la concepción urbana de “puerto”, configurándose la ciudad republicana y liberal. (Irrázaval, S/R)

Como se verá, el desarrollo de Valparaíso también está caracterizado por el impacto de su actividad portuaria (dependiente de factores exógenos) y de catástrofes naturales que dejaron huellas en su estructura urbana y social.

#### *Etapas de auge económico y esplendor socio-cultural (1800-1910).*

Entre 1800 y 1910, Valparaíso tuvo una etapa de auge económico y esplendor socio-cultural que lo posicionó a la vanguardia en el contexto chileno y mundial. Hacia 1870 Valparaíso era el puerto principal de las costas occidentales de América del sur conocido como “la perla del Pacífico”. Desde 1880 y hasta principios del siglo XX las grandes firmas tuvieron su época dorada. Valparaíso concentraba las empresas más importantes del país y era dirigida por inmigrantes que crearon un ambiente propicio para la innovación y el emprendimiento. Un deseo de progreso indefinido invadía a sus habitantes.

En paralelo al crecimiento económico se produjo el auge inmigratorio. La arquitectura de este periodo tomó rasgos ingleses y franceses. La mayoría de los extranjeros arribados eran burgueses acostumbrados a los negocios, lo cual incidió en la conformación del capital social que caracterizó a Valparaíso, estableciendo una cultura comercial e industrial, que hizo de Valparaíso el eje del poder político y financiero de Chile, durante casi 50 años. Se dedicaron principalmente al comercio, la navegación, la minería y las finanzas. Tal es así que en 1842 la ciudad fue nombrada capital de provincia.

---

<sup>13</sup> Tradicionalmente el plan se divide en los sectores del Barrio Puerto, núcleo fundacional de la ciudad, y El Almendral, zona dedicada preferencialmente al comercio.

Los recién llegados se asentaron en los alrededores de la Iglesia de La Matriz, con espacios destinados a su uso y disfrute como El Almendral<sup>14</sup> y en los barrios cercanos al puerto.

La morfología urbana conserva sus características de equilibrio entre el medio construido y el medio natural hasta el siglo XX. Desde fines de siglo XIX se apreció un creciente aumento de la planta urbana de Valparaíso, la cual rebasaba los límites naturales, comenzando a trepar por los “cerros de Valparaíso”. A excepción de los cerros Alegre y Concepción, los restantes cerros (fundamentalmente los cerros Santo Domingo y Cordillera) fueron habitados por los ciudadanos que procedían del campo a la ciudad, construyendo sus chozas en las pendientes de las quebradas. “Estas, mayores y menores, en apretados conjuntos de viviendas, acceden al plano a través de quebradas transformadas en calles, las que a su vez desembocan normalmente en una plaza.” (Irrázaval, S/R: 3)

De acuerdo al sitio web oficial de la ciudad de Valparaíso, “La Plaza Victoria era el centro social por excelencia, donde se hacían las fiestas primaverales y los adolescentes jugaban a tirarse chaya o papel picado. Pero al poniente, en la Plaza Echaurren y sus alrededores, la diversión iba acompañada de alta ingesta de alcohol, riñas y caricias de mujeres. La calle Cajilla, donde marineros y bohemios porteños se daban cita, era famosa por sus bares y prostíbulos. Lo cierto es que no sólo se veía lujo y riqueza en la ciudad, sino que estaba la contraparte de extrema pobreza, hacinamiento e insalubridad de la vida de la gente en los conventillos.” (Sitio web oficial de la ciudad de Valparaíso)



<http://diario.latercera.com/2012/12/16/01/contenido/pais/31-125598-9-valparaiso-tendra-la-mitad-de-sus-ascensores-operativos-este-verano.shtml>

**Esta realidad de contrastes, junto a una urbanización desordenada y heterogénea, ha sido constante en la historia de Valparaíso.** (Sitio Web Oficial de Valparaíso) Producto de la escasez de suelo plano en Valparaíso, la **densificación y superposición de actividades** caracterizaron el ordenamiento espacial y programático de dichos barrios. La concentración espacial de actividades de diversa naturaleza, generó **sinergias económicas** atractivas para la localización de servicios e industrias, que dinamizaron el Plan de Valparaíso.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> El Almendral, predio agrícola trabajado por el orden de los mercedarios, que con el tiempo se fue transformando en el lugar de recreación estival de la alta sociedad de Valparaíso.

<sup>15</sup> Actualmente, en calle Errazuriz y el barrio el Almendral, aún es posible encontrar edificaciones cuya arquitectura da cuenta de la coexistencia entre la actividad económica, y residencial, incorporando verticalmente bodegas subterráneas, locales comerciales, oficinas, y dependencias habitacionales. <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2012/08/30/valparaiso-y-el-puerto-pasado-presente-y-futuro-de-la-ciudad-las-lecciones-de-la-historia-en-el-rescate-de-valparaiso/>

En este período se concretaron obras que posicionaron a Valparaíso como una ciudad de vanguardia. La construcción del ferrocarril, la instalación de telégrafos, alumbrado público, agua potable y alcantarillado; y se establecieron casas comerciales, clubes, hoteles y teatros, símbolos de la agitada vida social y cultural. (Sitio Web [www.redchilena.com](http://www.redchilena.com))

También fue pionera en la implementación de avances tan diversos como las vacunas, los buques a vapor o el primer ferrocarril interurbano de pasajeros (constituyendo un contrapeso real con Santiago), el diario en español más antiguo del mundo (El Mercurio de Valparaíso, 1827), la creación de la Bolsa de Valores de Valparaíso (1848), la formación del primer Cuerpo de Bomberos del país (1851), así como los ascensores construidos a partir de 1883. (Poduje, 2009)<sup>16</sup>

De acuerdo al sitio web oficial de la ciudad de Valparaíso, “aquel espíritu innovador (...) no sólo se desplegaría en obras materiales, la idiosincrasia también se vio favorecida por las culturas foráneas, que influyeron en la tolerancia y el pluralismo que se respiraban en la ciudad. Prueba de ello fue la creación del Cementerio Protestante en 1819; la Iglesia Protestante en 1825 y la Anglicana en 1858, algo sin precedentes en el Chile católico y conservador de entonces.” (Sitio web oficial de la ciudad de Valparaíso)

#### *Etapas de declive económico (1910 - 1930).*

Este período se caracterizó por el fin de la “época de oro” del puerto, que le dio su carácter global, moderno y de vanguardia a la ciudad.



[http://portada.diariosregionales.cl/prontus\\_blogs/site/artic/20110228/pags/20110228123551.html](http://portada.diariosregionales.cl/prontus_blogs/site/artic/20110228/pags/20110228123551.html)

En primer lugar, cabe hacer referencia al terremoto y tsunami de 1906 que significó la muerte de alrededor de 3.000 personas, con una importante reestructuración de la planta urbana de Valparaíso (destruyó la mayoría de las construcciones de la parte baja), y la emigración de un gran número de personas hacia Santiago y la actual Viña del Mar.<sup>17</sup> El Valparaíso que hoy conocemos nació a partir de la reconstrucción de la ciudad después del gran terremoto de 1906.

De acuerdo al sitio web oficial de la ciudad de Valparaíso “Si bien el sismo podría haber supuesto el estancamiento urbano, los ciudadanos, en vez de desmoralizarse, comenzaron una rápida reconstrucción, motivados por el Centenario de la Independencia que se cumpliría en 1910. El desastre natural fue la oportunidad de rehacer Valparaíso: se ensancharon las calles y se niveló el terreno, para evitar las repetidas inundaciones de invierno. La urbe se siguió

<sup>16</sup> <http://atisba.cl/2009/04/valparaiso-a-la-deriva-auge-y-cai%C2%ADda-de-una-ciudad-de-vanguardia/>

<sup>17</sup> De acuerdo a Larreta Lavín (2011) “La naturaleza y la mano del hombre han puesto a prueba nuestra ciudad y la zona, en reiteradas ocasiones, enfrentando no sólo las trepidaciones de la tierra sino también temporales, aluviones, incendios, naufragios, explosiones, saqueos a manos de los piratas y hasta un bombardeo leve a una ciudad sin posibilidades de defensa.” (Larreta Lavín, 2011) [http://portada.diariosregionales.cl/prontus\\_blogs/site/artic/20110228/pags/20110228123551.html](http://portada.diariosregionales.cl/prontus_blogs/site/artic/20110228/pags/20110228123551.html)

hermoseando y expandiendo durante las tres primeras décadas del siglo XX.” (Sitio web oficial de la ciudad de Valparaíso)

No obstante, en esta etapa comenzaría el declive del flujo mercantil y la actividad económica del puerto provocado por diversos factores, entre los cuales se pudieron identificar: la conexión del ferrocarril entre Santiago y San Antonio<sup>18</sup> (1911), la inauguración del Canal de Panamá (1914), y la crisis económica mundial (1929) que afectó notablemente a Chile.

Desde entonces, la ciudad entraría en un estado de estancamiento que se vio afectado por nuevas catástrofes naturales (los terremotos de 1965, 1971 y 1985) y crisis económicas (1973 y 1982), dificultando su reactivación urbana de forma integral.

De acuerdo al sitio web oficial de la ciudad de Valparaíso a partir de 1950 muchos porteños emigran hacia la capital del país. Y con ellos empresas bancarias, industriales y de servicios. En Santiago estaba el aparato del Estado, los empleos que de él derivan, las universidades, las Fuerzas Armadas, las industrias y buenas vías de comunicación: el FFCC y las carreteras. Valparaíso, al estar tan cerca de la capital, fue absorbida por ésta. Las familias de la elite porteña partieron. A partir de los 60 la clase alta y media de Valparaíso emigra también hacia Viña del Mar. En los '70 la industria manufacturera nacional entró crisis, obligando al cierre de empresas claves. (Sitio web oficial de la ciudad de Valparaíso)

De 1973 a 1989 el país estuvo bajo el régimen militar de Augusto Pinochet. Durante la dictadura militar las acciones se redujeron a unos pocos subsidios y el traslado del Congreso Nacional, medida populista que no produjo ningún efecto en materia de descentralización o desarrollo económico. En los '90 la mecanización del puerto redujo la demanda por mano de obra, aumentando el desempleo. La suma de estos factores sume a Valparaíso en una crisis profunda que se mantiene hasta hoy y que amenaza seriamente la calidad de su espacio construido. (Poduje, 2009)

---

<sup>18</sup> Localidad ubicada escasos kilómetros al sur de Valparaíso.

### **La cultura en Valparaíso**

El principal rasgo patrimonial de la ciudad reside en la articulación entre su emplazamiento y el ambiente construido, que da lugar a un particular paisaje que ha cautivado a cuanto visitante pasara por la ciudad. En ella habitaron artistas reconocidos a nivel internacional como los escritores Rubén Darío<sup>19</sup> y Pablo Neruda<sup>20</sup>, los pintores Mauricio Rugendas y Camilo Mori (nacido en Valparaíso), Lukas (dibujante) y Antonio Quintana (fotógrafo).

El paisaje de Valparaíso se caracteriza por las irregularidades de su topografía, que da lugar a la articulación espontánea y discontinua de calles y plazas. De acuerdo a Waisberg esta situación *“crea una gran fluidez y riqueza urbana, uniendo distintos planos y actividades en un marco que siempre tiene una abertura hacia la naturaleza. Miradores y paseos son otra expresión de esta gran riqueza urbana y espacial que van conectando los cerros...”*. (Waisberg en Irrázaval, S/R: 4) Los ascensores y el puerto forman parte de la imagen más difundida de ese Valparaíso colorido y bohemio.

Irrázaval (S/R) agrega *“la arquitectura escalonada e imbricada, los balcones y galerías de viviendas en manzanas islas, la traza de forma irregular, consolidada, calles quebradas y discontinuas, atractivos rincones resultantes, desniveles, fachadas y techumbres, interiores y exteriores que se entremezclan, han sido la característica, riqueza y valor que le han dado la peculiaridad de forma y colorido a Valparaíso.”* (Irrázaval, S/R: 4)

Según Undurraga<sup>21</sup> (2008) *“...es una ciudad (...) con una estructura que produce que la vida ciudadana sea muy intensa y se viva en constante vecindad.”* (Undurraga, 2008: 47) *“Un atributo social y cultural lo constituye la persistencia de la “escala de barrio”. En la ciudad hay espacios con usuarios cotidianos y una convivencia que se ve enriquecida por la propia vecindad; es decir, los ciudadanos viven y conviven. Hay mucha gente que llega y dice, ¡qué ciudad más pobre!”. Pero es tan pobre como cualquier ciudad de Chile, lo que pasa es que la diferencia estriba en que su pobreza no ha sido segregada en la periferia. La población ha ejercitado convivir, respetar y asimilar las diferencias y diversidades, de una manera bastante armónica.”* (Undurraga, 2008: 48)

De acuerdo a Trivelli y Nishimura (2010) *“Es interesante contrastar la declinación de la importancia de Valparaíso con el rol de la ciudad en el ámbito de la creación artística. Podemos decir que es justamente en [la década de 1930 en adelante], y no en la de su esplendor, cuando el puerto se convierte en catalizador de creaciones artísticas de valor excepcional y trascendencia universal, que han jugado un papel muy importante en la valoración y difusión*

---

<sup>19</sup> En 1888, Rubén Darío publica en Valparaíso su libro “Azul” emblema del modernismo en Hispanoamérica.

<sup>20</sup> Quien residió durante largos años de su madurez en la ciudad, donde construyera esa peculiar casa que es “La Sebastiana”, en el Cerro Florida. Neruda declararía su amor a la ciudad en famosos versos, y resumiría sus lugares de residencia señalando “Nací en el centro de Chile, me críe en la frontera, comencé mi juventud en Santiago, me conquistó Valparaíso”<sup>14</sup>. (Trivelli y Nishimura, 2010: 23)

<sup>21</sup> <http://www.ccemx.org/descargas/files/Memoriaderevitalizacion.pdf>

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesisista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

*de Valparaíso durante las últimas décadas.” (Trivelli y Nishimura, 2010: 22)<sup>22</sup> Más adelante agregan, “Un ámbito muy claro a este respecto es el cine, que con su mirada contribuyó muy fuertemente a la valoración de la magia que esconde esta ciudad.” (Trivelli y Nishimura, 2010: 22)*

Respecto a su patrimonio edilicio, Valparaíso ha sido objeto de una profunda destrucción producto de las catástrofes naturales antes señaladas y el impacto del desarrollo inmobiliario de las últimas décadas.

Entre los edificios que quedan en pie hay inmuebles característicos de los comienzos de la República (con elementos de la arquitectura colonial, incorporándole rasgos neoclásicos), así como referentes de la arquitectura moderna y racionalista. De acuerdo a Irarrázaval (S/R), *“Hay arquitectura historicista y ecléctica de la segunda mitad del s. XIX y comienzos del s. XX, con referencias neobarrocas, neorrenacentistas y clásicas. Hay también edificaciones racionalistas de mediados del siglo XX, que tienen en Valparaíso una especial expresión, dado el desafío de su adaptación al profundo desnivel de los cerros.” (Irarrázaval, S/R: 4)*

Cabeza Monteiro (S/R) señala que el patrimonio de Valparaíso *“Comprende desde obras eruditas, diseñadas por arquitectos con formación académica, hasta obras de arquitectura espontánea o vernácula, pasando por una gran cantidad de edificaciones de excelente calidad, erigidas por diestros maestros constructores.” (Cabeza Monteiro, S/R: 5)*

El arte tiene una presencia permanente en el espacio público a través del legado de murales de la ciudad. En los años 90, se inauguró en el Barrio de Bella Vista el **Museo a Cielo Abierto**, que fue realizado por los alumnos del Instituto de Arte de la Universidad Católica de Valparaíso. Participaron 18 artistas chilenos y españoles, entre los que se encontraban Nemesio Antúnez, Roser Bru, José Balmes y el internacionalmente conocido Roberto Matta<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup> [http://www.subdere.gov.cl/sites/default/files/documentos/articles-81138\\_archivo\\_fuente.pdf](http://www.subdere.gov.cl/sites/default/files/documentos/articles-81138_archivo_fuente.pdf)

<sup>23</sup> Fue un arquitecto, pintor, filósofo y poeta chileno. Considerado el último de los representantes del surrealismo.

De acuerdo a Pajarito, un pintor de murales que trabaja para la municipalidad de Valparaíso "Valparaíso no se puede comparar con ninguna otra ciudad del mundo. Tiene un sello personal único que se observa nada más poner el pie en sus escaleras. Además la geografía lo hace un lugar diferente. "Valparaíso es inspiradora. Nadie se puede resistir a los encantos de una ciudad así. No hay quién se abstenga de crear algo, ya sea un poema, un dibujo, retratar a una mujer o a un trabajador, a un café (chulo o proxeneta)... Siempre hay algo que te inspira."<sup>24</sup>

A mediados de los ochenta, surgió el Taller Muralista La Caleta, con el objetivo de responder a la creciente demanda de apoyo al trabajo cultural realizado por las organizaciones populares. Desde hace dos años se lleva a cabo el **Valparaíso Spray**, un festival único en Latinoamérica. El objetivo es incentivar la expresión de los artistas urbanos, liberar el espíritu creativo y acercar el arte a la comunidad a través de los graffitis.

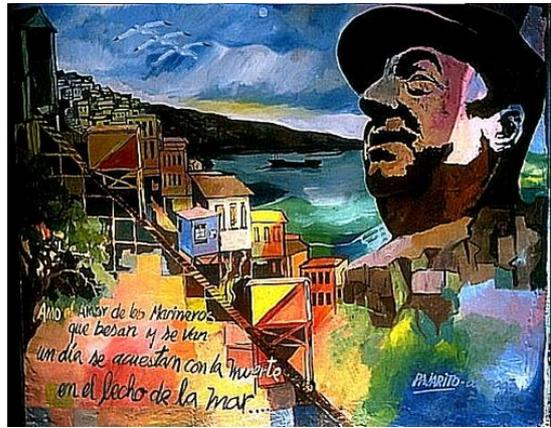
Presenta una gran cantidad de eventos culturales que se reiteran año a año, muchos de ellos de larga trayectoria en la ciudad. En 2010, por ejemplo, se celebró el Fórum Universal de las Culturas que fuera iniciado en Barcelona en 2004.

Con respecto a los festivales, cabe destacar el interés de alguno de ellos en trasladar el arte al espacio público como el Festival de los Mil Tambores, el Festival Invasión Callejera y la Fiesta Guachaca, en los cuales prima un espíritu más popular y festivo que en los otros festivales mencionados en la tabla.



<sup>24</sup> <http://www.elmundo.es/america/2013/05/13/noticias/1368476162.html>

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesisista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.



## MUSEOS

Museo a Cielo Abierto - Museo de Historia Natural - Museo In Situ - Museo La Sebastiana - Museo Municipal de Bellas Artes - Museo Naval y Marítimo de Chile - Museo Organológico - Museo Renzo Pecchenino (Lukas) - Sala de Exposición de Faros George Slight

## TEATROS

Teatro Mauri – Teatro Imperio – Teatro Municipal - Casa Arte - Centro Cultural IPA - Centro Cultural Playa Ancha - Centro Cultural RedGFU Valparaíso - Centro Escenalborde - Comunidad We Folil Che Amuleaiñ - La Sebastiana - Las Brujas de la Kalahuala - Mi Casa - Nemesio - Parque Cultural Ex Cárcel - Sala Adamaris Café La Tertulia - San Francisco - Taller de Acción Comunitaria - Teatro Museo del Títere y el Payaso

## MONUMENTOS Y SITIOS DEL PATRIMONIO EDILICIO

Iglesia del Salvador o Matriz - Observatorio del Cerro Castillo - Ascensores - Arco Británico - Cristo Redentor - Torre Reloj Barón - Casa Artillería 156 - Casa Collado, Villa Hispana - Casa Mirador Lukas - Hotel Casa Somerscales - Palacio Astoreca - Palacio Baburizza - Palacio Lyon - Palacio Polanco - Palacio Ross - Posada O' Higgins - Villa Toscana - Bolsa de Valores - Compañía chilena de Tabacos - Diario El Mercurio - Edificio Astoreca - Edificio Condell esquina Huito - Edificio cruceiro Almacén Cochrane - Edificio Dacal, ex Edificio Cousiño - Edificio Reloj Turri - Edificio Sotomayor 250 - Edificio Sudamericana de Vapores - Edificio Tassara o Liberty - Fábrica Hucke - Galería Condell - Hotel Dimmier

## SENDAS

Calle Cajilla y pasaje Matriz – Calle Galos - Calle Lautaro Rosas - Calle Serrano - Calle Templeman - Escalera y Pasaje Apolo - Pasaje Bavestrello - Pasaje Dimalow - Pasaje Harrington - Pasajes Gálvez, Fisher y Templeman - Sendas Santo Domingo - Subida Ecuador y Pasajes

## EVENTOS CULTURALES

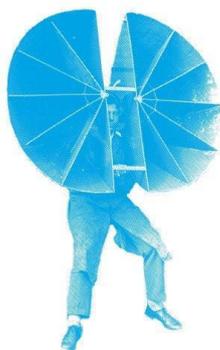
Festival Puerto de Ideas - Festival Internacional Danzalborde - Festival de Teatro Container - Festival Mil Tambores - Festival de Cine Recobrado de Valparaíso - Festival Invasión Callejera - Festival Valparaíso es un Cuento - Festival Internacional de Fotografía de Valparaíso - Poesía a Cielo Abierto - Encuentro de Teatro Porteño Independiente - Encuentro Internacional de Payasos - Tsonami (Festival de Arte Sonoro) - Valpartango - Cumbre Guachaca - Forum Universal de las Culturas (2010) - Festival Ojo De Pescado - Festival Pasarela DUOC Valparaíso

## PARQUES URBANOS

Parque Quebrada Verde – Parque Alejo Barrios - Parque Italia - Plaza Aduana - Plaza Aníbal Pinto - Plaza Camilo Mori - Plaza de la Ciudadanía - Plaza Echaurren - Plaza Eleuterio Ramírez - Plaza O' Higgins - Plaza San Francisco - Plaza San Luis - Plaza Sotomayor - Plaza Victoria y Plaza Simón Bolívar - Plaza Waddington - Plazuela Ecuador

*Fuente: Elaboración propia en base a información online*

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesis: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.



## TSONAMI 2012

CONCIERTOS - INSTALACIONES - INTERVENCIONES - WORKSHOPS - CHARLAS - RADIO

FESTIVAL DE ARTE SONORO

27 de Noviembre al 02 de Diciembre

WWW.TSONAMLCL



### **Valparaíso Patrimonio de la Humanidad**

Valparaíso inició la transformación de su perfil urbano hacia el año 2002 en el contexto de la celebración del bicentenario de Chile. Uno de los principales aspectos a destacar de la transformación de Valparaíso es la marcada intervención del Gobierno Nacional, de organismos internacionales y del sector privado. Vale destacar que las políticas de desarrollo e inversiones públicas de Chile destinadas a las municipalidades se dan por conducto de los ministerios sectoriales nacionales en cada una de las regiones en que se divide Chile, y se coordinan por medio de un Consejo Regional de Desarrollo (CORE)<sup>25</sup>.

En el año 2002 el Gobierno Nacional decide priorizar un proceso de revitalización de la ciudad a través de la redacción del a través del **Plan Valparaíso**, reconociendo el **potencial económico-cultural** que la caracteriza (SUBDERE, 2005: 3)<sup>26</sup>.

Este proceso tuvo diversos actores sociales e instrumentos de intervención en pos del desarrollo turístico (turismo nacional e internacional)<sup>27</sup>, inmobiliario<sup>28</sup> y creativo-cultural. Otra potencialidad urbana identificada en aquel momento fue la enseñanza superior, dado que Valparaíso presenta un buen desarrollo de este sector y se pretende diversificarlo.

En el año 2003 Valparaíso fue consagrada “capital cultural de Chile” a nivel nacional y unos meses más tarde la UNESCO la declaró como **Patrimonio de la Humanidad** inscribiendo parte del Casco Histórico de la ciudad bajo la categoría de “paisaje cultural”, por su particular topografía, especial arquitectura y la idiosincrasia de sus habitantes. Concretamente, se estableció que “*Valparaíso es un testimonio excepcional de la fase temprana de globalización avanzada del siglo XIX, cuando se convirtió en el puerto comercial líder de las rutas de la costa del Pacífico en Sudamérica*”. (Sitio Web del Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso) En ese mismo año se creó el **Consejo Nacional de la Cultura y Las Artes de Chile**, con sede en Valparaíso.

Entre los instrumentos utilizados para promover la transformación de la ciudad se encuentran: **a) el Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso (PRDUV); b) el Subsidio**

---

<sup>25</sup> Administrativamente Chile se divide en 13 regiones, cada una con su Gobierno Regional (GORE) dirigido por un Intendente, nombrado por el Presidente de la República, e incluye un CORE, compuesto por el Intendente y Consejeros nombrados por un colegio electoral constituido por concejales Municipales. El CORE tiene entre sus atribuciones la aprobación de planes reguladores comunales y planes inter-comunales, así como la distribución de recursos provenientes del FNDP.

<sup>26</sup> “El gobierno de Lagos materializa muchas de las obras pendientes para Valparaíso, al seleccionar a Valparaíso dentro de las cuatro ciudades del Plan Bicentenario. Además de concesionar el puerto, construir las autopistas y el Metro Regional; se propone una reconversión parcial del borde costero buscando crear zonas de esparcimiento similares a las ejecutadas en Barcelona. Con esta idea en mente, se transforma en paseo el antiguo muelle Barón, se crea un terminal de cruceros en un área ocupada por bodegas y dentro del PREMVAL se propone una normativa para permitir actividades inmobiliarias en el área menos utilizada por el puerto (Barón y Yolanda), lo que años más tarde daría lugar al polémico proyecto “Mall Plaza Valparaíso”.” (Poduje, 2009)

<sup>27</sup> Manifestado en todas sus potencialidades, incluyendo el turismo cultural, de recreación y de veraneo.

<sup>28</sup> Orientado a atender las demandas derivadas del crecimiento del sector turístico, educativo y creativo-cultural así como proveer una nueva opción de localización de segundas residencias. (SUBDERE, 2005: 2)

**de Rehabilitación Patrimonial; c) el Programa de Rehabilitación Patrimonial; d) el Programa de Industrias Creativas de Valparaíso.** (Ver tabla resumen en Anexos N° 5)

La voluntad política de convertir a Valparaíso en una ciudad turística y universitaria volvió a confirmarse en el Programa de Fortalecimiento de la Identidad Regional de Valparaíso (SUBDERE, 2009), el Plan de Desarrollo de la Región Valparaíso (2010 – 2014), y la Política Cultural Regional de Valparaíso (2011-2016)<sup>29</sup>.

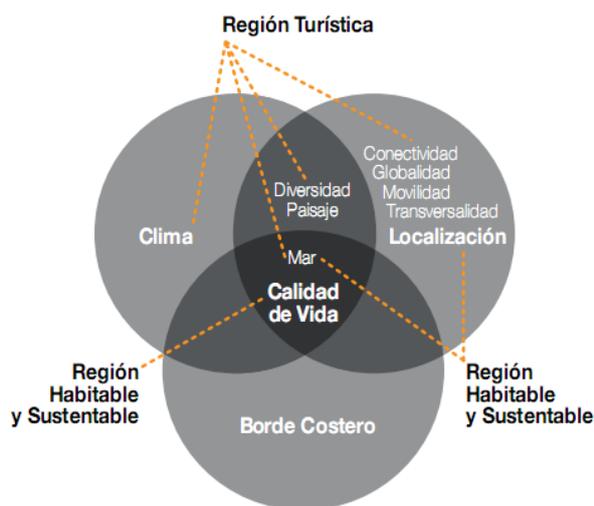
En el primero de ellos se definió la identidad de la Región Valparaíso teniendo en cuenta tres ejes: la **calidad de vida**, la atracción y desarrollo de **capital social y humano**, y la **competitividad**, en pos del crecimiento y desarrollo endógeno. La región fue concebida como una **región turística** y una **región portal**<sup>30</sup>. (Ver gráfico en Anexos N° 6) En materia turística las acciones se dirigen a desarrollar el turismo tradicional y el turismo de segundas residencias.

Se definió la identidad de la Región de Valparaíso como: la “región de la mejor calidad de vida”<sup>31</sup> y “región de emprendedores”. Esta identidad regional deriva de que tanto la ciudad como la región han dado origen o han implementado tecnologías u organismos que han sido pioneros en el país así como la capacidad de resiliencia de su población tras innumerables desgracias y catástrofes. (En Política Cultural Regional de Valparaíso, 2011: 25)

En el Plan de Desarrollo de la Región de Valparaíso (2010 - 2014), el Gobierno Nacional de Chile propuso: **promocionar el turismo, y el cuidado del patrimonio histórico y arquitectónico**, recuperando el patrimonio cultural y arquitectónico, y potenciando el borde costero, entre otros. (Plan Regional de Valparaíso, 2010 - 2014: 33)

La Política Cultural de la Región de Valparaíso (2011-2016) está fuertemente orientada a promover la cultura y el arte en pos del **consumo cultural**. El turismo se fomenta a través de la creación de rutas y circuitos culturales, siendo las industrias creativas parte de este entramado económico. Los objetivos de ésta política cultural son: a) reconocer, fomentar y fortalecer la

MAPA IDENTITARIO Y ACTIVIDADES PRODUCTIVAS



Fuente: Programa de Fortalecimiento de la Identidad Regional de Valparaíso (SUBDERE, 2009: 114)

<sup>29</sup> [http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/05/VALPARAISO\\_Politica-Cultural-Regional-2011-2016\\_web.pdf](http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/05/VALPARAISO_Politica-Cultural-Regional-2011-2016_web.pdf)

<sup>30</sup> Asociada a la modernización del puerto de Valparaíso en el marco del Corredor Bioceánico.

<sup>31</sup> Si bien se aspira a consolidar la imagen de una Región con elevada calidad de vida, cabe señalar que la ciudad de Valparaíso presenta una seria problemática sanitaria en relación al deambular de perros callejeros y a la presencia de basura que atentan contra la calidad de vida de la ciudad.

actividad creadora y sus artistas en la región; b) fomentar y estimular la participación cultural en la región; c) salvaguardar y poner en valor el patrimonio cultural de la región.

Una de las **áreas prioritarias de intervención urbana** es el Barrio Puerto<sup>32</sup>. El barrio Puerto se caracteriza por su riqueza patrimonial. Es un barrio muy antiguo<sup>33</sup>, con alta concentración de **hitos urbanos** (se destacan los edificios Astoreca y Severín, la Iglesia de La Matriz, el Mercado Puerto, y el Teatro Pacifico), con presencia de **comercios tradicionales**, y donde se puede observar claramente la **imbricación** de características ambientales y geográficas significativas con el patrimonio cultural. Dicha riqueza patrimonial no es solo material sino también social y simbólica, ya que se vincula con un particular modo de vida. *“Es justamente esa fuerte imbricación entre componentes patrimoniales tangibles e intangibles la que le brinda a este sector de la ciudad un valor histórico, único y universal, que todavía puede percibirse en los escasos comercios tradicionales que han sobrevivido a las difíciles condiciones económicas y sociales que ha estado enfrentando el sector por largo tiempo.”*<sup>34</sup> Asimismo, presenta un avanzado estado de deterioro físico, ambiental y funcional<sup>35</sup>. Dicha realidad socio-económica negativa disminuye enormemente las posibilidades de convertir a Valparaíso en un polo de atracción turística, comercial, residencial y cultural que consolide el sector y contribuya al desarrollo de la ciudad.

Para el gobierno local, el barrio Puerto constituye una oportunidad de convertir a Valparaíso en un **polo de atracción turística, comercial, residencial y cultural que consolide el sector y contribuya al desarrollo de la ciudad.**

Con el fin de revertir esta situación se concertaron diversas acciones de **“peso específico”** capaces de revertir el proceso de deterioro y **“detonar”** el proceso de recuperación urbana de Valparaíso. (Ducci et al, 2006: 17)

El Barrio Puerto tuvo su respectivo **Plan de Revitalización del Barrio Puerto (2001-2004)**, en donde se demarcaron tres zonas urbanas: a) Zona de Conservación Histórica del Plan

---

<sup>32</sup> Ducci, et al (2006) *Rehabilitación del Mercado Puerto. Estudio de Prefactibilidad. Informe Final*. Pontificia Universidad Católica de Chile. Dirección de Servicios Externos. Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos. SANTIAGO, Chile. PP. 17

<sup>33</sup> Es una de las zonas más antiguas de la ciudad. Se trata de un barrio originado a partir de las primeras actividades portuarias que se desarrollaron en Valparaíso hacia el siglo XVI. El sector se configura en torno a la Plaza Echaurren, su núcleo de fundación y principal espacio público.

<sup>34</sup> <http://www.prduv.cl/fichas/obras/MejoramientoMercadoPuerto.pdf> PP. 16

<sup>35</sup> La descripción del barrio destaca los siguientes aspectos: suciedad y baja mantención de sus calles y edificios; presencia de numerosos perros vagabundos; la relativa hermeticidad y carácter laberíntico del barrio dificulta su integración a la trama urbana de la ciudad, ya que a diferencia de otros sectores del plan histórico, el barrio no cuenta con ejes transversales de penetración desde la Avenida Errázuriz. Por otro lado, hay una delincuencia reiterada, presencia de sujetos marginales (como alcohólicos, prostitutas y drogadictos), un bajo nivel de ingreso promedio de los hogares respecto a la realidad nacional y a la ciudad de Valparaíso, alcanzando sólo un 46% del promedio de ingreso comunal; altos niveles de hacinamiento y deficiencia en infraestructura de vivienda y equipamiento de la población que habita el barrio.

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesisista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

Regulador Comunal de Valparaíso; b) Zona Típica, del Consejo de Monumentos Nacionales; c) Área declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.<sup>36</sup>

El barrio Puerto es un ejemplo de la situación que está atravesando Valparaíso. Desde el Sitio Web Oficial de Valparaíso, y a manera de logro, se explicita *“Restaurar, rehabilitar y reconstruir son conceptos que tomaron fuerza luego de que la ciudad fuese nombrada Patrimonio Mundial. Primero en los cerros Alegre y Concepción, donde antiguas casas se convirtieron en lofts, y luego en lugares menos turísticos; allí pequeños proyectos con grandes ambiciones están ganando terreno.”*<sup>37</sup>

Como parte del Subsidio de Rehabilitación Patrimonial se recuperaron 20 inmuebles, generando aproximadamente 160 departamentos. Con el apoyo de subsidios de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) se rehabilitaron 12 edificios para **usos productivos ligados a la cultura, la recreación y el turismo** y se encuentran en ejecución otros siete proyectos. Por su parte el sector privado ha tenido una participación importante con la construcción de departamentos nuevos, especialmente en la parte alta de los cerros.<sup>38</sup>

De acuerdo a Cabeza Monteiro (S/R) existe una contradicción o paradoja con estos proyectos de revitalización urbana, ya que *“se diseñaron para integrar el patrimonio al desarrollo integral de la ciudad y poder mejorar la calidad de vida de sus habitantes pero derivaron en una alteración negativa de los valores patrimoniales fundamentales y las identidades locales que precisamente eran el sustento profundo que los convocaba.”* (Cabeza Monteiro, S/R: 8-9)

Esta situación de alta intervención inmobiliaria ha generado la conformación de organizaciones de vecinos y de ciudadanos sensibles al tema patrimonial, que se han manifestado en contra de estos procesos, a favor de la defensa del patrimonio y la identidad porteña. (Ver noticias en Anexos Nº 7) (Cabeza Monteiro, S/R: 8-9)

---

<sup>36</sup> <http://www.prduv.cl/fichas/obras/MejoramientoMercadoPuerto.pdf> PP. 11

<sup>37</sup> [http://www.ciudaddevalparaiso.cl/inicio/patrimonio\\_suproy\\_detalle.php?id\\_hito=50](http://www.ciudaddevalparaiso.cl/inicio/patrimonio_suproy_detalle.php?id_hito=50)

<sup>38</sup> <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=554977> Página 3.

### **Industrias Creativas de Valparaíso**

El estímulo a las industrias creativas de Valparaíso se sustenta en el aporte que éstas hacen en términos de creación de nuevos bienes y servicios de alto valor agregado, el dinamismo cultural y artístico que genera en la ciudad, y el fortalecimiento de la identidad regional. Los bienes y servicios creados por las industrias creativas permiten posicionar a la ciudad a partir de estéticas diferentes. Por ejemplo, a través de una película de animación como el cortometraje denominado “V al paraíso”.



Algunos proyectos “creativos” se insertan en los circuitos turísticos de la ciudad como el proyecto “Agencia de Talleres de Artistas de Valparaíso”. El mismo consiste en vincular a artistas locales con consumidores de arte. Actualmente el proyecto está conformado por siete artistas. Constituye un producto turístico denominado “Caminos del Arte”, el cual consiste en visitar los distintos talleres, conocer el universo creativo del artista, y adquirir obras al paso. La mayoría de los compradores de las costosas obras de arte son extranjeros como el multimillonario Benetton.



De acuerdo al Estudio de Impacto Económico de las Industrias Creativas de Valparaíso (2013) “La distribución de las empresas de la Región de Valparaíso en los 4 sectores de la industria se caracteriza por tener una importante concentración en el sector diseño (76%). En un segundo nivel de participación están las empresas del sector audiovisual que representen el 17%. Las empresas de la música y de las artes escénicas representan el 7% restante.” (Estudio de Impacto Económico de las Industrias Creativas de Valparaíso, 2003: 6)<sup>39</sup>

Según datos publicados en prensa “Ya son más de 300 emprendimientos en diseño que se encuentran en funcionamiento en la ciudad de Valparaíso (entre profesionales independientes y micro empresas), muy por encima de otros subsectores, lo cual da muestras del dinamismo y crecimiento de todo el sistema moda.”<sup>40</sup> Una de las acciones materializadas en el presente año fue la Red de Moda de Valparaíso.

### **Nuevas Organizaciones Sociales**

Este contexto creativo cultural que se viene analizando, ha dado origen a nuevas organizaciones emanadas de la sociedad civil, que empiezan a tener un rol más activo sobre determinados aspectos culturales y urbanos de la ciudad.

Tal es el caso de “**Ciudadanos Por Valparaíso**”, una organización comunitaria que surgió en el año 1997 en la ciudad de Valparaíso, la cual se ha ido articulando con diversas agrupaciones

<sup>39</sup> <http://icvalpo.files.wordpress.com/2013/08/estudioimpacto-economico-ic-2013.pdf>

<sup>40</sup> <http://www.elmartutino.cl/noticia/sociedad/moda-e-industria-creativa-se-toma-valparaiso>

para realizar un trabajo colectivo orientado a dar valor y cuidado al patrimonio de la ciudad. De acuerdo a su vicepresidenta, Paz Undurraga, *“Nosotros creemos que hay una cantidad de potenciales con que cuenta la ciudad, que son recursos económicos, culturales, capitales en definitiva. Nuestro trabajo apunta a la potenciación de esos recursos, a trabajar a partir de ellos.”* (Rojas Muñoz, 2013)<sup>41</sup>

Es importante la noción de Undurraga (2013) acerca de los **valores** que ésta agrupación pretende conservar. *“...cuando hablamos de las características del valor patrimonial nos estamos refiriendo a atributos, bienes capitales, los cuales pueden ser urbanos, arquitectónicos y constructivos, sociales, culturales y económicos. Los atributos urbanos dan cuenta de la ciudad como un anfiteatro, esta característica geográfica conforma un territorio compartido, donde todos tenemos acceso visual al mar y al paisaje circundante.”* (Rojas Muñoz, 2013)

La perspectiva territorial de Ciudadanos Por Valparaíso consiste en: dar reconocimiento y potenciación a los recursos locales genuinos; respetar la condición de anfiteatro de la ciudad de Valparaíso; promover un desarrollo integral sustentable; generar una vía legal de control ciudadano frente al desarrollo urbano que se está llevando a cabo en la ciudad. (Rojas Muñoz, 2013)

Organizan seminarios y encuentros para difundir sus actividades; fiscalizan y efectúan denuncias a través de presentaciones formales ante organismos públicos, técnicos e instituciones gremiales; efectúan pronunciamientos públicos a través de campañas y marchas, donde se entrega información, se colocan afiches y se reúnen firmas. Siguiendo a Rojas Muñoz (2013) *“Esta línea de acción ha tenido como objetivo promover una reflexión responsable sobre la importancia de reconocer los recursos que brinda la ciudad.”* Asimismo, realizan proyectos e investigaciones propias de tipo catastrales, y colaboran con otras agrupaciones e instituciones de la ciudad. (Rojas Muñoz, 2013) *“Practicamos y promovemos una estrategia de planificar y decidir con conocimiento basados en información fehaciente, medible; porque nos dimos cuenta que las miradas y las decisiones muchas veces conocen una parte del problema, simplificando las soluciones. Además, la planificación muchas veces responde a necesidades de un privado que tiene un proyecto y en ese contexto se hace muy necesario investigar y distribuir la información para una toma de decisiones con responsabilidad.”* (Rojas Muñoz, 2013)

Una de las primeras campañas que organizaron se denominó “Control del Marco Normativo”. Por medio de esta iniciativa realizaron una serie de denuncias sobre irregularidades en intervenciones, aplicaciones e interpretaciones del marco normativo vigente sobre el patrimonio de la ciudad, con el objeto de poner fin a los reiterados incumplimientos normativos. (Rojas Muñoz, 2013)

Otro ejemplo es la iniciativa “Lugar Valioso”, la cual fue lanzada en 2001 en un contexto de conflicto originado a partir de la compra de un inmueble por parte de la empresa Santa Isabel,

---

<sup>41</sup> <http://revistaplano.uc.cl/plano-hoy/buenas-practicas/ciudadanos-por-valparaiso-trabajando-por-la-potenciacion-de-los-recursos-culturales-autenticos/>

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesisista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

para construir un supermercado en pleno casco histórico, entre el atrio de la iglesia la Matriz y Plaza Echaurren.

La campaña Lugar Valioso, aún vigente, consiste en la identificación, distinción y difusión de atributos patrimoniales del comercio local y tradicional, cuya presencia es testimonio de la impronta cultural de inmigrantes en la ciudad, eminentemente comercial, dando cuenta de una identidad local genuina.

Definen a un Lugar Valioso como *“un sitio que en sí mismo tiene componentes insustituibles que se expresan como un gesto espontáneo en la vida cotidiana de la ciudad”* y *“por el hecho de existir le imprime un valor especial”*. Estos lugares se caracterizan también por ser útiles, estar vivos y respetar la ciudad, pues son parte de ella y la preservan de las modificaciones propias de la Globalización. Son lugares que *“tienen un sello propio que los hace reconocibles”*. La identificación de un Lugar Valioso se realiza mediante la colocación de un distintivo autoadhesivo. (<http://www.lugarvalioso.cl/web/que-es/>)

En el año 2003, se inició una campaña de difusión de estos lugares y se realizó una guía de promoción del uso de lugares valiosos, como una forma de promover la adquisición de productos y de dar a conocer los servicios locales.

Siguiendo a Rojas Muñoz (2013) *“A pesar de que el supermercado se construyó se logró generar un debate público que reconoció el rol urbano del comercio a escala local y el aporte de la labor de los comerciantes de la ciudad como nuevas dimensiones pertenecientes al patrimonio, distintas a las habituales ligadas a las edificaciones y rutas turísticas.”* (Rojas Muñoz, 2013)

En 2002 llevaron a cabo la campaña *“Que nadie nos tape la vista”*, apoyada por una red de comerciantes de la ciudad. Se trató de una acción destinada a declarar el valor patrimonial del Anfiteatro Natural de la ciudad de Valparaíso y el resguardo de las vistas generadas por esta situación. *“El objetivo final fue solicitar al Consejo Municipal la modificación urgente del Plan Regulador Comunal Valparaíso y establecer una regulación apropiada de las alturas máximas. Entendiendo que la vista al entorno (mar y cerros) constituye un capital colectivo, pero también uno individual. Alguien podía tener una casa que no tenía mucho valor, sin embargo, podía perder el gran valor de la vista por el contexto de edificios de mayor altura.”* (Undurraga, 2008: 54) Finalmente, luego de una serie de acciones con el municipio y los vecinos, lograron modificar el Plan Regulador Comunal de Valparaíso.



CASO

ROSARIO

### **Localización**

Rosario se encuentra al noreste de Argentina, en la provincia de Santa Fe. Pertenece a la Región Turística del Litoral, caracterizada por la presencia de importantes ríos. Está a 300 km de Buenos Aires (capital nacional), conectada con la vecinas provincias de Entre Ríos y Córdoba (abundantes en atractivos naturales y culturales).

Se asienta a orillas del río Paraná, en un territorio que se caracteriza por ser predominantemente llano con alturas que van desde los 10 a los 125 metros sobre el nivel del mar. El paisaje litoral de la ciudad de Rosario se caracteriza por la presencia de bancos e islas, producto de la acción erosiva y depositante de sedimentos del río Paraná.

Presenta un clima templado con lluvias todo el año y temperatura media del mes más cálido superior a 22 °C. El sistema de humedales de la región genera un efecto de modificación sobre las principales variables climáticas que modera tanto las temperaturas extremas como la deficiencia hídrica temporaria, lo que origina condiciones más parecidas a las subtropicales húmedas que a las templado subhúmedas.

### **Perfil Económico**

Rosario es una ciudad-puerto muy importante en Argentina y en el Mercosur. Históricamente fue una ciudad comercial y un centro financiero, sede de la Bolsa de Comercio<sup>42</sup> fundada en 1884 para promover mercados de productos, de capitales y de otros activos.

Está inserta en el complejo industrial y agrícola-ganadero más importante del país. Su crecimiento económico y desarrollo urbano estuvo siempre en relación al agro y al movimiento del puerto. En los últimos años la ciudad evidenció una importante transformación urbana que estuvo influenciada por el boom de la soja<sup>43</sup>, el cual comenzó a mediados de la década del noventa. Políticas nacionales favorecieron al sector agroindustrial hacia el año 2002. La gran cantidad de inversiones privadas que se llevaron a cabo en materia de desarrollos inmobiliarios puede observarse en la construcción de edificios en altura en el centro de la ciudad y en la costanera.

En los últimos años ha llevado a cabo distintas acciones en pos de insertarse en el escenario de ciudades conocimiento-intensivas, a través de la promoción de la creatividad, de la innovación, y de posicionarse como ciudad para estudiantes.

---

<sup>42</sup> Fue fundada como una Asociación Civil Sin Fines de Lucro, figura jurídica que aún conserva.

<sup>43</sup> Desde los años setenta el cultivo de la soja ha crecido sostenidamente en la Argentina. La producción pasó de 3,7 millones de toneladas en 1980/81 a 10,8 en 1990/91 y a 35 en 2002/03. (Teubal, 2007)

### **Desarrollo Histórico**

Por sus características naturales de suave declive de las barrancas, históricamente Rosario fue apostadero de las embarcaciones que circulaban por el río Paraná. Rosario se erigió en el paradigma social y económico de la nación proyectada a mediados del siglo XIX por la “Generación del ‘80”, inspirados en el progresismo liberal de su época.

El desarrollo urbano de Rosario estuvo en sintonía con el funcionamiento y los ritmos económicos del puerto. En tiempos en que el puerto tuvo una actividad económica floreciente, puede decirse que a la ciudad “le iba bien”, ya que la ciudad evidenciaba crecimiento. En cambio, cuando la actividad portuaria declinó, esta declinación se hizo sentir en la ciudad. Rosario tuvo su época de auge del puerto desde fines de siglo XIX hasta 1930<sup>44</sup>.

Los pulsos de actividad portuaria repercutieron en términos de **ingreso de inmigrantes, incremento poblacional, y expansión urbana**. “Hacia 1910, cuando se celebraba el primer centenario de la revolución de Mayo, Rosario era una ciudad nueva y dinámica de casi doscientos mil habitantes, de los cuales algo más de la mitad eran argentinos y el resto, italianos, españoles, franceses, ingleses, alemanes, rusos, uruguayos, brasileños, austríacos, árabes, turcos y de otras nacionalidades.” (Prieto et al, 2010: 6) Producto de este pasado, Rosario celebra cada año la Fiesta de las Colectividades.

De acuerdo a Megías (2010): *“La cantidad de extranjeros y la diversidad de sus orígenes dio por resultado un clima social y cultural cosmopolita, en el que se escuchaban diferentes idiomas y al que cada grupo trasplantaba tradiciones y mentalidades muy antiguas, costumbres arraigadas en otras ciudades, pueblos y zonas rurales que se fusionaron en el espacio local. (...) Como un proceso ya irreversible, en la medida en que la población aumentaba con cada nuevo grupo de inmigrantes, la sociedad rosarina se fue renovando con el aporte de patrones de origen diverso.”* (Megías, 2010: 89)

Esta misma mezcla inmigratoria fue la que dio origen a una infinidad de clubes y asociaciones que caracterizan no solo a Rosario, sino también a la provincia de Santa Fe. Siguiendo a Megías (2010) *“Casi todas las colectividades que podían reunir unos cientos de paisanos o compatriotas organizaron asociaciones con distintos fines, particularmente de socorro mutuo. Las más numerosas –de italianos y de españoles– llegaron a tener miles de asociados, y además de brindar servicios de salud construyeron lujosos locales, escuelas, hospitales y panteones. La sociabilidad y la recreación tuvieron esa misma impronta. Los españoles organizaron romerías y corridas de toros; los italianos, conciertos de bel canto y obras teatrales; los ingleses, carreras de caballos y juegos de polo y cricket; los franceses, fiestas*

---

<sup>44</sup> Cuando en 1852 se habilitó en la República Argentina la libre circulación de ríos y arroyos, comenzó la fase de expansión de Rosario al ritmo de las actividades del puerto. Desde fines de siglo XIX y hasta 1930, el puerto fue la razón de ser de la ciudad. *“La importancia que adquiere el puerto impulsa el asentamiento de establecimientos industriales y el desarrollo de los transportes ferroviarios. El aumento de la población -alto índice de inmigración- hizo que la industrialización creciera de forma paralela a la urbanización y que la infraestructura y el puerto se convirtieran en los elementos que dieron forma a la estructura urbana.”* (Rainero, 2009: 5)

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesisista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

*callejeras celebrando antiguas tradiciones. Al mismo tiempo, se formaron centros recreativos, sociedades corales y teatrales, grupos filodramáticos, en los cuales también se realizaban tertulias, conciertos y bailes.” (Megías, 2010: 89)*

**Paralelo al crecimiento económico, poblacional y urbano, también se fue dando un proceso de división social del espacio entre los sectores de la burguesía y los sectores populares.** De acuerdo a Prieto et al (2010) “La ciudad quedó configurada entonces como polo de desarrollo industrial, centro financiero, administrativo, comercial y cabecera portuaria de toda la pampa gringa. El resultado contrastante de ese balance se reflejaba, a nivel urbano, en los palacios de renta y los conventillos, los primeros edificios en altura y las casillas de madera y chapa, los bulevares y las calles de barro, el Parque de la Independencia y los basurales, las grandes tiendas del centro y los barrios obreros de la periferia.” (Prieto et al, 2010: 6)

El boulevard Oroño, inaugurado en 1862, es un fiel reflejo de las mansiones y palacetes de diversos estilos construidos por la burguesía rosarina, que le imprimieron belleza y un carácter típicamente europeo. Dado que gran parte de ese patrimonio fue demolido, surgió una iniciativa denominada “Romántica del Boulevard” que a través de una reconstrucción histórico-fotográfica de las casas de entonces pretende dar a conocer y fortalecer la identidad de éste sector de la ciudad.



Un rasgo importante del desarrollo urbano de Rosario es que, en un primer momento, el casco urbano se fue llenando de tiendas al menudeo, grandes barracas de exportación e importación y talleres artesanales mezclados con viviendas, conventillos, ranchos, fondas, pulperías y pensiones. **Esta mezcla y relativa desorganización del espacio, favoreció los procesos de socialización, vecindad, y vida de calle.** En la periferia se conformaron los primeros barrios de trabajadores, con sus construcciones humildes. Poco a poco también fueron emergiendo las primeras chimeneas humeantes y los grandes almacenes. (Megías, 2010: 89) Sobre la costanera se instaló toda la infraestructura ferro-portuaria motivo por el cual por mucho tiempo se dijo que la ciudad “le daba la espalda al río.”

Siguiendo a Rigotti (2010) luego de 1930, y más aún hacia la década del ´40, comienza a producirse la declinación de la actividad portuaria producto del estallido de la Segunda Guerra Mundial (que afectó los niveles de producción e intercambio de bienes a nivel internacional), la nacionalización del puerto de Rosario (que derivó en pérdidas de las ventajas comparativas respecto del puerto de Buenos Aires), y en tercer lugar debido al cambio de políticas nacionales adhiriendo al modelo de sustitución de importaciones (que provocó la disminución de la actividad agrícola y el fomento de inversiones en industrias pesadas). Desde entonces y hasta mediados de siglo XX Rosario quedaría reducida a “un simple y secundario centro

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

financiero y comercial” (Rigotti, 2010: 173) con la apertura de una nueva fase a nivel de desarrollo urbano producto de la combinación de varios factores, con consecuencias importantes a nivel de estructura y paisaje urbano.

El período que transcurre entre 1935 y 1950 se caracterizó por la implementación del modelo de sustitución de importaciones a través del desarrollo industrial nacional. La industria pesada aparece en Rosario a mediados de los años ´40 con Acindar y la Fábrica Militar. (Vargas Soler, 2010: 26) De acuerdo a Vargas Soler (2010) “a partir del entonces, al igual que en el resto del país, la economía rosarina evolucionó influenciada por la recuperación de la actividad económica de todo el mundo en el periodo post-bélico, por la reestructuración del sistema capitalista a nivel internacional así como por el impulso y desarrollo de una nueva modalidad de acumulación en el país, centrada en la industrialización por sustitución de importaciones y en el establecimiento de un Estado desarrollista. En ese contexto, el Gran Rosario como Córdoba y el Gran Buenos Aires emergen como los tres principales epicentros de acumulación industrial en Argentina.” (Vargas Soler, 2010: 27) Hacia mediados de los años ´50 las industrias se desplazarían hacia San Lorenzo, quitándole participación a Rosario. (Vargas Soler, 2010: 28)

Hacia 1975 irrumpió la crisis económica internacional en la escena local, que se manifestó en el giro en el modelo de regulación o de intervención estatal en Argentina. Siguiendo a Vargas Soler (2010) “Ese giro, como se verá más adelante, se dio -en parte- ante la dificultad del Estado para atender sus funciones de acumulación y de legitimación social; implicó, entre otros aspectos, transformaciones en las políticas económicas (que favorecieron a las corporaciones agropecuarias y financieras) así como la instauración de un gobierno de facto en el país, e incidió en el estancamiento y en la crisis industrial vivida en el AGR en la segunda mitad de los 70’s.” (Vargas Soler, 2010: 32)

De esta forma, la ciudad va perdiendo el perfil productivo tradicional, originando un retraimiento de la actividad industrial y del comercio textil. A nivel urbano, la década de 1970 fue de sustitución edilicia, alentada por normativas urbanas, incentivos económicos, créditos de la banca oficial y el incremento de los precios internacionales de los productos agropecuarios, que acentuaron la densificación del centro de la ciudad. (Barenboim, 2011: 129)

### **Acciones de gobierno implementadas en Rosario desde fines de s. XX**

La transformación de Rosario comenzó a mediados de la década de 1990 y está asociada a la gestión del Partido Socialista encabezada por Hermes Binner. Dicha transformación significó el desarrollo de diversos planes estratégicos (Ver planes estratégicos en Anexos Nº 8) que convergieron en: a) la transformación y mejora física de ciertos sectores de la ciudad; b) un notable desarrollo cultural; c) la modernización del Estado (descentralización político-administrativa, presupuesto participativo, asambleas ciudadanas); d) la conformación territorial de Rosario como metrópolis; entre otros. El proceso de transformación impulsado desde el Estado municipal fue posible gracias al trabajo mancomunado de diversas áreas.

Actualmente, Rosario forma parte del Área Metropolitana Rosario<sup>45</sup>. La visión 2018 para la ciudad de Rosario quedó plasmada en los siguientes términos “Metrópolis moderna, territorialmente integrada y socialmente inclusiva, sustentada en la cultura, la innovación y las economías de calidad; con protagonismo y conectividad nacional y global.” (PERM 2008: 27)” Dicho plan estableció 5 líneas estratégicas: a) Trabajo + Economías de Calidad; b) Oportunidades + Ciudadanía; c) Integración + Conectividad; d) Río + Calidad de vida; e) Creación + Innovación. De estos 5 ejes cabe destacar el eje vinculado a la ciudadanía, el eje vinculado al río y el eje de la creación e innovación.

Se efectuó un proceso de descentralización administrativa (iniciado en 1995) con el objeto de “generar un **gobierno más eficaz, eficiente y cercano a los vecinos**, promoviendo un desarrollo más armónico y democrático de la ciudad”. (Sitio Web Oficial de la Municipalidad de Rosario) En este marco, se crearon seis distritos<sup>46</sup>.

Cada Centro Municipal de Distrito es: un **centro administrativo y de servicios**; un **centro de coordinación** de las políticas a llevar adelante en el distrito desde las distintas áreas municipales; un **centro de promoción y gestión** que tiene el rol de integrar el accionar municipal con el de distintos organismos oficiales, entidades comunitarias y operadores privados para favorecer el desarrollo de emprendimientos concretos; un **centro de participación ciudadana**, un lugar de encuentro de las organizaciones y entidades barriales para canalizar las múltiples inquietudes de todos los vecinos interesados en el desarrollo de cada sector en particular. (Sitio Web Oficial de la Municipalidad de Rosario)

Asimismo, en el año 2002 se implementó el presupuesto participativo (que incluye el Presupuesto Participativo Joven) el cual se implementa a través de las asambleas ciudadanas.

### **Espacio Público: recreativo y productivo**

La ciudad de Rosario evidencia una particular relación con su espacio público. En el caso de la ciudad de Rosario el **tiempo libre** es apropiado para el encuentro con el otro en un café, el

---

<sup>45</sup> Integrada por las siguientes localidades: Alvear, Arroyo Seco, Capitán Bermúdez, Fray Luis Beltrán, Funes, General Lagos, Granadero Baigorria, Ibarlucea, Pérez, Pueblo Esther, Puerto General San Martín, Roldán, Rosario, San Lorenzo, Soldini y Villa Gobernador Gálvez.

<sup>46</sup> Centro, Norte, Noroeste, Oeste, Sudoeste y Sur.

descanso, la práctica de actividad física, o el partido de fútbol en la plaza o el parque, la visita a museos, el deambular por la ciudad y el “estar ahí”- observando, mirando -, disfrutando del sol, de la tranquilidad del río. Éstas son algunas de las oportunidades recreativas que posibilita Rosario y que son muy valoradas por distintos sectores de la población. Muestra de ello es la gran adhesión que evidencian los espacios verdes por las tardes y durante los fines de semana. Gran parte de estas prácticas recreativas al aire libre se vieron estimuladas por la transformación llevada adelante en las últimas décadas de siglo XX.

La transformación urbana iniciada en Rosario en 1998 tuvo un importante énfasis en el **espacio público**, revalorizando la costanera de Rosario y recuperando el vínculo de la ciudad con el río. El Plan Urbano de 1991 dividió la ribera en tres grandes sectores: el norte, para actividades deportivas y recreativas; el centro, para actividades recreativas y culturales; el sur, para las actividades portuarias. El tercer eje del Plan Estratégico Rosario Metropolitana (PERM, 2008-2018) se denomina “Metrópolis del río y la calidad de vida” y apunta a conformar una **“Rosario Metropolitana, ciudad con escala humana, amable y accesible, que disfruta de la naturaleza y prioriza el espacio público como ámbito de sociabilidad.”** (PERM 2008: 121)

Desde el predio de La Fluvial (en el sur, a escasos metros del Monumento Nacional a la Bandera) hasta la zona conocida como La Florida (norte de la ciudad), actualmente existe una continuidad de espacios verdes que se van alternando con centros culturales, espacios recreativos y locales gastronómicos.

La ciudad de Rosario posee en la actualidad una superficie total de espacios verdes de 9,37 km<sup>2</sup>, representando un 5,3% de la superficie total del territorio. El verde urbano se distribuye en parques, plazas (275 plazas), rotondas, canteros y otros espacios menores. Esto representa una superficie de verde urbano por habitante al año 2012 de 11,5 m<sup>2</sup>, mientras que en el año 1990 esta medida alcanzaba 2,9 m<sup>2</sup>. El verde urbano por habitante propuesto en el Plan Urbano de Rosario es de 12 m<sup>2</sup>.<sup>47</sup> Más allá de los espacios verdes ubicados en el centro de la ciudad, Rosario llevó adelante un proceso de recuperación integral de espacios verdes barriales en el Distrito Sudoeste.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Fuente: Dir. Gral. de Topografía y Catastro, Secretaría de Planeamiento, Municipalidad de Rosario. Sitio Web de la Municipalidad de Rosario: <http://www.rosario.gov.ar/sitio/paginainicial/>

<sup>48</sup> El mismo abarcó las plazas: Yugoslavia, Lucho Rodríguez, La Amistad, Atahualpa, 17 de Agosto, Argentina, Bv. Oroño 4737, Galicia, 27 de Febrero, Dr. César Tabares, El Gaucho, entre otras. Estas obras se realizan en conjunto entre la Secretaría de Servicios Públicos y Medioambiente y la Secretaría de Obras Públicas, con el objeto de recuperar unos 130 predios públicos en el plazo de un año (del 2012 al 2013). Los arreglos incluyeron: poda y escamonda, repotenciación del alumbrado público, renovación de areneros, marcado de caminos y colocación de granza, pintura y refacción de juegos infantiles, extracción y reposición de arbolado, colocación de césped, cartelera, y trabajos de higiene general. [http://www.rosario.gob.ar/sitio/gobierno/gestion/plazas\\_presentacion.jsp](http://www.rosario.gob.ar/sitio/gobierno/gestion/plazas_presentacion.jsp)

## PARQUES DE LA CIUDAD DE ROSARIO

Parque Urquiza, Parque Nacional a la Bandera, Parque de España, Parque de las Colectividades, Parque Sunchales, Parque de la Independencia, Parque Scalabrini Ortiz, Parque Alem, Parque Yrigoyen y Bosque de los Constituyentes.



Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.



Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.



Fotografías a-l) Relevamiento fotográfico realizado el 22/08/2011. **a)** Parque Nacional a la Bandera, área de amarre de barcos pequeños. **b - g)** Parque Sunchales. Como puede observarse, en ese espacio verde se mezclan distintas subjetividades como el pescador que pesca para comer, el hombre de clase media que realiza actividad física, el trabajador que descansa, la pareja de motoqueros disfrutando de la tarde, y los niños pueden pintar al aire libre. **h)** Inmediaciones al Parque España. Una joven realiza artesanías en un espacio de la vereda delimitado por cerámicos de colores. **i)** Muchos grupos de jóvenes juegan a las cartas y toman mate en un club semi-mantenido ubicado al pie de la barranca sobre el río Paraná. **j)** Skatepark ubicado en el Parque España. Dicho proyecto fue votado en el año 2006 por 172 consejeros del Presupuesto Participativo Joven. **k-l)** Fuente de Aguas Danzantes, Parque Independencia. Éste lago artificial es muy utilizado para dar un paseo en bote. Por la noche la fuente se ilumina y se reproducen distintos temas musicales de tipo melódicos. **m)** Monumento Nacional a la Bandera. En el año 2007, para su 50º Aniversario, inauguró un moderno sistema de iluminación que permitió su puesta en valor y jerarquización. Fotografía de Facundo Fernández extraída de [www.flickr.com](http://www.flickr.com)

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesis: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

Rosario es la primera ciudad del país en realizar un circuito recreativo permanente que se denominó "**Cambiá el aire! Calle Recreativa**". Cada domingo, de 8.30 a 12.30 hs., es posible caminar, correr, andar en bici, en skate o en rollers a lo largo de 28 kilómetros libres de autos, motos y transporte público. Además de ofrecer una alternativa masiva de encuentro, esparcimiento, vida saludable y actividad física, este circuito constituye un atractivo turístico en sí mismo.

"Cambiá el aire! Calle Recreativa" ofrece participación abierta a las familias para circular en todo tipo de locomoción no motorizada, además de running y caminatas. Se realiza todos los domingos del año en forma permanente y ha demostrado ser una opción saludable para miles de rosarinos, que salen a andar en bicicleta, patines, rollers y skates, a caminar y trotar, y a pasear junto a sus hijos al ritmo de triciclos y bicis con rueditas. Además, cada semana se realizan distintas actividades complementarias a lo largo del circuito: desde clases abiertas de gimnasia, maratones y exhibiciones de deportes alternativos; hasta caminatas y bicicleteadas grupales.

El proyecto comenzó en 2010 impulsado por el **Programa Rosario se Mueve**, desde el área de **Deporte Comunitario de la Secretaría de Promoción Social**, a través de la **Dirección General de Recreación**. Su puesta en marcha convirtió a Rosario en la primera ciudad de Argentina en implementar una iniciativa de este tipo, la cual además ha sido integrada de forma oficial a la Red de Ciclovías Recreativas de las Américas<sup>49</sup>.

Como parte de las acciones y proyectos para modernizar el Estado y equilibrar el territorio urbano, cabe considerar la dimensión ambiental. En este marco, Rosario ha implementado el *Programa Basura Cero*.

El Programa "Basura Cero" depende de la **Secretaría de Servicios Públicos y Medio Ambiente** de la ciudad de Rosario. Fue presentado en 2007 en el Concejo Municipal, e impulsado en conjunto por Taller Ecologista, Asociación Civil La Comuna, Grupo Ecologista Génesis y el Grupo de Vecinos Autoconvocados por el NO a la basura de Rosario, integrado principalmente por vecinos de Ricardone y de Pérez. En 2008, después de más de tres años de trabajo, el Concejo Municipal de Rosario aprobó la ordenanza 8335, basada en el concepto internacional de Basura Cero.

El concepto de Basura Cero se incorporó mediante la mencionada ordenanza, vinculándose con otros Planes vigentes: **Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos, Plan de Máxima Reducción y Plan Integral de Producción Más Limpia**.

El Programa Basura Cero tiene como objetivos: a) Mejorar la higiene de la ciudad. B) Instruir y fomentar la participación de la población en hábitos de consumo sustentables y en la recuperación de residuos. C) Disminuir la cantidad de residuos enviados a disposición final, a través de estrategias de prevención, minimización y valorización de desechos. D) Incorporar paulatinamente al sector informal de la recolección de basura en el Sistema de Gestión de

---

<sup>49</sup> Sitio Web: <http://www.cicloviasrecreativas.org/es/>

Residuos de la Municipalidad. E) Optimizar el modelo de gestión de disposición final de residuos a nivel metropolitano.

Otra iniciativa de la ciudad de Rosario que es digna de destacar en materia de espacio público es el **Programa de Agricultura Urbana** creado en el año 2002, que luego fue incorporado en el Plan Director de la Ciudad. El mismo, depende de la Subsecretaría de Economía Solidaria de la Secretaría de Promoción Social de la Municipalidad de Rosario. La Secretaría trabaja en forma conjunta con el Programa ProHuerta del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y la ONG Centro de Estudios de Producciones Agroecológicas – CEPAR.

El objetivo general del programa es mejorar la calidad de vida de las familias de bajos recursos de la ciudad de Rosario mediante la gestión productiva y saludable del ambiente urbano.

El Programa de Agricultura Urbana es una estrategia de largo plazo para la inclusión social progresiva de sectores vulnerables de la sociedad, a través de la producción y comercialización de alimentos sanos, mediante el trabajo comunitario, asociativo, y en red, con acompañamiento técnico profesional, instancias de capacitación<sup>50</sup>, espacios de experimentación<sup>51</sup> y comercialización, que propenden al emprendedorismo y la auto-dependencia, el cuidado del medioambiente, y la mejora del espacio público, entre otros.

El Programa de Agricultura Urbana integra varones y mujeres en la generación de emprendimientos sociales de producción y elaboración de alimentos mediante técnicas ecológicas, destinados al consumo familiar, comunitario y al mercado. De esta forma, se contribuye a abordar el problema de la falta de empleo y su correlato en la falta de cobertura social de crecientes capas de la población. Posibilita el desarrollo de redes solidarias de producción, circulación y consumo de alimentos sanos.

A partir de la producción de verduras de alto valor biológico y nutricional, se promueve la revitalización de actividades económicas. Se crean ferias de verduras libres de agroquímicos y productos artesanales, donde se comercializa lo producido en las huertas y jardines de aromáticas y medicinales; se establecen las agroindustrias urbanas sociales para transformar las verduras y las aromáticas en productos elaborados. Se crean y consolidan los parques huerta, elementos territoriales dignos de conocer y vivir, como expresión concreta de la construcción de espacios públicos multifuncionales.

---

<sup>50</sup> La capacitación es el sostén de políticas de desarrollo social que involucran la agricultura urbana. Es por ello que se han ido capacitando 1.200 personas aprox., en su mayoría desocupados, pertenecientes a organizaciones sociales y grupos comunitarios de los distintos barrios de la ciudad.

<sup>51</sup> El Programa cuenta con un Centro Demostrativo de Agricultura Urbana (Vera Mujica 599) con una superficie de 2000 m<sup>2</sup>. Este espacio se utiliza para capacitación y demostración de modelos productivos en funcionamiento con técnicas agroecológicas de producción de verduras y plantas medicinales. Otros Centros Demostrativos Barriales en proceso: Bº Molino Blanco (Ayacucho y Guillermo Tell), Bosque de los Constituyentes (Av. Sorrento y Garzón), San Martín Sur (San Martín y Platón).

**Programa de Agricultura Urbana**  
**Espacios Agroecológicos de Rosario**



Espacios Agroecológicos Urbanos de Rosario \_ PROGRAMA DE AGRICULTURA URBANA

### **El notable desarrollo cultural de Rosario**

La ciudad de Rosario se caracteriza por ser un semillero de artistas que se suman al gran semillero de personalidades destacadas que ha dado esta ciudad. Pueden citarse algunos referentes como el pintor Antonio Berni, el músico Lito Nebbia (considerado para muchos como precursor del rock nacional junto a la banda Los Gatos), el grupo musical La Trova Rosarina (compuesta por Baglietto, Páez, Abonizzio, Goldin, y Garré), otros reconocidos músicos como Lito Vitale, dibujantes e ilustradores como “el Negro” Fontanarrosa.



Rosario evidencia una gran cantidad de referentes patrimoniales de la “alta cultura”. La ciudad cuenta con un valioso patrimonio edilicio y urbano, con numerosos ejemplos de arquitectura Academicista Italiana, inglesa, francesa, y los estilos del Art Nouveau, Art Decó, Arquitectura Moderna, entre otros. (Gualino, S/R) Uno de los ejemplos más emblemáticos de la ciudad es el Monumento Nacional a la Bandera. Sin embargo, indagando en la historia de la ciudad, se puede observar que Rosario tiene impronta de oficios y de atelier.<sup>52</sup> (Gualino, S/R)

Posee alrededor de 15 museos y 16 salas y teatros, que aglutinan y desarrollan muestras artísticas durante todo el año, dinamizando la oferta recreativo-cultural de la ciudad.

La **Secretaría de Cultura y Educación de la Municipalidad de Rosario** juega un rol central como organizadora del Agenda Cultural de la ciudad. Dicha Secretaría tiene a cargo 46 instituciones de la ciudad, con diferentes objetivos y funcionalidades -entre las que se cuentan bibliotecas públicas, museos, centros culturales, escuelas de arte, salas y teatros y espacios para la infancia. Dos de los objetivos fundamentales del área son: a) Profundizar la descentralización de actividades; b) Lograr transversalidad en la programación de actividades.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> De acuerdo a Gualino (S/R) “A finales del siglo XIX, no existía ni la aristocracia ni la burguesía industrial, pocos artistas con verdadera formación, y muchos menos la existencia de una crítica y público conocedor, sin las exigencias que habían conocido los que habían estudiado en Europa. Se inicia una transformación con total tendencia europea, acentuando en nuestra ciudad las escuelas italianas, algunos dedicando el tiempo libre en lograr una educación y un refinamiento, desarrollando alguna habilidad entre los que apreciaron evolucionar a través del arte. Las primeras manifestaciones artísticas de Rosario, datan de mitad del siglo XIX, podemos considerarla como una cultura de supervivencia, realizadas por artesanos y decoradores de variados oficios, aprendidos en Europa, como: modelador, pintor, yesero, escultor, marmolero, tallistas de madera, estucador, fundidor de metales y herreros, orfebres, pintor de vitrales, escenógrafo, grabadores, litógrafos, letristas. Como documento fiel de costumbres, escenas y modalidades de una época, quedaron plasmadas a través de fuentes, vitrales, ilustraciones gráficas, objetos de fundición y herrería artística, decoraciones ornamentales de fachadas e interiores, estatuaria pública y en cementerios, cuadros de retrato, paisajes.”  
[http://arnoldogualino.com.ar/manifestaciones\\_arquitectonicas.html](http://arnoldogualino.com.ar/manifestaciones_arquitectonicas.html)

<sup>53</sup> <http://www.rosariocultura.gob.ar/la-secretaria>

## MUSEOS

Museo Municipal de Bellas Artes Juan B. Castagnino - Museo de Arte Contemporáneo de Rosario (MACRO) - Museo de Arte Decorativo Firma y Odilo Estévez - Museo de la Memoria - Museo de la Ciudad - Museo Histórico Provincial "Julio Marc" - Museo Provincial de Ciencias Naturales "Dr. Ángel Gallardo" - Museo Urbano "Arte a la Vista" - Museo de la Bolsa de Comercio - Museo "Diario La Capital" - Museo de Arte Sacro "Barnes" - Museo del Paraná y las Islas - Museo Experimental de Ciencias - Complejo Astronómico Municipal - Museo IMAGO

## TEATROS

Teatro El Círculo - Teatro Municipal La Comedia - Teatro Broadway - Auditorio Fundación Astengo - Anfiteatro Municipal Humberto de Nito - Anfiteatro del Parque España. Teatros Independientes: Asociación de Teatros Independientes de Rosario (ATIR) - Teatro del Rayo – Sala La Nave – Teatro Vivenciar – Sala La Manzana – Sala La Escalera – Sala Grieta – Sala La Morada – Sala Amigos del Arte – Sala C.E.T. – Sala La Percha

## SALAS Y CENTROS CULTURALES

Centro Cultural Parque de España - Galpón 11 - Plataforma Lavardén - Centro de Expresiones Contemporáneas - Centro Cultural Cine Lumière - Centro Audiovisual Rosario - Centro Cultural Roberto Fontanarrosa - Centro Cultural Parque Alem - Estación Parque de Urquiza - Casa de la Cultura Barrio Alvear – Centro Cultural El Obrador - La Casa del Tango – Centro Cultural Martínez de Estrada - Centro Cultural Teatro del Viaducto

## MONUMENTOS Y SITIOS DEL PATRIMONIO EDILICIO

Monumento Nacional a la Bandera - Club Español de Rosario - Palacio Municipal - Antigua Aduana del Puerto - Antigua Estación Rosario Central - Bolsa de Comercio de Rosario

## SENDAS

Paseo del Siglo (Córdoba entre Oroño y Corrientes) - Peatonal Córdoba (desde Corrientes hasta Laprida, desembocando en la plaza 25 de Mayo, que da paso al Pasaje Juramento y al Monumento Nacional a la Bandera) - Bv. Oroño (desde el río Paraná hasta Av. Pellegrini) - Bajada Sargento Cabral (entre San Lorenzo y Av. Belgrano)

## EVENTOS CULTURALES

Semana del Arte - Festival de Artes Escénicas Contemporáneas El Cruce - Encuentro y Fiesta Nacional de las Colectividades - Payasadas. Encuentro Internacional de Payasos y Artistas Urbanos - Carnaval - Verano en el Anfi - Encuentro Internacional de Oboístas Oboefest - Encuentro de Animadores Independientes - Crack Bang Boom - Ojo al Piojo Festival de Cortometrajes para Niños - Una Mirada Mayor. Festival de Cine para la Tercera Edad – Encuentro Metropolitano de Tango – Festival Internacional de Suzuki – Festival Latinoamericano de Video y Artes Visuales Rosario – Festival de Barriletes Pintemos el Cielo de Rosario - Festival Internacional de Poesía - Encuentro Juguemos a las Bolitas - III Congreso Internacional de la Lengua Española (Rosario, 2004)

*Fuente: Elaboración propia en base a información online*

Como parte de la transformación urbana iniciada a fines de siglo XX, el Estado impulsó distintas acciones para reconvertir viejos espacios en desuso de la ciudad en centros culturales que integran el **Corredor Cultural del Paraná**. El arte comenzó a invadir el espacio público.

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesisista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

Muestra de ello son las **ferias y mercados artesanales**, la creación del **Museo Urbano Arte a la Vista** y el **MACRO** (Museo de Arte Contemporáneo de Rosario).

El Corredor Cultural del Paraná comienza en el Centro Cultural Parque de España (co-financiado por el Estado Español), y culmina con el Anfiteatro "Humberto de Nito" del Parque Urquiza, en cuyo centro se encuentra el Parque y el Monumento Nacional a la Bandera.



Uno de ellos es el **Centro de Expresiones Contemporáneas**

**(CEC)**, un antiguo galpón portuario de granos emplazado sobre la ribera del río Paraná en la intersección con Paseo de las Artes, que fue reciclado en 1995.<sup>54</sup>

Otro importante proyecto es **La Isla de Los Inventos**, emplazada en la antigua Estación de ferrocarril Rosario Central (Corrientes y Wheelwright). Se trata de un proyecto de carácter pedagógico concebido por un grupo de personas entre quienes se encuentra la actual Ministra de Innovación y Cultura de la Provincia de Santa Fe ("Chiqui" González). Forma parte del Tríptico de la Infancia, compuesto por La Isla de los Inventos, La Granja de la Infancia (localizada en el Parque Independencia) y el Jardín de los Niños. El Tríptico de la Infancia, dependiente de la Secretaría de Cultura y Educación de la Municipalidad de Rosario, materializa el nuevo modo de pensar la ciudad a través de la creación de tres espacios públicos para el juego y la convivencia urbana.

El proyecto revaloriza la integración etaria (entre chicos y grandes), el trabajo y sus diversas manifestaciones, la historia y las bases organizativas de la actual sociedad rosarina (la fábrica, los oficios y el ferrocarril), la palabra y la estética, el gusto por el arte y la ciencia, promoviendo el debate, la integración y participación social así como la curiosidad, a través del juego y la experimentación. La Isla de Los Inventos se pensó "*Para todas y todos los que viven, los que pasan, la visitan, la disfrutan, la padecen, la adoran, la rechazan, la descubren, la extrañan, la soportan, la defienden, la respetan, la quieren...a...Rosario.*"<sup>55</sup>

<sup>54</sup> <http://www.cecrosario.org.ar/index.cgi>

<sup>55</sup> Banner de bienvenida a la Isla de Los Inventos.

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesisista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

La *Isla de los Inventos* está compuesta por seis espacios:

**Andenes de la estación:  
el porvenir de las palabras.**

Es un paseo público para disfrutar de exposiciones, de muestras interactivas y de juegos para construir la ciudad.



**El Espacio Infinito:  
ciencia, arte y lenguaje.**

Está destinado a centrar la atención sobre las experiencias de percepción a través de los sentidos, utilizando imágenes y simbología como herramientas básicas.

**Taller para provocar el pensamiento poético y encontrar las relaciones entre las palabras y las cosas.**



**Las Fábricas:  
homenaje al mundo del trabajo.**

El objetivo es que el público, especialmente los niños, puedan experimentar y comprender diversas formas de trabajo laboral, con secuencias de diversa complejidad dirigidas a la obtención de un producto. Se concreta en dos ámbitos, cine de animación y oficios artesanos con materiales como madera, tejido, papel y cerámica. Vale destacar que los materiales utilizados son alternativos al plástico.

**Centro Cultural de la Infancia.**

Es un lugar para crecer, aprender, participar y crear. Un puente entre la escuela y la ciudad. Donde se celebran congresitos, encuentros de escolares en los que se trabaja temas relacionados al diseño de la ciudad, los empleos del futuro y las claves de la sostenibilidad.

**El Ferrocarril: jugando a hacer historia.**

**Centro de la Experimentación Docente:  
El viaje pedagógico.**



Otro espacio para destacar es el **Museo de Arte Contemporáneo de Rosario (MACRO)**, el cual fue inaugurado en 2004. Se ubica en los antiguos silos Davis, construcción de principios de siglo pasado, que se encuentra a orillas del Paraná, en el actual Parque Sunchales. Dichos silos fueron reciclados por la municipalidad de Rosario para el emplazamiento del museo, y su fachada es pintada cada un lapso aproximado de cuatro años, acoplándose a la idea de la renovación cíclica como sinónimo de contemporaneidad<sup>56</sup>.

El MACRO se encuentra emplazado en el barrio Pichincha, que en los últimos años se ha vuelto un sector de gran desarrollo artístico - cultural. Pichincha se caracteriza por su riqueza patrimonial no solo tangible sino también intangible ya que, entre fines de s. XIX y principios de s. XX, en esta zona de la ciudad se abrieron un gran número de prostíbulos.

Presenta las características del barrio descritas por Tironi Rodó. Un barrio lo suficientemente en declive como para incentivar la inversión inmobiliaria, pero con vida de calle, con historia y trayectoria, y vitalidad. Como se anticipara, Pichincha está en cercanías a la costanera embellecida del río Paraná. En la esquina de Bv. Oroño y Rivadavia, en el predio del Parque Norte, con el río Paraná y el Museo Macro como telón de fondo, se emplaza la Feria del Boulevard<sup>57</sup>.



Posee un Plan Especial dentro del Plan Urbano de Rosario (2007-2017). El Plan Especial Pichincha se realizó entre la Sec. de Planeamiento, la Sec. de Cultura y Educación, la Sec. de Producción, el ETUR<sup>58</sup>, la Sec. de Gobierno y el área de Desarrollo Urbano del Distrito Centro.

De acuerdo al sitio web oficial de la Municipalidad de Rosario, el plan persigue dos propósitos fundamentales y complementarios: la protección del patrimonio urbanístico-arquitectónico y la renovación edilicia del área<sup>59</sup> mediante un ordenamiento especial que garantice la protección de sus particulares condiciones urbanas y encauce su transformación.

Este Plan Especial define usos, alturas y características de la edificación; posibilita y alienta intervenciones en los centros de manzana mediante las cuales se podrán incorporar nuevos espacios públicos para el sector y nuevas tipologías de vivienda pretendiendo reemplazar al tradicional edificio en altura y otorgándole al área una caracterización y valorización muy especial, reforzada por el tipo de usos que se permiten desarrollar.

<sup>56</sup> Sitio Web: <http://www.macromuseo.org.ar/index.htm>

<sup>57</sup> <http://feriadelbulevar.com/>

<sup>58</sup> Ente de Turismo de Rosario

<sup>59</sup> Donde existen edificaciones deterioradas que pueden ser reemplazadas por edificaciones en altura o donde se registran usos poco apropiados que han significado el estancamiento del sector.

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesisista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

La posibilidad de construcción de mayor altura queda concentrada sobre la Av. Del Valle y algunas otras arterias importantes del sector.

Tres de las 8 ferias y mercados que posee la ciudad se encuentran en Pichincha: la Feria del Boulevard, El Roperito y el Mercado Retro.

A excepción del Mercado de Pulgas que existe en la ciudad de Rosario desde el año 1982, el resto de las ferias surgieron después de la crisis del 2001 promovidas por el Estado local como proyectos de inclusión social a través de la cultura; reconfigurando el funcionamiento de los espacios públicos y apostando a la conformación de nuevas comunidades económicamente activas impulsadas por la vía del trabajo artesanal, manual y de recuperación y reciclado de objetos en desuso.<sup>60</sup> Cabe destacar la diversidad de feriantes y productos que caracterizan a estas ferias.

La Feria del Boulevard de Rosario fue inaugurada en 2002 como feria de artesanías, manualidades y arte popular, bajo la tutela de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Rosario. Muchos de los participantes vieron en la feria la posibilidad de encontrar un medio de vida. Luego pasó a integrar el corredor de ferias junto con “La Retro” -antigüedades- y más tarde “El Roperito” -ropa- y la Feria de Productores -alimentos-<sup>61</sup>. Cada sábado, domingo y feriado más de cien artesanos sostienen esta propuesta cultural convertida en un paseo, símbolo del emblemático barrio Pichincha de Rosario.

*“De a poco, el barrio empezó a acostumbrarse a un paisaje diferente los fines de semana: Un lugar de paseo verde y lila de jacarandás, bien cerca de nuestro Paraná, al que la gente se acerca con silla y lonas, termos y mates, chipás o pororó, churros o tortas. Y además de la gran variedad de objetos originales y de alta calidad que ofrece la Feria, se fueron incorporando músicos, malabaristas, teatreros y espectáculos de todo tipo. Pichincha se fue transformando en una zona con gran movida: nocturna, por su oferta de bares y restaurantes, y diurna por las ferias del Parque Norte que cambiaron la fachada y por ende la vida de este sector de Rosario. Así se abrió un corredor cultural y turístico, reconocido por la gente de acá y de allá, convertido en una verdadera institución en la ciudad, un nuevo espacio de recreación para los fines de semana. Y en su corazón, LA FERIA DEL BULEVAR.”* <http://feriadelbulevar.com/page/historia>

---

<sup>60</sup> <http://www.rosariocultura.gob.ar/ferias/ferias-muy-rosarinas-1>

<sup>61</sup> <http://feriadelbulevar.com/page/historia>

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesisista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.





Un aspecto a destacar es la diversidad de feriantes que participan de éstas ferias y mercados. Diversidad etaria, diversidad de productos, y diversidad de personalidades. Pero todos conviven en un clima de armonía.



Nótese la bicicleta (ampliamente utilizada en estas ciudades), el diálogo del vendedor de churros con los recreacionistas, la señora de clase media-alta paseando a su perro y el hombre de la derecha caminando por la costanera. El embellecimiento de éste sector de la costanera no segregó sino que, por el contrario, permitió la apropiación del espacio público por distintos sectores de la sociedad.



La fotografía que exhibe la moto fue tomada en la puerta de un restaurante ubicado a escasos metros de la feria; feria donde ese mismo día había un pequeño grupo de personas entonando canciones de protesta. De alguna manera, esto evidencia la apertura y tolerancia de la ciudad, al convivir en un mismo espacio dos grupos con ideologías diferentes.



*Las fotografías que ilustran ésta sección fueron tomadas durante el feriado del 22 de Agosto de 2011*

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesisista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

Como se anticipara, otra iniciativa concretada en el espacio público es la materialización del **Museo Urbano Arte a la Vista**. El mismo propone al espacio urbano como un escenario de encuentro entre la gente y el arte, reproduciendo a escala gigante la obra de artistas rosarinos consagrados. Las medianeras de los edificios son el soporte de los cuadros y Rosario se transforma en el gran marco que recoge la memoria pictórica de ciudad en un museo inédito al alcance de la mirada de todos.

Este es un proyecto que triangula al Estado, capitales privados y la disposición ciudadana con el objetivo de limpiar por contraste el horizonte de la ciudad de Rosario. Así, la belleza del trazo de Berni, Schiavoni, Vanzo, Gambartes, Bertolé, Ouyard, entre otros, trepan las paredes de los edificios, entran en el paisaje urbano y se quedan para formar parte de la vida cotidiana.

De acuerdo al sitio oficial de la Municipalidad de Rosario, “transformar el entorno, construir nuevas señaléticas instalando la cultura en el espacio público es el gran desafío de este museo urbano, que por sus características integradoras es único en el mundo. Con el arte la ciudad se cuenta, se muestra al mundo e invita a levantar la mirada para buscar la belleza que permite hacerla visible a través del lenguaje de estos pintores.”



MEDELLIN



MUSEO D ANTIOQUIA  
130 años

MUSEO D ANTIOQUIA

Historia de  
Colombia  
a través  
de la  
fotografía

abrirse  
marzo

CASO

MEDELLÍN

### **Localización**

Medellín está ubicado al noroeste de Colombia. Es la capital del departamento de Antioquia. Se ubica al norte de la Cordillera Central de Colombia, a 1.538 m sobre el nivel del mar. Está situada a 400 km de Bogotá (capital nacional). A menos de una hora en automóvil, se pueden visitar excelentes y variadas zonas de descanso en una diversidad de climas.

Se encuentra dentro del Valle de Aburrá, caracterizado por su abundante fuente hídrica. De sur a norte el valle es recorrido por el río Medellín. Desde las montañas caen al río innumerables quebradas y riachuelos. La quebrada de Santa Elena atravesaba la ciudad de Medellín. Luego fue canalizada y cubierta, conformando la avenida La Playa.

Medellín posee un clima muy agradable. Presenta una versión fresca de un clima tropical monzónico, ya que se encuentra a 1.500 m.s.n.m. La temperatura media anual de la ciudad es de 22 ° C, y debido a su proximidad al Ecuador la temperatura es constante durante todo el año, con variaciones de temperatura mínima. Las temperaturas oscilan entre 15 y 30 ° C y las precipitaciones también son muy constantes. Se la conoce como *“la ciudad de la eterna primavera”*.

### **Perfil Económico**

Posee una estructura económica diversificada. Es una ciudad comercial y financiera. Capital de la industria textil a nivel colombiano y sudamericano<sup>62</sup>. Abarca servicios sociales y personales, construcción, turismo, sector agropecuario y minería. La ciudad de Medellín actualmente posee y aspira a fortalecer seis clusters económicos: Energía Eléctrica; Textil/Confeción, Diseño y Moda; Construcción; Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones; Servicios de Medicina y Odontología; Tecnología, Información y Comunicación (TIC).

### **Desarrollo Histórico**

Medellín surgió de la conformación espontánea de pueblos en el Valle de Aburrá. Tuvo dos fundaciones (1616 y 1670, respectivamente) y una re-fundación formal en 1675.

Durante el período 1870-1932, Medellín pasó de ser la aldea de la Villa de La Candelaria a constituirse como ciudad comercial, bancaria e industrial. El período que transcurre desde 1826 (año en que es designada capital de la Provincia de Antioquía) hasta 1870, antecede y estructura el proceso de la ciudad burguesa. Medellín empezó a concentrar la actividad política, administrativa y comercial, a fortalecer su centralidad funcional, económica, educativa, hasta completarla con la centralidad religiosa en 1868. Después de los años cuarenta comenzó su gran desarrollo como ciudad, de la mano de una nueva elite comercial, social y política. *“Como lo señala Luis Javier Villegas, si bien no se puede desconocer la*

---

<sup>62</sup> La industria textil colombiana nació a comienzos del siglo XX en Medellín, con la creación de importantes empresas como Coltejer (en 1907), y posteriormente Fabricato y Tejicóndor, que llegaron a convertirse en líderes en Latinoamérica como productoras de tejidos de algodón plano y de punto. (<http://es.scribd.com/doc/31892727/Sector-Textil-Confecion-Disenio-y-Moda-en-Medellin> p. 27)

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesisista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

*importancia que jugó la concentración de los comerciantes y la administración civil y religiosa en Medellín, es la educación la que la completa, pues le permitió “captar a muchos de los más capaces de las diferentes poblaciones e irradiar, a través de ellos, sus valores a las localidades, para, de ese modo, configurar el particular “ethos” de los antioqueños.”*” (Villegas, 1996; en González Escobar, 2007:27)

Siguiendo a González Escobar, “Entre 1820 y 1880 se formó una nueva clase empresarial a través del activo comercio interno y externo fomentado por el oro, lo que les permitió que rápidamente dominaran no solo el espacio económico sino político de Medellín y de Antioquía.” (Brew, 2000; en González Escobar, 2007:28)

Medellín evidencia períodos de furor y auge, seguidos de tiempos de crisis o inercia. Es un desarrollo espasmódico.

### **La transformación de Medellín**

La transformación de Medellín comenzó a fines de la década de 1980 pero fue con la llegada de Fajardo en 2004 que el caso Medellín se internacionalizó, y por eso se asocia la transformación de Medellín al gobierno del alcalde Fajardo.

Desde fines de la década de 1980 se ha venido configurando un nuevo proyecto de ciudad: con participación ciudadana, reconocimiento e institucionalidad cultural, y desde el reconocimiento de los recursos propios para la acción. En 1980 se conformó el Área Metropolitana del Valle de Aburrá a la cual pertenece la ciudad de Medellín.

**Fajardo pertenece al Movimiento Compromiso Ciudadano, movimiento cívico independiente conformado por académicos, profesionales de ONG, empresarios y líderes de organizaciones comunitarias.**

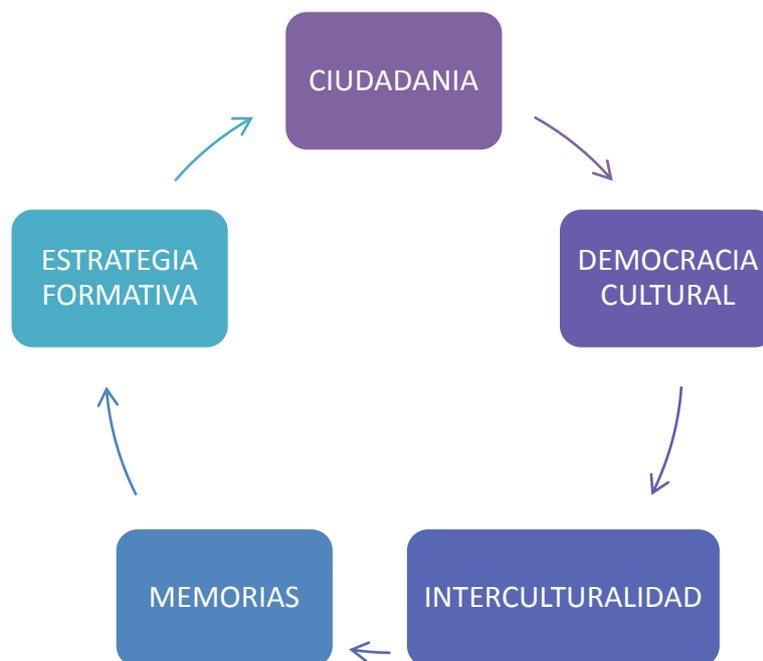
En el capítulo “*Medellín un gran escenario*” del libro “*Del Miedo a la Esperanza*” (2007), se describe la visión acerca de **la vida cultural y recreativa** que se pretendió desplegar en las calles de Medellín. “*Montamos una programación periódica y permanente de recreación, deporte y cultura en el espacio público, con múltiples opciones culturales que sirvieron, además, para que el ciudadano diera un nuevo significado a la palabra calle y conociera a grupos y artistas que no habían sido visibles, que no tenían la oportunidad de presentarse ante públicos masivos o de acceder a los recursos públicos para financiar su actividad.*” (Del Miedo a la Esperanza, 2007: 198) Estas actividades se desarrollaron en el centro, en los barrios, en los escenarios tradicionales, en los parques y los nuevos espacios públicos.

Se llevó a cabo una fuerte intervención en **el centro** de la ciudad (concebido como el motor de la vida de toda la ciudad) donde se vivió una “explosión lúdica y cultural” con eventos como: los Días del Centro, la Vitrina Campesina, el Pasaje de la Esperanza y la Reconciliación de Víctimas del Conflicto, el Encuentro con los Números, el Día de la Música, la Feria de las Flores, Medellín Una Ciudad para Leer, entre otras. En materia de transformación física de la ciudad

se destaca la construcción del Paseo Peatonal Carabobo y la recuperación de distintos parques urbanos.

Medellín cuenta con una rica y vibrante vida cultural, no en vano posee la más grande colección de obras de arte del maestro Fernando Botero. En materia cultural, Medellín se destaca por una importante trayectoria de discusiones de fuerte contenido democrático y ciudadano. Esto se refleja en el Primer Plan de Desarrollo Cultural 1990. (Ver página 105)

La intención del mencionado plan fue *“abordar la planeación de la ciudad desde una perspectiva cultural y presentar instrumentos que coadyuden a consolidar la acción cultural como factor estructurante y prioritario del orden social en una ciudad.”* (Plan de Desarrollo Cultural de Medellín, 2011-2020: 33) Entre los distintos aportes del Plan de Desarrollo Cultural 2011-2020 cabe destacar el énfasis en la ciudadanía, la democracia cultural, la interculturalidad, las memorias y la estrategia formativa para implementar el plan. (Ver página 106)



Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesis: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

## MUSEOS

Museo Cementerio San Pedro - Museo de Antioquia - Museo de Arte Moderno (MAMM) - Museo del Agua EPM - Museo El Castillo - Museo de la Universidad de Antioquia - Casa Museo Pedro Nel Gómez - Museo Casa Gardeliana - Casa Museo Otraparte

## TEATROS

Café Teatro Pablo Tobón Uribe - Pequeño Teatro De Medellín - Teatro Acción Impro - Teatro Ateneo Porfirio Barba Jacob - Teatro Caja Negra - Teatro Colegio San Ignacio - Teatro el Águila Descalza - Teatro El Trueque - Teatro Elemental - Teatro Exfanfarria - Teatro Fractal - Teatro Hora 25 - Teatro Lido - Teatro Matacandelas - Teatro Metropolitano - Teatro Oficina Central De Los Sueños - Teatro Popular De Medellín - Teatro Universidad de Medellín - Teatro de la Universidad de Antioquia

## SALAS Y CENTROS CULTURALES

Casa de la lectura Infantil - Casa de la Música - Casa del Encuentro Museo de Antioquia - Casa Teatro El Poblado - Centro Administrativo La Alpujarra - Centro Artístico Musical Cooperativo Ltda. "CAMC" - Centro Colombo Americano - Centro Cultural Facultad de Artes - Centro Cultural Pedregal - Centro Cultural y Juvenil El Poblado - Centro de Desarrollo Cultural de Moravia - Centro de Integración Afro - Centro Extensión Cultural de la Universidad de Antioquia - Centro para la Diversidad Sexual y de Género - El Teatrigo - Fractal Teatro - Manicomio de los Muñecos - Sala Teatriados - Salón Málaga

## MONUMENTOS Y SITIOS DEL PATRIMONIO EDILICIO

Cámara de Comercio de Medellín - Palacio de Bellas Artes - Palacio de la Cultura Rafael Uribe Uribe

## PARQUES URBANOS

Parque Bolívar - Jardín Botánico - Parque de la Vida - Parque de los Deseos - Parque de los Pies Descalzos - Parque San Antonio - Plaza Botero - Plaza de la Libertad - Plaza Mayor - Parque Berrío - Parque de Boston Parque Norte - Parque Lineal La Presidenta - Parque Lleras - La Plaza de Cisneros - Parque Arví - Plaza de las Esculturas

## BIBLIOTECAS / CURIOSIDAD Y CIENCIA

Parque Biblioteca Belén - Parque Biblioteca España - Parque Biblioteca La Ladera - Parque Biblioteca San Cristobal - Parque Explora - Planetario de Medellín Jesús Emilio Ramírez

## EVENTOS CULTURALES

Feria de Flores - Festival Internacional del Tango - Festival Internacional de Poesía - Festival de Cuenteros - Festival Audiovisual Creación Colaborativa - Festival Colombiano de Teatro Ciudad de Medellín - *Festival* Internacional *Medellín* de Jazz & Músicas del Mundo (*Medejazz*) - Festival Internacional de Música - Festival de Cine Colombiano de Medellín - Festival Internacional Altavoz - Festival Internacional de Documental - Feria de Navidad - Festival de Humor *Humorcity* - Festival de la Trova Ciudad de Medellín

Fuente: *Elaboración propia.*

### 1er Plan de Desarrollo Cultural de Medellín (1990)

#### Dimensiones de análisis que se tuvieron en cuenta para la diagramación del Plan

- |   |   |
|---|---|
| a) El lugar de la población en el proceso urbano  | b) La relación cultura y educación  |
| c) La caracterización territorial de los asentamientos                                  | d) Formas de participación  |
| e) La distribución territorial  | f) Patrimonio colectivo entendido como: cultural, ambiental y espacio público |
| g) La diferenciación de territorios y estructuras sociales                              | h) Impacto del tren metropolitano   |
| i) Los procesos socioeconómicos, comportamientos culturales y enfrentamiento de valores | j) Tiempo libre e industria cultural  |
| k) La relación cultura y comunicación   | l) Equipamientos culturales   |

#### OBJETIVOS

- Orientar los procesos de planeación de Medellín desde una perspectiva cultural como una condición indispensable para el desarrollo integral de la ciudad y la conquista de la paz
- Fortalecer el desarrollo educativo – cultural de la ciudad mediante el reconocimiento y estímulo de individuos y comunidades para la creación, valoración, acceso al disfrute y circulación de los bienes culturales
- Contribuir al proceso de modernización de la ciudad mediante el desarrollo del sector cultural
- Servir de instrumento orientador para la acción cultural de la ciudad con base en un acercamiento a la realidad cultural de la ciudad y mediante unas políticas y acciones que apunten al desarrollo integral de ella

#### POLITICAS

- Cultura y Educación. Encaminadas a propiciar la solidaridad, el civismo, la tolerancia y el reconocimiento de los deberes y derechos individuales y colectivos para el desarrollo integral de las personas y la solución concertada de conflictos.
- Cultura y Comunicación. Donde se afirma que la cultura debe involucrar elementos que expresen la diversidad, en los cuales, los individuos y su comunidad plasman su saber, sus formas de hacer y sus sentidos y sensibilidad estética.
- Patrimonio cultural e identidad cultural
- Participación comunitaria y autogestión cultural
- Racionalización y coordinación de recursos

#### CONCEPCION DE PATRIMONIO CULTURAL

Son los lugares, los barrios, y la ciudad en donde se consolidan y afianzan los mecanismos de representación y referencia simbólica, histórica, religiosa, económica, turística, arquitectónica y urbanística. En esta perspectiva se concibe también el equipamiento urbano como elemento fundamental para satisfacer las necesidades vitales de recreación e integración ciudadana. (Alcaldía de Medellín, *Plan de Desarrollo Cultural de Medellín*, 1990, p. 103)

## LINEAMIENTOS del Plan de Desarrollo Cultural de Medellín (2011-2020)

### 1. Expansión de la ciudadanía y la democracia cultural

- Estímulos a la creación y la producción cultural
- Garantía del acceso a la participación, disfrute y apropiación de la oferta cultural
- Circulación de las creaciones y de las manifestaciones culturales
- Visibilización y fortalecimiento de las manifestaciones culturales emergentes o no reconocidas socialmente

### 2. La interculturalidad para la construcción de la ciudad y la ciudadanía democrática cultural

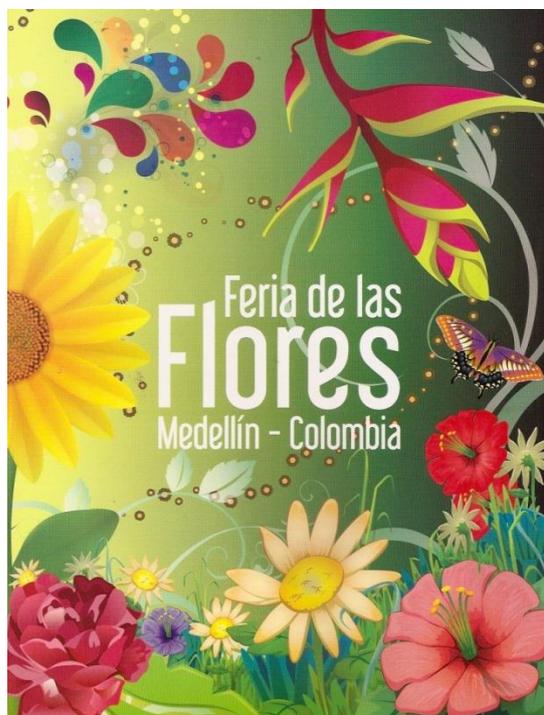
- Diálogo cultural para la convivencia y la construcción de ciudadanía
- Reconocimiento e inclusión de la población en situación de desplazamiento y de los nuevos migrantes
- Impulso y reconocimiento de la ruralidad y de otras lógicas territoriales

### 3. Impulso y generación de procesos de reconocimiento social del patrimonio y de las memorias

- El patrimonio, memoria viva que actualiza vínculos sociales
- Protección, valoración, conservación, divulgación y sostenibilidad de bienes y manifestaciones culturales
- Fortalecimiento de los centros para la memoria

### 4. Educación ciudadana en la construcción de ciudadanía

- Participación ciudadana desde la diversidad y para la convivencia
- Ciudad, espacio público y ciudadanía
- Educación ciudadana en el sistema educativo y en los ámbitos no escolares





### 9. Interacción de Medellín con la Región metropolitana del Valle de Aburrá, el departamento, el país y el mundo

- Medellín en relación con la subregión, el departamento y la nación
- Posicionamiento de lo local en lo nacional y en lo internacional

### 10. Fortalecimiento de la institucionalidad y del sector cultural

- Fortalecimiento de la relación entre los sectores público, privado y no gubernamental
- Planificación y diseño de políticas culturales para el fortalecimiento del sector cultural
- Fortalecimiento de los espacios de encuentro ciudadano para el desarrollo cultural local

Fuente: Plan de Desarrollo Cultural de Medellín (2011-2020). 233 pp

PROGRAMA DE FORMACIÓN DE PÚBLICOS. PRESENTA:

**Melodías Universales**  
*Concierto Didáctico*

ORQUESTA SINFÓNICA INTERMEDIA  
RED DE ESCUELAS DE MÚSICA DE MEDELLÍN

DIRECTOR TITULAR: Leonardo Tamayo Buitrago - DIRECTOR ASISTENTE: John Jairo Martínez Baena

Lunes 30 de julio de 2012 - Teatro Universidad de Medellín - 7:00 p.m.

ENTRADA LIBRE CON BOLETA EN LA TAQUILLA DEL TEATRO - INFORMES: 340 53 40 - 2195895

TEATRO UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN | Red de Escuelas de Música de Medellín | Medellín un hogar para la vida | Alcaldía de Medellín

La Escuela de Música  
**EL LIMONAR**  
te da la  
**Bienvenida**

Estás en un territorio de Paz,  
estás en la  
**Red**  
de Escuelas de Música  
**DE MEDELLÍN**

Con el apoyo de: [Logos] Operado por: [Logos]  
Un programa de la: [Logo]



**Red 15 años**  
de Escuelas de Música  
DE MEDELLÍN

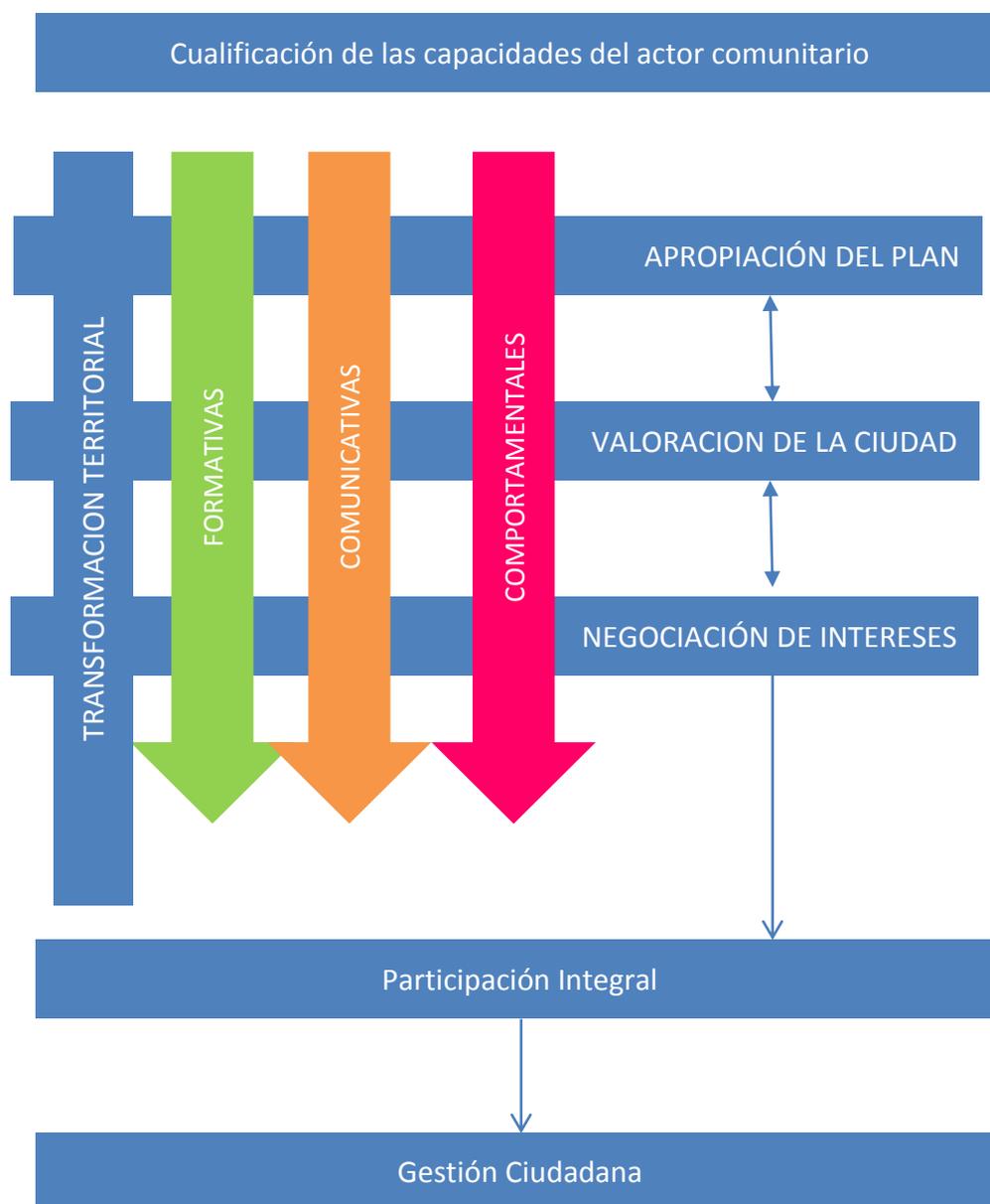
**Tabla 4. Componentes de la estrategia de formación ciudadana para la apropiación del Plan**

Propósitos	Ejes
Objetivo de la estrategia	Aumento de las capacidades de los habitantes en la gestión del proyecto cultural propio y de la ciudad
Finalidad de la estrategia	Gestión del Plan para la autogestión y la sostenibilidad

**Tabla 5. Ejes, componentes y criterios para la acción, orientadas a generar aumento de las capacidades relacionadas con la sostenibilidad del Plan**

Ejes	Criterios para la acción
Apropiación	El Plan es un acuerdo que se convierte en el punto de partida de la estrategia pedagógica, de ahí que las primeras actividades que deben emprenderse desde la gestión sean precisamente su conocimiento, comprensión y reconocimiento como resultado de un trabajo participativo comunitario que se convierte en la carta de navegación del proceso
Valoración de la ciudad	Reforzar en los ciudadanos la valoración que tienen de su ciudad buscando armonizar sus intereses y proyecto particular con los de la ciudad, desde la reflexión sobre cómo un sistema de relaciones sociales, culturales, económicas, ambientales y paisajísticas aporta a su propio desarrollo
Negociación de intereses	El habitante y las organizaciones son constitutivos fundamentales de la ciudad, y generadores de valor; sin embargo, existen otros actores e intereses sobre el territorio con los cuales debe acordar los criterios éticos para la gestión del proyecto cultural de ciudad
Componentes	
Formativos	En cada uno de los escenarios pedagógicos, para la comprensión de los elementos necesarios para la toma de decisiones, desde la reflexión
Comunicativos	Movilización de razones emotivas y entrega de información para la toma de decisiones.
Comportamentales	Incorporación de valores y normas pactadas
Medios	Participación permanente, vinculación activa a escenarios de análisis y decisión desde la perspectiva de elecciones conscientes y desde la valoración de la ciudad

Fuente: Plan de Desarrollo Cultural de Medellín, 2011-2020: 180



Fuente: Plan de Desarrollo Cultural de Medellín, 2011-2020: 180

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesis: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

### **Red de Escuelas de Música de Medellín**

Es un programa de la Alcaldía de Medellín, Secretaría de Cultura Ciudadana, operado por la Facultad de Artes de la Universidad de Antioquia. Fue creado mediante los Acuerdos Municipales No. 03 y 04 de 1996 y No.72 de 1998, con el propósito de generar y fortalecer procesos de convivencia entre niños, niñas, jóvenes y sus familias, a través del aprendizaje y disfrute de la música.

Cuenta con 27 escuelas de música ubicadas en distintos barrios y corregimientos de la ciudad, con una cobertura cercana a los 5.600 estudiantes. El programa educativo en las escuelas está organizado por ciclos y niveles de formación con las siguientes áreas: integración y desempeño, formación teórica, expresión y escena, música y contexto y formación instrumental. Esta última ofrece formación en los siguientes instrumentos: violín, viola, violoncello, contrabajo, flauta travesera, oboe, clarinete, fagot, saxofón, trompeta, corno, trombón, barítono, tuba y percusión.

Existen además 9 agrupaciones integradas, constituidas por estudiantes de las 27 escuelas, así: Orquestas Infantil, Intermedia y Juvenil; Banda Sinfónica Juvenil, Ensamble de Músicas Populares, Orquesta-Escuela de Tango y los Coros Infantil, Juvenil y de Padres, que constituyen un importante referente tanto para la formación de desempeño de alto nivel musical de los estudiantes, como para la formación de públicos y el disfrute colectivo.

Sitio Web: <http://www.medellincultura.gov.co/redescuelasmusica/Paginas/default.aspx>

### **Parcharte**

En Parcharte se une la música, el baile, el graffiti y la animación. Nos juntamos entre el hip-hop, el reggae, el rock, el punk y la electrónica. El objetivo de este sitio Web, que es sin ánimo de lucro, es visibilizar artistas jóvenes y aún sin una completa financiación y poder llegar a ellos sin intermediarios. En el camino hemos descubierto que este espacio puede cumplir con otra meta: la de intercambios entre artistas. Artistas, profesionales gestores y promotores pueden intercambiar todo tipo de producción acá. Somos Tarmac, Sociedad FB7, Élite Hip-Hop, Festival Internacional de la Comuna 6, SKS, Nepentes, Graffiti de la 5, W3, Medekingz y Atomikoz... y varios que faltan por llegar.

**Parcharte** nace con la financiación de la Alcaldía de Medellín y la ejecución de la Corporación Otraparte y hace parte del proyecto del Inventario de Arte Joven y Popular, una metodología de Casa de las Estrategias que se está ejecutando en coautoría con Fundación Mi Sangre y organizaciones intergubernamentales.

Este es un sitio de arte donde se encuentran artistas, su obra y su movida, pero también es un sitio para los que montan eventos, producen, invierten, siente que el arte es parte de su responsabilidad social empresarial, están diseñando políticas en el tema, trabajan con sonido, con urbanismo, con marcas y con educación.

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

**Parcharte** está acá para cualquier curioso. Es disfrutar de la creación, es hacerse a más elementos culturales, es un encuentro urbano y generacional. A Parcharte puede llegar el que está buscando, la niña, el niño, los pelaos en búsqueda de referentes, de identidad, con ganas de conectarse a algo tan esencial en la búsqueda de sentido, como es el arte.

<http://www.youtube.com/watch?v=1Mxok6lrBQA>



AmorirAmorir

## Cap. IV

# RESULTADOS

***Las cualidades que hacen atractivas a las ciudades creativas.***

**La ciudad creativa es una ciudad que se destaca de las demás. A menudo se refiere a ellas como “ciudades con carácter” o personalidad.** El carácter vibrante tiene que ver con muchas dimensiones: el desarrollo cultural, las personas que la habitan, las pasiones y odios, su pasado de caídas y reconstrucciones, los proyectos ideados e implementados, las ideas innovadoras o de vanguardia, el dinamismo diario de la ciudad, la búsqueda de la gloria, etc.

Entre los términos utilizados para referirse a la atmósfera urbana de las ciudades creativas se pueden mencionar los siguientes: *diversa, cosmopolita, vibrante, viva, vigorosa, cargada de estímulos, relacional, mágica.* De acuerdo a Fonseca Reis “...hay un aura sensorial alrededor de la ciudad creativa. Prácticamente en todos los textos, las descripciones y reflexiones están cargadas de colores, sonidos y luces.” (Fonseca Reis, 2009:8)

**A partir de los casos analizados se evidencia que son ciudades con una particular atmósfera cultural, urbana y creativa que las distingue de otras ciudades. En ellas convergen cuatro factores fundamentales que pasará a profundizarse:**

- **emplazamiento:** condiciones geográficas y atmosféricas (emplazamiento, variables climáticas a lo largo del año y a lo largo del día);
- **cultura:** elementos del paisaje urbano y del patrimonio cultural (parques urbanos, frentes costeros, museos, bares, arquitectura emblemática, etc.), eventos culturales, bibliotecas y archivos;
- **emprendedores:** sujetos con un habitus cultural, creativo y emprendedor, sabedores de oficios, gestores urbanos con visión y capacidad de liderazgo, entre otros.
- **iniciativas y proyectos:** esos grandes “paraguas” donde las personas se sienten identificadas y pueden participar, más allá de la esfera de la vida privada.

De acuerdo a Tironi Rodó (2010) “*Es importante enfatizar el concepto de “lugar” que emerge. A diferencia de la economía urbana tradicional que veía a la ciudad con un espacio genérico, en el “nuevo localismo” –y especialmente en la teoría de la “ciudad creativa”– aparece una idea de lugar mucho más cercana a la triple definición de Agnew (1987): el “lugar” como una situación geocultural que se ensambla en base a una locación (ubicación geográfica definida), una localidad (el espacio concreto en el que se desenvuelven las relaciones sociales), y un sentido de lugar (el vínculo subjetivo y emocional que se tiene con el lugar). La idea del “estar ahí” ya indica un lugar en el sentido de Agnew (sólo se puede dar esa interpenetración tácita si hay un mundo-de-la-vida compartido).*” (Tironi Rodó, 2010: 14)

En otras palabras, podría decirse que en la cotidianeidad de la ciudad creativa convergen tres dimensiones: a) una valoración física y pragmática de la ciudad, b) una valoración de las posibilidades de encuentros sociales, y c) una valoración experiencial del disfrute urbano y cotidiano. “**Lo intangible**”, “**lo experiencial**”, y “**lo cotidiano**” constituyen variables o atributos cada vez más valorados por las nuevas generaciones.

De acuerdo a Fonseca Reis (2009) “...la ciudad creativa está arraigada en la racionalidad de la ciudad industrial y en la fluidez de los flujos globales, balanceando la rigidez de la primera y la impersonalidad de la última con una alta dosis experiencial por encima de un enfoque muy pragmático y económico.” (Fonseca Reis, 2009: 8)

## **Dimensión 1: Atmósfera Cultural y Vibrante**

### **1.1. Dimensión Patrimonial**

#### **1.1.1. La cultura**

Las ciudades creativas son ciudades culturales. En las últimas décadas, como quedó evidenciado, estas ciudades se han visto notablemente transformadas a partir del estímulo de las políticas culturales y políticas orientadas a la revalorización del espacio público. Esto ha dado lugar a la reconversión y surgimiento de nuevos espacios y ámbitos culturales (en los casos de Medellín y Rosario), a la realización de gran cantidad y diversidad de eventos culturales, con consecuencias sobre el patrimonio cultural (en el caso de Valparaíso, por ejemplo, éste se vio notablemente afectado).

La cultura es evidente en distintas dimensiones de la ciudad creativa: a) en el **patrimonio cultural edificio y urbanístico** de la ciudad, de alto nivel de desarrollo, diseño y complejidad; b) **la presencia deliberada del arte** a través de distintas expresiones y manifestaciones culturales **en pleno espacio público**; c) en la cantidad, calidad y variedad de **eventos culturales**; d) en el desarrollo de las **industrias culturales** (renombradas como “creativas”); e) en la **presencia de centros académicos y educativos**; f) en el particular **“ser” y “saber hacer”** de un sustrato importante **de sus habitantes**, que demuestra sujetos capaces de iniciativa, por un lado, y proyectos de contenido social y cultural muy marcado, por otro lado.

El desarrollo cultural que evidencian los casos analizados es el producto del temprano desarrollo urbano que las posicionó como ciudades modernas y de vanguardia. El notable crecimiento económico permitió atraer inmigrantes (en muchos casos burgueses y con predisposición al consumo cultural) quienes forjaron el carácter de los espacios públicos y privados de la ciudad (que hoy se muestra como patrimonio) y el habitus de sus descendientes. **Tanto en Medellín como Rosario, la cultura forma parte del habitus de gran parte de sus habitantes. La cultura va de la mano con la educación y con la construcción de ciudadanía.**

#### **1.1.2. El emplazamiento y el clima**

El emplazamiento y el clima constituyen una dimensión emergente que no se había tenido en cuenta al comienzo de la investigación. En los tres casos analizados se observa la presencia de **recursos naturales vigorosos** como las montañas en Medellín, el Océano Pacífico y los cerros<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup> Barcelona está ubicada en la región de Cataluña, al sudeste de España, a orillas del mar Mediterráneo, combinando mar y morros. Está situada a unos 120km al sur de la cadena montañosa de los Pirineos y de la frontera con Francia, en una llanura limitada por el mar, al este, la cordillera litoral (Sierra de

en Valparaíso, y el río Paraná y las islas en Rosario. Presentan un **clima templado** relativamente agradable. Vale decir que a Medellín la conocen como “la ciudad de la eterna primavera”.

Esta variable es muy influyente en Valparaíso y Medellín y no tan influyente en Rosario. En el caso de Valparaíso, la ciudad es considerada un anfiteatro natural a orillas del Pacífico.

Constituyen rasgos patrimoniales muy importantes de éstas ciudades ya que se observa una articulación muy fuerte (arraigo) entre el emplazamiento y el ambiente construido, entre el emplazamiento y el ethos de los ciudadanos, que dio lugar a un particular paisaje que ha cautivado a cuanto visitante pasara por la ciudad y ha estimulado artísticamente a un gran número de personalidades.

En Rosario, la recuperación de la costanera que se efectuó en las últimas décadas recreó el vínculo ciudad-río que se había perdido, y la sociedad comenzó a utilizar y disfrutar masivamente estos espacios y éstas vistas del Paraná.

### **1.1.3. Los Parques Urbanos**

Por último, cabe destacar la presencia que tienen los parques urbanos en estas ciudades. Parques de grandes dimensiones, verdes, articulados con obras y eventos culturales, donde la ciudadanía puede ir a ejercer su derecho a la recreación y al disfrute.

## **1.2. Dimensión Social**

### *El emprendedor*

Tanto el sustrato cultural como las iniciativas y proyectos existentes en estas ciudades son obra del sustrato humano que habita estos territorios. Por esto se afirma que las ciudades creativas son ciudades emprendedoras. **Los recursos naturales inherentes a un territorio son condición influyente pero no determinante de su desarrollo creativo. Son los sujetos que habitan estos territorios la condición más influyente en el desarrollo creativo y cultural que han logrado.**

Un indicador de sociedades emprendedoras ha sido el auge de Barcelona, Medellín, Valparaíso, y Rosario durante el siglo XIX, que las posicionaron como ciudades de vanguardia. La transformación evidenciada en las últimas décadas en Barcelona, Medellín, y Rosario también da cuenta de sociedades emprendedoras. En los últimos años, Valparaíso ha perdido ese ímpetu emprendedor generalizado, lo cual actualmente se concentra en sectores minoritarios de la sociedad: por ejemplo, los proyectos vinculados a las industrias creativas.

La conformación del perfil emprendedor tiene que ver con una **afiliación afectiva**, la cual puede ser con el territorio, con los proyectos en sí, con los grupos, etc. Hay que indagar y

---

Collserola) al oeste, el río Llobregat al sur, y el río Besós al norte. Sus condiciones orográficas ventajosas junto a la benignidad de su clima (mediterráneo, suave, con una temperatura media anual de 15.6º C) han favorecido históricamente el asentamiento humano.

analizar la manera en que se construye dicha afiliación afectiva. Un aspecto que resulta interesante es indagar en las memorias de estas personas, en los recuerdos, porque algo de ese pasado permanece con el correr de los años y presiona por actualizarse a través de los proyectos. En este sentido es imprescindible considerar la relación que las personas han mantenido con el juego y la recreación (que también contiene una dimensión de análisis vinculada con el espacio público y vinculada con los grupos de amigos), fundamentalmente durante la niñez y la adolescencia, y cómo éstos recuerdos y estas imágenes actúan como “refugio de sentido y de significados” otorgando estabilidad, identidad y proyección a la persona.

En base a esta observación se percibe una vinculación muy fuerte entre las **experiencias vividas** y el **capital cultural internalizado** (que habría que continuar indagando en términos de transmisión cultural intra e inter generacional) y la **capacidad emprendedora con contenido socio-cultural**. Estas observaciones tienden a estudiar el ethos y habitus de los habitantes de estas ciudades. Sean éstos nativos de las ciudades creativas o inmigrantes.

### *El artista*

Otro actor social clave de las ciudades creativas es el artista. Cada uno de los espacios culturales y emprendimientos creativos que caracterizan a estas ciudades tienen asociados artistas que, con su particular forma de ser (bohemia, excéntrica, cosmopolita), y de hacer ciudad, van modelando la atmósfera de éstas ciudades.

## **Dimensión 2: Atmósfera Creativa y Emprendedora**

### *2.1. Las iniciativas y proyectos que caracterizan a la ciudad creativa*

En los casos analizados se observa la ideación y materialización de proyectos cualitativamente diferentes, que sentaron precedentes históricos, y que luego fueron replicados en otros territorios. Iniciativas que convocaron e involucraron a gran cantidad de personas detrás de un ideal o de un objetivo. Iniciativas que han deslumbrado por la complejidad del proceso y la magnitud de los logros. Esto refiere a un fenómeno de naturaleza cuantitativa y cualitativa, **y de alguna manera evidencia un particular “ser” y “saber hacer” de un sustrato importante de sus habitantes, que demuestra la presencia de sujetos capaces de iniciativa, “ideadores” de proyectos de contenido social y cultural muy marcado**. Es decir, no se trata solo de personas con voluntad de hacer algo, sino de personas que tienen las habilidades para: plantear una idea y objetivos; convocar y atraer a otras personas que colaboren en ese proceso; trabajar en equipo; y materializar la idea.

En el caso de Barcelona, Medellín y Rosario, hay que considerar el **entorno económico** en el cual se sitúan estas ciudades, que les ha permitido contar con los recursos económico-financieros necesarios para emprender tanto en materia de negocios como en la transformación de la última década, o en la construcción de las grandes obras arquitectónicas que las caracterizan. Pero también las alianzas público-privadas que generaron para materializar los proyectos.

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

Por otro lado, como quedó evidenciado, han surgido espacios exclusivos de fomento de la creatividad (como el Parque Explora en Medellín y la Isla de Los Inventos en Rosario) que pretenden fomentar la curiosidad y la experimentación en niños y jóvenes.

El atelier, figura emblemática de las ciudades creativas, es el ámbito por excelencia de las industrias creativas. Es la esencia de los clusters creativo-culturales. El atelier representa la concepción del milieu tal como lo había pensado Taine en los orígenes: un estado o clima histórico, de un determinado grupo social, donde fluyen las ideas, donde fluye la creatividad.

**La ciudad que es creativa *per se*, con todos sus ámbitos dedicados a la cultura y la creatividad, con la particular interrelación de arraigo que plantean entre el habitante y la ciudad, el habitante y el emplazamiento, de alguna manera también intenta imitar al atelier. Puede ser vista como un gran atelier a cielo abierto.**

En este sentido, cabe retomar a Landry cuando plantea la necesidad de contar con “*sutiles milieux*” que brinden apoyo y generen nuevas habilidades y capacidades. Se pudo observar durante la salida de campo en Rosario. La fotografía que ilustra la portada de la presente investigación fue tomada en Parques Sunchales: una niña pintando a orillas del río Paraná, concentrada, pincel en mano, desarrollando habilidades y fortaleciendo capacidades no solo artísticas, sino también sociales, humanas, afectivas, etc., en pleno espacio público de Rosario. **En este caso se observa cómo la ciudad está aportando muy sutilmente a la construcción de habilidades y capacidades humanas.**

### **Dimensión 3: Atmósfera Ambiental y Saludable**

Lo más importante de éste nuevo contexto socio-cultural es el carácter de los proyectos que emergen en éstas ciudades, que combinan lo comunitario, lo ambiental, lo cultural, lo tecnológico, y lo recreativo, a la manera de emprendimientos y proyectos socio-culturales. Esto se puede observar en los casos analizados, y a eso apunta el concepto de “economía creativa”. **Los proyectos, y quienes participan de ellos, forman parte de la atmósfera urbana de la ciudad creativa.**

Excepto Valparaíso y Medellín, en las cuales no se pudieron identificar claras manifestaciones a favor del medio ambiente urbano, Rosario presenta diversas iniciativas tendientes a la mejora del medio ambiente, fundamentalmente con el tratamiento de residuos sólidos urbanos o los espacios agroecológicos. Con respecto a ser “ciudades saludables” esto se observa, por ejemplo, en la implementación de ciclovías recreativas y en el aprovechamiento de los espacios públicos rosarinos para practicar actividad física.

De todas formas, se cree que es una dimensión a analizar con mayor profundidad en futuras investigaciones ya que es una variable crítica en materia de gestión ambiental urbana.

### **Dimensión 4: Modernización del Estado - Gobernanza Urbana**

Con respecto a la modernización del Estado, tanto en Rosario como Medellín se observan gobiernos locales autónomos y descentralizados, sustentados en planes estratégicos que

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

conducen hacia una determinada visión de la ciudad. En Medellín cabe destacar ambos Planes de Desarrollo Cultural donde se reconoce a la cultura como herramienta pedagógica y constructora de ciudadanía (no sólo como un privilegio de los artistas y una necesidad económica de focalizar en los artistas).

Con respecto a Rosario vale reconocer el Plan Especial desarrollado para Pichincha el cual plantea una gestión consciente del desarrollo inmobiliario pero proactiva, ya que establece las áreas de preservación del patrimonio cultural (a diferencia de Valparaíso donde se avanzó sin recaudos sobre el patrimonio).

Tanto en Medellín como Rosario, se observa la voluntad y decisión política de construir una ciudad con base en el concepto de ciudadanía democrática y participativa. La incorporación del Presupuesto Participativo es una fuerte evidencia al respecto.

En el caso de Rosario, el gobierno llevó a cabo un proceso de descentralización político-administrativa muy importante que benefició al conjunto de la sociedad. Asimismo, se pudo observar cómo distintos proyectos emanados de la sociedad civil han sido canalizados e incorporados a los Planes Estratégicos de la ciudad.

Muchas de estas cuestiones no se pudieron evidenciar en Valparaíso porque Chile es un país con una fuerte centralización político-institucional que impide que las ciudades gobiernen eficaz y efectivamente su territorio. Las políticas, por lo tanto, suelen ser regionales y generales, sin poder aplicarse los recursos de forma comprensiva.

Con respecto al gobierno de la ciudad, es evidente la presencia de liderazgos y de equipos de trabajo en el caso de Medellín y de Rosario, no así en Valparaíso. Liderazgos que han permitido transformar notablemente a la ciudad con externalidades positivas y negativas.

### ***El discurso de la ciudad creativa***

Si bien hay ciudades naturalmente “creativas” (como Medellín, Valparaíso y Rosario) que atraen por la atmósfera urbana que las diferencia, también ha ocurrido un **proceso de valoración social** de estas ciudades, el cual es absolutamente complejo e intervenido por una diversidad de signos y símbolos, procedentes del notable desarrollo que han tenido las “industrias culturales”, el marketing, y la exportación e importación de modelos de desarrollo urbano. **Es decir, la valoración y el gusto por las ciudades creativas (así como el interés social y de los gobiernos por esta forma de hacer ciudad) es en la actualidad uno de los tantos gustos producidos y estimulados desde un entramado en el cual intervienen una diversidad de actores y factores.**

Dicha valoración social de las ciudades creativas está motivada tanto por razones estrictamente económicas (cómo hacer más competitiva a una ciudad), como por distintos debates en torno a cómo construir ciudades más habitables y urbanas<sup>64</sup>.

**La ciudad creativa proyecta imágenes y mensajes muy valorados en la actualidad, atrayendo a distintos segmentos meta de ciudadanos.** Entre los segmentos meta de la ciudad creativa se pueden mencionar: residentes, estudiantes (que se vinculan turística y recreativamente con la ciudad), turistas, artistas y diseñadores, personas con elevada formación profesional (que migran a estos territorios en busca de elevados niveles de calidad de vida), niños y jóvenes, entre otros.

Vale destacar que en los textos y descripciones analizados en casi todos los casos se describe a la ciudad creativa en positivo, evidenciando experiencias exitosas de transformación e intervención urbana. No hay prácticamente referencias negativas de la ciudad.

Es un discurso que promueve la **reactivación social y económica** en ciudades paralizadas o en crisis. Entre las virtudes de éste discurso se destaca el llamamiento a la acción y a abandonar la crítica. **Es un discurso pragmático que focaliza en la resolución de los problemas y en la generación de oportunidades.** Fonseca Reis sugiere pensar en términos de limón y limonada, siendo el limón el problema o la oportunidad, y la limonada el resultado del proceso de solucionar el problema o de aprovechar una oportunidad, utilizando la creatividad y emprendiendo. De ahí también que “**el proyecto**” y “**la iniciativa**” sean términos comunes en el discurso de la ciudad creativa.

La *creatividad* de las ciudades creativas es convergente con estos mensajes:

- **la ciudad de la cultura y los artistas** (el arte invadiendo el espacio público, eventos culturales y de vanguardia, emprendimientos creativos),
- **la ciudad integradora e inclusiva** (ciudad de la equidad y la igualdad de oportunidades),

---

<sup>64</sup> Urbano en el sentido de urbanidad. De espacio público, de encuentro.

- **la ciudad de la participación y la ciudadanía** (donde es posible debatir y construir entre todos),
- **la ciudad moderna y sustentable** (la ciudad de los skaters, de la movilidad urbana, de la reducción y tratamiento de residuos urbanos),
- **la ciudad saludable** (con espacios destinados al ejercicio físico como las ciclovías, los gimnasios al aire libre, el traslado hasta el empleo en bicicleta, la pedestrianización de los centros urbanos),
- **la ciudad pujante y emprendedora** (donde es posible trabajar y emprender por el empuje ciudadano que existe, por la posibilidad de generar sinergias entre el Estado, el sector privado y la sociedad civil, por el acompañamiento y las oportunidades financieras que brinda la ciudad),
- **la ciudad de la diversidad**. (exaltación del espíritu cosmopolita ligado a las nociones de “apertura mental”, “heterogeneidad”, “libertad”, “diversidad cultural”, “diversidad sexual”).
- **la ciudad que experimenta e innova** (ciudad del conocimiento y la creatividad).<sup>65</sup>

La ciudad creativa es una ciudad que **innova** por esta forma de ser y de hacer ciudad, y porque en ella misma se generan innovaciones de muy distinto tipo (desde las más económicas a las más sociales). Un proyecto o iniciativa que se enmarque en cualquiera de estos mensajes es considerado un buen ejemplo de ciudad creativa.

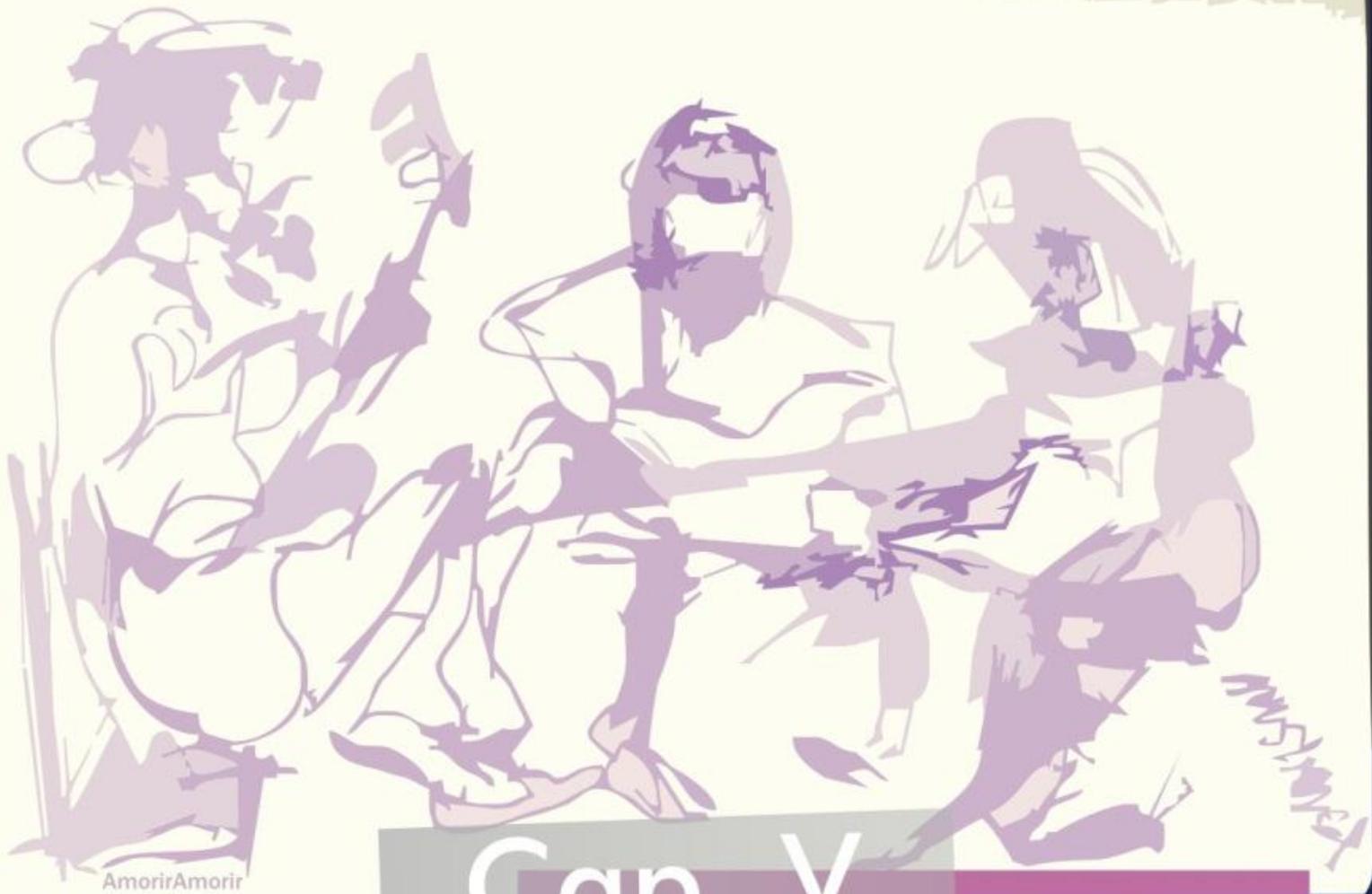
**Asimismo, se plantea una visión atractiva de la ciudad, del espacio público, y de lo urbano.**

En el discurso de la ciudad creativa existe un fuerte énfasis en transformar aquellos espacios urbanos abandonados o deteriorados en espacios que motiven su visita, su recorrido, su disfrute. Una ciudad más atractiva visualmente es una ciudad que favorece una mejor calidad de vida, motiva y activa a sus ciudadanos, genera una imagen externa positiva, atrae flujos turísticos, posibilita nuevas inversiones, y permite desencadenar distintos procesos ligados a la creatividad en pos de la innovación.

Si bien se hace referencia a “la ciudad” como una entidad física e integrada, no es toda la ciudad física la que se proyecta, sino solo una parte de la ciudad. **La metrópolis, la ciudad que ha sido transformada, la ciudad patrimonial, la ciudad anfiteatro, los barrios bohemios, la ciudad universitaria.** No así la ciudad periférica, la ciudad de la pobreza y la marginación. Excepto el caso de Medellín donde muchas de las intervenciones se dieron en barrios marginales de la ciudad.

---

<sup>65</sup> <http://w2.bcn.cat/icaec2014/es/ejes-tematicos>



## Cap. V

# CONCLUSIONES

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

La ciudad creativa constituye un discurso emanado del ámbito urbano y británico. La mayoría de los autores que refieren a la ciudad creativa son arquitectos, consultores, comunicadores sociales, y alcaldes.

La mayoría de los documentos constituyen recetas y manuales para estimular la creatividad o bien “experiencias aprendidas” de ciudades que convergen con los temas de la ciudad creativa. De esta forma, el discurso se construye a la manera de un “pac-man” atrapa ejemplos y casos exitosos, sin contextualizar y justificar los casos que se mencionan. Toda iniciativa o proyecto vinculado con lo socio-cultural, lo comunitario, lo ambiental y lo urbano es bien recibido bajo el paraguas de la ciudad creativa. Ésta forma de construir el relato posee un efecto contagioso y activador de iniciativas en la escala local.

El caso más analizado es Barcelona, pero desde el punto de vista de la transformación urbana evidenciada.

Es difícil encontrar un marco teórico sobre ciudad creativa a excepción del trabajo de Metzger y de Hall (quien se dedicó a analizar casos históricos de ciudades artístico-culturales). No obstante, es un discurso donde se retoman distintos conceptos teóricos de autores como De Bono, Melucci, Harvey, Sassen y Touraine, pero lo hacen de manera descontextualizada y pasando por alto la intencionalidad crítica y el rigor científico de los autores.

Por otro lado, abundan los documentos acerca de los usos de la cultura en el capitalismo contemporáneo y las transformaciones urbanas que evidenciaron distintas ciudades desde la década de 1980 en adelante.

No obstante, cabe reconocer que la “ciudad creativa” es una **imagen metafórica** atractiva y que tiene el poder de llegar a grandes segmentos de la población sin el rigor y el distanciamiento que impone la teoría, y que reúne una serie de temas de gran importancia para comprender la configuración de muchas ciudades contemporáneas. En éste sentido, deja la puerta abierta a lecturas más profundas, más teóricas y más críticas.

Las iniciativas que recoge el discurso de la ciudad creativa se enmarcan en un nuevo contexto socio-cultural y tecnológico acerca del cual cabe efectuar algunas consideraciones finales.

### ***Con respecto a las industrias creativas, la clase creativa y los clusters creativo-culturales***

Las nociones de “industrias creativas” y “clase creativa” son ampliamente cuestionadas por sus bases británicas y orientadas a la mercantilización de la cultura y el arte, por un lado, y por tratarse de un discurso sin evidencia empírica comprobable, por el otro.

Para Fonseca Reis (2008) *“Es innegable que parte de la atención que despierta la economía creativa tiene su base en las estadísticas de impacto económico divulgadas por el sector, tal como ocurrió como resultado del caso británico.”* (Fonseca Reis, 2008: 20) Sin embargo, la economía creativa ha recibido una serie de cuestionamientos. En temas de estadísticas no hay consensos por países, porque el propio concepto de economía e industrias creativas está en debate. Por lo tanto, ¿cómo se mide al sector? y ¿qué se está comparando por países si no hay

un consenso sobre el *qué* y *cómo* medir? Ni siquiera hay consenso sobre el concepto mismo de industrias creativas, ¿qué son?, ¿qué sectores abarcan? Ante esta situación Fonseca Reis (2008: 21) propone debatir el *qué medir* en lugar del *cómo medir*.

Con respecto a la generación de empleo, la alteración de los eslabones de conexión entre la cultura (desde las artes hasta el entretenimiento) y la economía, abre potencialmente un abanico de oportunidades económicas basadas en acciones creativas. *“Al apoyarse sobre la creatividad individual, permitir la formalización de pequeños negocios y presentar pocas barreras de ingreso, la economía creativa promovería la generación de ingresos y trabajo.”* (Fonseca Reis, 2008: 28) Afirma Fonseca Reis (2008) *“La promoción de las micro y pequeñas empresas (incluyendo las individuales) proveedoras o distribuidoras de productos y servicios ofrece un canal de inclusión económica y de actuación en mercados diferenciados, **aportando agilidad y capilaridad a toda la economía.**”*<sup>66</sup> (Fonseca Reis, 2008: 32,33; UNCTAD, 2010: 40)

Sin embargo, de acuerdo a Méndez et al (2012) *“Más allá de la difusión del concepto, la importancia relativa de las industrias creativas como generadoras de empleo es aún muy modesta.”* (Méndez et al, 2012: 8) *“Según la delimitación propuesta por la Unctad (2008), la economía creativa en España integra 64.484 empresas (3,70% del total) y genera 706.871 empleos (4,06% del total) al iniciar el año 2009 (Cuadro 2). En términos comparativos, esa cifra resulta similar, por ejemplo, a la del sector educativo (742.867 empleos), pero no llega a representar ni la mitad de las ocupaciones en el sector de la construcción (1,56 millones). (Méndez et al, 2012: 17)*

Sin embargo, Fonseca Reis (2008) también reconoce las barreras que existen para implementar este esquema económico. La gran barrera de ingreso son las condiciones materiales de existencia y la educación, la brecha tecnológica y digital. *“Si el desarrollo implica libertad de elecciones (SEN, 2004), entonces, la libertad de acceso a las informaciones, al conocimiento y a los contenidos creativos que posibiliten el ejercicio de la elección pasan a ser condición inequívoca para el desarrollo.”* (Fonseca Reis, 2008: 41) Y cita el caso de la India como ejemplo de lo que quiere explicitar. *“...ya que el 70% de la población de India vive por debajo del umbral de la clase media. (...) Con una población de 1,2 mil millones de habitantes, India tan sólo puede seguir una estrategia de desarrollo que conecte empleo en amplia escala con temas globales, tal como el ambiente y las políticas de desplazamiento cultural.”* (Ramanathan en Fonseca Reis, 2008: 28)

De acuerdo a Méndez et al (2012) *“En primer lugar, se trata de actividades intensivas en el uso del conocimiento y con una demanda creciente a escala internacional, lo que parece asegurar su capacidad para generar empleo y valor añadido en el próximo futuro, junto con su efecto multiplicador sobre otras actividades.”* (Méndez et al, 2012: 8) Es decir, más allá de la generación de empleos creativos *per se* existe un segundo objetivo como lo advierte Yúdice (2008) al referirse al aporte de lo “multi” en el ámbito urbano.

---

<sup>66</sup> La negrita es nuestra.

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

La crítica de Yúdice (que es la principal crítica a la ciudad creativa que realizan la mayoría de los autores) consiste en la **gentrificación**. De acuerdo al autor, *“la transformación de Nueva York supuso una “higiene urbana” que echó a la bohemia y la desplazó a la “jungla asfaltada” a las familias de bajos ingresos, entre ellos una mayoría de puertorriqueños que vivía en Manhattan. Una estrategia de mercadotecnia que limpiaría a la bohemia y al bajo mundo neoyorquinos a las mean streets, por las cuales tenía fama e infamia.”* (Yúdice, 2008)

**Se observa un fuerte imperativo por atraer, por gustar, por encantar, impulsado por la competencia internacional de ciudades en pos del turismo, de ganar visibilidad, y poder expandir la frontera de contactos y oportunidades económico-comerciales. Si el foco de las políticas públicas es la estética por encima de la ética, y por encima de un proyecto inclusivo y ciudadano, entonces no hay ciudad ganada sino entregada al mercado. En todo caso habrá una ciudad embellecida para determinados sectores de la sociedad.**

La ciudad creativa no puede ser únicamente una ciudad pensada para la “clase creativa” a la que alude Florida o para las clases medias, ya que se sustenta en un modelo de desarrollo urbano exclusivo y excluyente, como aquella ciudad o territorio que se piensa únicamente para el turismo.

Retomando las palabras de Lerner (quien fue alcalde de Curitiba en reiteradas oportunidades), *“la ciudad es como el caparazón de una tortuga”. “El mejor ejemplo de calidad de vida es la tortuga, porque vive, trabaja y se mueve en simultáneo. Al mismo tiempo el casco de la tortuga tiene el diseño de una tesitura urbana. ¿Qué puede ocurrir si cortáramos el casco de la tortuga? Vivir aquí, trabajar allí, el ocio allá. La tortuga se va a morir. Es exactamente lo que estamos haciendo con nuestras ciudades. Vivir aquí, trabajar allí. Guetos de gente muy rica, guetos de gente muy pobre. Estamos matando a la ciudad. La ciudad es un organismo que cuanto más se mezcla ... ingresos, edades, funciones, más humana la ciudad se queda.”* (Palabras de Lerner en TED X Buenos Aires, 2011)

### **Con respecto a la cultura de la creatividad para actuar y operar**

La transformación urbana tiende a revalorizar el espacio público, recuperando el vínculo de la ciudad con los cuerpos de agua (caso Barcelona y Rosario), mejorando las plazas y creando nuevos parques urbanos.

La ciudad creativa se prepara para el **disfrute y el tiempo libre** de crecientes sectores de la sociedad a través del acondicionamiento y transformación del espacio público y la intervención de la cultura.

Asimismo, como quedó demostrado, en este contexto hay una búsqueda y una hípervaloración de las **identidades locales y de las interacciones humanas**, lo cual es importante porque establece una distancia con los “no lugares” de la globalización (espacios del anonimato como los aeropuertos).

Sin embargo, hay una reiteración de patrones espaciales en los casos analizados (como el gusto por los barrios bohemios, la recuperación de los frentes costeros, la creación de parques urbanos, la construcción de grandes equipamientos culturales, playones para skaters y ciclovías) que lleva a **cuestionar este modelo por la internacionalización y masificación de una estética urbana de raíces estadounidenses, británicas, y barcelonesas**. Esto es muy importante y se relaciona con la **escala** y el **carácter** de los lugares que se pretende conservar: *¿todos los lugares deben seguir el mismo modelo?*.

Por otro lado, si bien la transformación física de las ciudades es importante, no es suficiente para transformar cualitativamente a la ciudad. Al decir de Lynch, una obra arquitectónica que no construya actividad humana, se aísla en la estructura urbana y divide. Se trata de buscar aquellas estrategias capaces de reconstruir y fortalecer el **tejido social**. Para ello, es fundamental la intervención del Estado en tanto facilitador de espacios urbanos dedicados al tiempo libre de las personas. Espacios donde pueden convivir distintos sectores sociales, aún aunque los sectores y los horarios de uso y disfrute de estos espacios no coincidan. **Espacios públicos bien mantenidos y embellecidos**, capaces de actuar como nodos, es decir, como atractores de actividad humana. Desde esta perspectiva, el espacio público siempre va a ser más inclusivo y constructivo que los espacios de consumo que propone el mercado. El Estado debe promover el uso y apropiación del espacio público por parte de la ciudadanía.

Uno de los grandes aportes de este nuevo contexto socio-cultural y económico reside en el hecho de concebir la ciudad no solo para un mercado externo (los consumidores potenciales de la ciudad, ya sea turistas, inmigrantes, estudiantes, empresarios, etc.) sino también para los habitantes. Esto es algo que también está presente en el discurso de la ciudad creativa. *“Una ciudad que atrae a los habitantes seguramente atraerá a los turistas”*. Esta **vuelta de la economía y la gestión urbana sobre los habitantes** genera oportunidades y desafíos.

Otro aspecto a destacar de los casos analizados es el rol activo de los ciudadanos en la construcción de la ciudad, y el énfasis del discurso en la **participación ciudadana**. El mecanismo que subyace a este proceso es reflexivo, ya que implica volverse sobre los territorios en los que se habita, “mirarse al espejo” como ciudad, como territorio, revalorizando distintos aspectos identitarios, cada vez más intangibles y cotidianos.

En territorios donde la sociedad está fragmentada y desactivada, muchos de los proyectos a los que alude la ciudad creativa (vinculados con la cultura, el espacio público, y los proyectos colectivos) pueden irrumpir y colaborar en fomentar un mayor empuje ciudadano y una mayor cohesión social.

En este proceso, existen **refugios de sentido** clave de donde bebe el marketing y desde donde actúan los ciudadanos, tales como: la cuadra donde se jugaba de niño, la plaza de los amores, la estación donde se esperaba el ómnibus para ir al trabajo, o el patio de la escuela. Cabe destacar que dichos refugios de sentido son absolutamente subjetivos, y no pueden generalizarse a toda la población. En todo caso, cada rincón de la ciudad tendrá distintos significados para distintas personas, reuniendo a distintos grupos sociales. Desde la gestión

pública se debe tratar por todos los medios de resguardar y fortalecer estos significados, porque son los que mantienen unidos y arraigados a los grupos sociales, proyectándolos. Es un componente más, y no menor, que debe tenerse en cuenta en el momento de la toma de decisiones urbanas.

Por otro lado, se considera positivo el énfasis en lo recreativo y en elevar los niveles de actividad física y sustentabilidad urbana.

También cabe destacar el llamamiento a la acción y a abandonar la crítica, y la consideración de que toda persona puede ser más creativa de lo que es, siendo el contexto una parte importante e influyente en las potencialidades creativas de las personas y de las ciudades.

La tendencia a valorar **lo intangible, lo experiencial y lo cotidiano**, así como a tener una visión más desprejuiciada y tolerante en términos culturales (rasgo más propicio de encontrar en las nuevas generaciones y en subjetividades que valoran la cultura), se cree es una externalidad muy positiva de éste momento histórico. En este sentido, también cabe destacar el gusto por la **experimentación y la curiosidad**, motivado por los avances científico-tecnológicos.

Los vínculos entre creatividad y cultura que se están produciendo en estas ciudades más allá de lo económico (a partir de la transformación que en ellas mismas comenzaron a darse, y que ellas mismas promovieron), no están del todo estudiados y esclarecidos. Una de las inquietudes que surgieron es, por ejemplo, qué sucede en el caso de los jóvenes que van a estudiar a estas ciudades y que vuelven renovados a sus pueblos de origen, con un bagaje de conocimientos y de concepciones acerca de la sociedad y del hombre, que les permite “tener mucho para contar y para hacer”, así como para reflexionar. ¿Se adaptan a sus contextos de origen?, ¿promueven cambios?, ¿o desean volver a la ciudad al no poder adaptarse a los ritmos de sus lugares de origen?

**La Patagonia, definida como inhóspita y mística, se ha vuelto asiento de y ha generado muchas de estas subjetividades a las que alude Florida que reconstruyen los lugares a partir del capital “experiencial” incorporado que poseen.**

Algunos de los beneficios secundarios de este contexto creativo, tecnológico y cultural podría ser la “activación” de los lugareños al promover nuevas dinámicas locales. Por ejemplo, a través de la apertura de una radio local o la organización de movimientos ciudadanos en pos de la defensa de los recursos naturales locales. Pero, por otro lado, también pueden ocurrir procesos no tan beneficiosos para las comunidades receptoras, tales como el convertir a estos lugares en meros “escenarios” de vida sin involucrarse con estas comunidades (migración de amenidad) o incluso, transformar a estos lugares con parámetros urbanos (negocios abiertos las 24 hs., más lugares de esparcimiento, más promoción e intervención en el paisaje).

Es decir, a pesar de la cooptación que el mercado ha hecho de los lugares y de muchos espacios de resistencia, se cree que en la “sociedad del conocimiento” como se denomina a la sociedad actual, hay condiciones propicias para el **desarrollo una ciudad más humana y más creadora de sentido, a partir de propiciar instancias de encuentro, de diálogo, y de reflexión,**

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

emanadas desde el Estado como desde la misma sociedad civil y los sujetos individuales. La **reflexión-acción** (dimensión cognitiva) es un aspecto clave de este nuevo contexto, promovido desde distintas ciudades globales y creativas.

El escenario socio-cultural contemporáneo abre la puerta a una nueva forma de relacionarse con el otro, **más abierta y cosmopolita y menos prejuiciosa**. Desde esta perspectiva, una combinación adecuada de espacio público (a la manera de Arendt), juventud, acceso a nuevas tecnologías, y valores como la tolerancia y el interés por comprender al otro sin segregar, pueden crear iniciativas muy poderosas en pos de la transformación social.

Otro concepto importante que enfatiza el discurso de la ciudad creativa es el de **“efectos transversales”**. Los impactos territoriales pueden ser de muy variado tipo, pero particularmente interesan: la construcción de tejido socio-cultural y emprendedor; el estímulo de la creatividad a través del desarrollo de habilidades mentales y reflexivas; las externalidades en el orden de la construcción de ciudadanía; la inclusión social, el acceso a la cultura y la educación por parte de los sectores más desfavorecidos de la sociedad; y las externalidades ambientales o ecológicas a escala urbana.

En relación al gobierno de la ciudad, uno de los aspectos positivos es la **visión integral** de la ciudad, frente a una larga trayectoria de gobernar la ciudad por áreas y parcialidades. Se requiere la vinculación entre las diferentes áreas de gobierno: cultura, al deporte o recreación, medio ambiente, comunicación, espacios públicos (espacios verdes), turismo, educación, salud, entre otras. El aspecto conectivo y comunicativo que exalta la ciudad creativa es muy positivo.

Ya sea para posicionar la ciudad bajo una determinada marca (como puede ser “la ciudad creativa”) o tan solo para mejorar la calidad de vida urbana, se requiere del esfuerzo y compromiso de los múltiples actores urbanos. La **inter-institucionalidad** es una externalidad positiva dentro del modelo de desarrollo urbano que plantea la ciudad creativa.

Cabe destacar el énfasis en la mayor fluidez de parte del Estado, facilitando la concreción de las acciones, en el esfuerzo por desarmar los altos niveles de **burocracia** que ha caracterizado al Estado.

Más allá del discurso y focalizando en los casos, se cree que la temática sobre las ciudades creativas debe ser contextualizada. Hay distintas escalas de ciudades creativas, desde las más cosmopolitas y urbanizadas como Rosario, Barcelona y Valparaíso hasta ciudades con de una magnitud mucho menor, como General Roca en el contexto del Alto Valle de Río Negro, Bariloche o San Martín de Los Andes en el caso de la cordillera patagónica, que poseen éstas características y que amerita su estudio.

### **Experiencias que se van aprendiendo desde la gestión pública y privada**

Uno de los objetivos de la presente investigación era redactar criterios de intervención para emprender en el campo turístico-recreativo. Producto de los tres años de investigación y de las experiencias que se van adquiriendo en el ámbito privado y en la gestión pública<sup>67</sup>, cambió la percepción sobre el turismo y la recreación. Ya no se pretende redactar “criterios de intervención” sino más bien brindar consideraciones generales para animar a los jóvenes colegas a emprender en sus respectivos ámbitos de trabajo, ya que la ciudad creativa implica emprender.

Los casos analizados en la presente investigación difieren notablemente de la realidad de muchos ámbitos de trabajo de Patagonia. Es difícil emprender en Patagonia. Por esto mismo, más que redactar soluciones mágicas o recetas inaplicables, se pretende compartir algunas consideraciones que se van aprendiendo en el camino, desde la perspectiva de un gobierno local de Patagonia.

Si bien son consideraciones básicas, está pensado para todos aquellos que desde “los múltiples y pequeños espacios” del turismo y la recreación observan que las cosas pueden realizarse de forma diferente. Para quienes se cansaron de la burocracia y de las trabas. Para quienes tienen una idea. Para quienes aún no tienen una idea pero simplemente se cansaron, se aburririeron, y están empezando a ver todo negativo.

**ANIMARSE Y EMPEZAR.** Lo importante es dejar a un lado la queja y la falta y empezar. Hay que abandonar los “No” y los “Sí, pero”. Más aún en el contexto del sector público. Siguiendo a Fajardo, cada vez que se quita un pedazo al No, hay que dar a conocer una acción positiva y concretada.

**DAR SIN ESPERAR RECIBIR (AL MENOS EN EL CORTO PLAZO).** Muchas veces la gente opera siguiendo un pensamiento muy calculador imponiendo condiciones, del tipo: “*voy a hacer esto si, y solo si, me pagan*”. Muchas veces, sobre todo al comienzo del proceso, es fundamental dar, incluso de más, ya que está en nosotros el potencial para cambiar la realidad.

**IMPLICAR.** Es un proceso que requiere de terceros y se enriquece con terceros. Por lo tanto es imprescindible sumar adeptos. Además, es un proceso en donde los éxitos y los fracasos se comparten “entre todos”. La observación de los logros, luego de un proceso que suele ser arduo porque implica derribar muchas barreras, trae consigo enormes satisfacciones que sirven de estímulo para nuevas oleadas de acciones. En el caso del turismo, existe una gran cantidad de personas por implicar. Más aún si se piensa en el turismo como una compleja tecnología social, más aún en destinos turísticos emergentes, más aún en Patagonia.

Si bien es importante sumar adeptos al proceso de cambio, hay algunas personas que deben tener ciertos atributos claves: optimismo, capacidad de concretar las acciones, voluntad / empuje, sueños, ideas o proyectos. Es fundamental lograr tener ambos motores: por un lado

---

<sup>67</sup> Trabajo desempeñado en el Centro de Informes Turísticos de la Ciudad de Cipolletti, Río Negro.

los ideales y sueños que nos llevan a crear situaciones potenciales y, por otro lado, tener la capacidad de ir concretando progresivamente las acciones para emprender el proyecto. Si no logramos concretar micro – acciones, corremos el riesgo de frustrarnos porque no logramos materializar el proyecto.

**PASO A PASO.** Otro punto importante a tener en cuenta es no pretender hacer el cambio de hoy para mañana. Es un proceso que se construye con una serie de micro-acciones cotidianas y con mucha paciencia. Emprender desde la gestión pública, muchas veces implica encontrarse día a día con personas que poseen un esquema de pensamiento anacrónico, incluso escaso de formación, experiencia y profesionalismo. El arte y objetivo del emprendedor en la gestión pública es aprender a vincularse con estas personas; de-construir prejuicios y conductas arraigadas, y aportar para construir abordajes más complejos de la realidad, a partir de pequeñas cuñas cotidianas y sutiles.

**PENSAR EN GRANDE / PONER ENFASIS SIEMPRE EN EL PROYECTO, NO EN LAS PERSONALIDADES.** Algo muy motivador es centrarse en uno, en el equipo, en el proceso, y saber que el proceso que se está llevando a cabo es algo muypreciado, muy valioso. Hay que querer el proyecto, amarlo, y cuidarlo día a día con micro-acciones. El proyecto (el horizonte deseado) debe ser la única bandera del equipo y del proceso que se está llevando a cabo.

Esta idea es fundamental. Si no logramos poner en el foco del proceso al proyecto y al proceso mismo, y ponderamos los personalismos por encima, corremos serio riesgo de fracasar. Se trata de apostar por algo que es superior a cualquier personalidad. Cuando se logra involucrar a un grupo de personas en torno a un proyecto determinado, el mismo proyecto genera la energía para continuar.

**PRUEBA, ERROR, PERSEVERANCIA.** Cada equipo irá delineando su propia forma de trabajo. En el camino se van testeando alternativas, algunas más exitosas que otras. Es fundamental ser perseverante teniendo como meta el horizonte deseado del proyecto.

**PROCURAR BUEN CLIMA LABORAL.** Debe lograrse un buen clima de trabajo a pesar de las debilidades y fallas que todos tenemos y a pesar de las dificultades. Hay que lograr disfrutar del tiempo de trabajo compartido, de lo contrario es muy difícil lograr el arranque inicial. En general, trabajar con buena música, organizar salidas fuera del horario laboral para distenderse, suelen ser grandes ingredientes de la ecuación.

**MOTIVAR.** Es importante que cada uno de los participantes tenga su espacio y sepa que es una pieza fundamental del proceso. Hacerlo saber hacia el interior del grupo y hacia terceros es muy importante porque favorece la autoestima, desafía, y estimula la adquisición progresiva de nuevas habilidades.

**DAR A CONOCER LOS LOGROS.** Cada logro debe darse a conocer y debe ser celebrado.

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

**REALIZAR EVENTOS CATALIZADORES.** Hay que aprovechar las oportunidades. Hay situaciones que permiten aglutinar al grupo detrás de un objetivo y esto es muy positivo, ya que se optimizan los esfuerzos, se generan importantes logros y satisfacciones.

**APOSTAR POR LA CULTURA Y EL ESPACIO PÚBLICO.** Concebidos como ámbitos de participación y construcción ciudadana.

Por último, se recomienda: dormir bien, hacer actividad física, obligarse a tener momentos de distensión (ya que deben existir los momentos de trabajo y los momentos de distensión), sentirse bien. Sólo cuando uno se siente bien, puede dedicarle toda la energía a un proyecto.



# BIBLIOGRAFIA

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesis: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

### **Bibliografía**

AZUA, JON (2006) *Territorios Inteligentes y Economías Creativas*. Presentación en Power Point. Bilbao. Buscador Google. Sitio Web: [http://enovatinglab.com/archivos/documentos/publicos/inteligentes\\_2011\\_04\\_04\\_17\\_16\\_23.pdf](http://enovatinglab.com/archivos/documentos/publicos/inteligentes_2011_04_04_17_16_23.pdf) Disponible en Línea. Día de Consulta: 02 de Junio de 2012. 32 p.

BAILEY BERGAMIN, GINO (feb2012) "El quiebre de la Barcelonización para Valparaíso" Recuperado el [FECHA ACTUAL] del sitio web de Rev. Eltopo <http://www.eltopo.cl/el-quiebre-de-la-barcelonizacion-para-valparaiso>

BARBINI, BERNARDA et al (2011) "*Gobernanza y Turismo: Análisis del Estado del Arte*". En: Moss et al (2011) *Simposio Internacional "Gobernanza y Cambios Territoriales. Experiencias comparadas de migración de amenidad en las Américas."* Pucón, Chile. 292 p.

BARRADO TIMÓN, DIEGO (2010) *Gran ciudad y turismo en la transición postindustrial: nuevos y viejos procesos, nuevas y viejas teorías. El ejemplo del área metropolitana de Madrid*. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona. ISSN: 1138-9788. Vol. XIV, núm. 317. Buscador Google. Sitio Web: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-317.htm> Disponible en Línea. Día de Consulta: 07 de Septiembre de 2011.

BRIGUET, DANIEL (2000) *Fantasmas de lo nuevo*. En Espejo Retrovisor. Revista Vasto Mundo. Nº 18. Rosario: Secretaría de Cultura y Educación de la Municipalidad de Rosario. 64 pp.

CASAS, JOAN GANAU (S/R) *Ciudades creativas y metrópolis culturales. Un análisis comparativo entre Barcelona, Philadelphia y Montréal*. Universidad de Lleida. Buscador Google. Sitio Web: [www.geogra.uah.es/web\\_11\\_cig/cdXICIG/docs/.../com-P1-34.pdf](http://www.geogra.uah.es/web_11_cig/cdXICIG/docs/.../com-P1-34.pdf) Disponible en Línea. Día de Consulta: 30 de Octubre de 2012 19p.

CASSIÁN YDE, NIZAIÁ (2012) *De qué está hecha una ciudad creativa. Una propuesta para abordar la cultura, el ocio y la creatividad en la urbe contemporánea*. Athenea Digital. Vol. 12. Nº 1. Buscador Google. Sitio Web: <http://www.raco.cat/index.php/Athenea/article/view/250922> Disponible en Línea. Día de Consulta: 13 de Diciembre de 2012. 169 a 190 p.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (2008) *Creative Britain. New Talents for the New Economy*. Buscador Google. Sitio Web: [webarchive.nationalarchives.gov.uk/+/...culture...](http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+/...culture...) Disponible en Línea. Día de Consulta: 19 de Julio de 2012. 81 p.

DIAZ MARCHI, DANIELA (2009) *La Cultura como Instrumento de Recualificación Urbana*. Buscador Google. Sitio Web: S/R Disponible en Línea. Día de Consulta: 04 de Junio de 2011. 15 p.

FLORES, DANIEL (2011) *Efecto Bilbao. Una ciudad para el premio Nobel*. Diario La Nación Edición Impresa. Sección Turismo. Domingo 10 de Abril de 2011. Pág. 6 y 7.

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

FONSECA REIS, ANA CARLA coordinadora (2008) *Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. Garimpo de Soluções. Lei De Incentivo A Cultura. Ministério Da Cultura. São Pablo: Observatório Itaú Cultural. 277 p.

FONSECA REIS, ANA CARLA y KAGEYAMA, PETER organizadores (2009) *Creative City Perspectives*. São Pablo: Garimpo de Soluções y Creative Cities Productions. 1st Edition. Buscador Google. Sitio Web: <http://colunistas.ig.com.br/monadorf/files/2010/03/Creative-City-Perspectives.pdf> Disponible en Línea. Día de Consulta: 18 de Abril de 2012. 155 p.

GALO, IGOR (2011) *Bilbao, más que un museo*. Diario El Comercio. Edición Impresa. Sección Vamos!. Martes 26 de Abril de 2011. Pág. 16 y 17.

GARCIA CANCLINI, NESTOR (2004) *Diferentes, Desiguales, Desconectados*. Barcelona: Ed. Gedisa. 215 pp.

GARCIA, BEATRIZ (2004) *Reinventando Glasgow como Ciudad Europea de la Cultura. Impactos en turismo cultural (1986-2000)*. Capítulo I. En Font Sentias, J. (coord.) Casos de Turismo Cultural. De la planificación estratégica a la gestión del producto. Barcelona: Ed. Ariel. PP. 31 a 56

GÓMEZ, MARIA (1998) *Reflective Images: The Case of Urban Regeneration in Glasgow and Bilbao*. Oxford: Joint Editors and Blackwell Publishers. Buscador Google. Sitio Web: <http://www.scholars-on-bilbao.info/fichas/1MVictoriaGomezIJURR1998.pdf> Disponible en Línea. Día de Consulta: 8 de Febrero de 2012. PP. 106 a 121

HALL, PETER (2010) *The Age of the City: The Challenge for Creative Cities*. Capítulo IV. En Ooi y Yuen (2010) "World Cities: Achieving Liveability and Vibrancy". Ed. World Scientific. Pp. 47 a 70.

HELGESEN, SALLY (2010) *Charles Landry knows what makes cities great: Distinction, Variety, and Flow*. En Revista Strategy+Business. New York: Booz&co. Buscador Google. Sitio Web: <http://www.examiner.com/article/charles-landry-knows-what-makes-cities-great-distinction-variety-and-flow> Disponible en Línea. Día de Consulta: 25 de Noviembre de 2012. 12 p.

HERNANDEZ, TULIO Y QUEVEDO, LUIS ALBERTO (2010) *La ciudad desde la cultura, la cultura desde la ciudad*. Buscador Google. Sitio Web: [www.oei.es/euroamericano/Tulio.pdf](http://www.oei.es/euroamericano/Tulio.pdf) Disponible en Línea. Día de Consulta: 10 de Mayo de 2011. 24p.

HOLDEN, JOHN (2007) *Publicly-funded culture and the creative industries*. Arts Council England. Londres: Ed. Demos. Buscador Google. Sitio Web: [http://demos.co.uk/files/Publicly\\_Funded\\_Culture\\_and\\_the\\_Creative\\_Industries.pdf](http://demos.co.uk/files/Publicly_Funded_Culture_and_the_Creative_Industries.pdf) Disponible en Línea. Día de Consulta: 13 de Mayo de 2012 48 p.

KNELL, JOHN Y OAKLEY, KATE (2007) *London's Creative Economy: An Accidental Success?* Provocation Series. Vol. 3 Nº 3. Londres: The Work Foundation. Buscador Google. Sitio Web:

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

[http://www.integreatplus.com/sites/default/files/creative\\_London.pdf](http://www.integreatplus.com/sites/default/files/creative_London.pdf) Disponible en Línea.  
Día de Consulta: 9 de Junio de 2012. 29 p.

KUNZMANN, KLAUS R. (2011) *The Creative City Fever in Europe. Potentials and Limits of Promoting Creative Cities and Creative and Cultural Industries*. Presentación realizada en Ljubljana. International Conference Creative Cities: Possibilities, Policies and Places. Second Chance. Buscador Google. Sitio Web: [http://www.creativecitiesproject.eu/en/meeting/2011/06/Ljubljana\\_Event\\_Report.pdf](http://www.creativecitiesproject.eu/en/meeting/2011/06/Ljubljana_Event_Report.pdf)  
Disponible en Línea. Día de Consulta: 9 de Diciembre de 2012. 45 diapositivas.

LABORATORIO DE INDUSTRIAS CULTURALES (2006) *La Medición de la Economía Cultural en la Argentina: Informe Diagnóstico*. Secretaría de Cultura de la Nación. República Argentina. Buscador Google. Sitio Web: <http://lic.cultura.gov.ar/investigaciones/medicion/> Disponible en Línea. Día de Consulta: 04 de Julio de 2012. 81 p.

LACARRIEU, M. y ÁLVAREZ, M. (2008) *La plaza y la caverna. Dilemas contemporáneos de la gestión cultural*. En Lacarrieu, M. y Alvarez, M. (compiladores) *La (Indi)gestión cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía. PP. 11 a 30.

LANDRY, CHARLES (S/R) *Lineages of the Creative City*. Buscador Google. Sitio Web: [https://www.google.com.ar/search?q=Lineages+of+the+Creative+City&rlz=1C1GGGE\\_esAR483AR485&oq=Lineages+of+the+Creative+City&aqs=chrome..69i57j0l2.742j0j4&sourceid=chrome&espv=210&es\\_sm=93&ie=UTF-8](https://www.google.com.ar/search?q=Lineages+of+the+Creative+City&rlz=1C1GGGE_esAR483AR485&oq=Lineages+of+the+Creative+City&aqs=chrome..69i57j0l2.742j0j4&sourceid=chrome&espv=210&es_sm=93&ie=UTF-8) Disponible en Línea. Día de Consulta: 14 de Mayo de 2012. 13 p.

LANDRY, CHARLES et al (1996) *The Art of Regeneration. Urban Renewal through Cultural Activity*. Londres: Comedia. Buscador Google. Sitio Web: <http://www.combined-arts.com/wp-content/uploads/2012/07/indonesia-charleslandry-artofregeneration.pdf> Disponible en Línea. Día de Consulta: 15 de Julio de 2012. 101 p.

LANDRY, CHARLES Y BIANCHINI, FRANCO (1995) *The Creative City*. Londres: Editorial Demos y Comedia. Buscador Google. Sitio Web: <http://www.demos.co.uk/files/thecreativecity.pdf>  
Disponible en Línea. Día de Consulta: 15 de Octubre de 2011. 60 p.

LAZZERETTI, LUCIANA (2003) *City of Art as a High Culture Local System and Cultural Districtualization Processes: The Cluster of Art Restoration in Florence*. En International Journal of Urban and Regional. Vol. 27 N° 3. Buscador Google. Sitio Web: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1468-2427.00470/abstract> Disponible en Línea. Día de Consulta: 10 de Noviembre de 2011. PP. 635-648

LUCO, JAVIERA Y BUITRAGO, FELIPE (2010) *Una Ventana a la Economía Creativa de Valparaíso: Estructuras y Dinámicas de Agregación de Valor*. Programa Industrias Creativas Valparaíso. Corfo. Buscador Google. Sitio Web:

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesisista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

[http://issuu.com/industriascreativasvalparaiso/docs/una\\_ventana\\_a\\_la\\_economia\\_creativa\\_de\\_valparaíso](http://issuu.com/industriascreativasvalparaiso/docs/una_ventana_a_la_economia_creativa_de_valparaíso) Disponible en Línea. Día de Consulta: 12 de Marzo de 2013. 47p.

MIGNAQUI, ILIANA (2005) *Clusters creativos en la ciudad de Buenos Aires: estudios de cine y televisión, moda y diseño en "Palermo Hollywood" y "Palermo Soho"*. 41st ISOCaRP Congress 2005. Buscador Google. Sitio Web: [www.isocarp.net/Data/case\\_studies/686.pdf](http://www.isocarp.net/Data/case_studies/686.pdf) Disponible en Línea. Día de Consulta: 15 de Noviembre de 2012 12p.

MOCKUS, ANTANAS (2007) *Bogotá: ¿cohesión social vía innovación? Cultura ciudadana y espacio público: motivaciones y regulaciones*. Presentación realizada en el Encuentro de Representantes de Gobiernos Sub-nacionales de la Unión Europea y de América Latina. "Lecciones y experiencias del programa URB-AL" Rosario, Argentina. Buscador Google. Disponible en Línea. Día de Consulta: 14 de Octubre de 2011. 88 Diapositivas.

MONTSERRAT PAREJA, EASTAWAY (2010) *Construyendo la Barcelona Creativa: Nuevos Actores, Nuevas Estrategias*. En Finisterra. Vol. 45 Nº 90. Buscador Google. Sitio Web: [http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/2010-90/90\\_07.pdf](http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/2010-90/90_07.pdf) Disponible en Línea. Día de Consulta: 14 de Abril de 2013. PP 133 a 152

MUÑOZ MARTÍNEZ, NORBERTO y CERVANTES BLANCO, MIGUEL (2010) *Marketing de Ciudades y "Place Branding"* En Pecunia Monográfico. Buscador Google. Sitio Web: <https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/1571/3315254%5b1%5d.pdf?sequence=1> Disponible en Línea. Día de Consulta: 10 de Agosto de 2011. PP. 123 a 149

O'CONNOR, JUSTIN (2007) *The cultural and creative industries: a review of the literature*. Londres: Creative Partnership Series. School of Performance and Cultural Industries. University of Leeds. Buscador Google. Sitio Web: [http://kulturekonomi.se/uploads/cp\\_litrev4.pdf](http://kulturekonomi.se/uploads/cp_litrev4.pdf) Disponible en Línea. Día de Consulta: 07 de Junio de 2012. 71p.

OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CREATIVAS DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES (2009) *Anuario 2009 de las Industrias Creativas de la ciudad de Buenos Aires*. Buscador Google. Sitio Web: [http://oic.mdebuenosaires.gov.ar/system/contenido.php?id\\_cat=58](http://oic.mdebuenosaires.gov.ar/system/contenido.php?id_cat=58) Disponible en Línea. Día de Consulta: 08 de Abril de 2012. 206 p.

PODUJE, IVAN (2009) *"Valparaíso a la Deriva Auge y Caída de una Ciudad de Vanguardia"*. Fecha de Publicación: 28 de Abril de 2009. Atisba. Estudios y Proyectos Urbanos. Disponible en Línea. Buscador Google. Sitio Web: <http://atisba.cl/2009/04/valparaiso-a-la-deriva-auge-y-caida-de-una-ciudad-de-vanguardia/> Fecha de Búsqueda: 06 de Noviembre de 2013.

PRECEDO, ANDRES et al (2010) *Marketing de ciudades y producto ciudad: una propuesta metodológica*. Santiago de Compostela: Urban Public Economics Review. Nº 12. En: Redalyc. Buscador Google. Sitio Web: [http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612010000200001&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612010000200001&script=sci_arttext) Disponible en Línea. Día de Consulta: 10 de Octubre de 2011. PP. 13 a 39

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesis: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

PUIG, TONI (2008) *Lo digo otra vez: Se acabó la diversión*. En Lacarrieu, M. y Alvarez, M. (compiladores) *La (Indi)gestión cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía. PP. 237 a 265.

PUIG, TONI (2009) *Marca Ciudad: cómo rediseñarla para asegurar un futuro espléndido para todos*. Ira. Edición. Buenos Aires: Editorial Paidós. 288 p.

QUAGLIERI DOMINGUEZ, ALAN Y RUSSO, ANTONIO P. (2010) *Paisajes Urbanos en la Época Posturística. Propuesta de un Marco Analítico*. Vol. XIV. Nº 323. Barcelona: Scripta Nova. Buscador Google. Sitio Web: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3309394> Disponible en Línea. Día de Consulta: 17 de Agosto de 2012. PP. 741 a 798

RUBIO, SAIDA PALOU (2006) *La ciudad fingida. Representaciones y memorias de la Barcelona turística*. Universidad de Barcelona. En PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Buscador Google. Sitio Web: [www.pasosonline.org/Publicados/4106/PS020106.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/4106/PS020106.pdf) Disponible en Línea. Día de Consulta: 10 de Noviembre de 2011. 16p.

SCOTT, ALLEN (2007) *¿Capitalismo y urbanización en una nueva clave? La dimensión cognitivo-cultural*. En Tabula Rasa. Nº 006. Redalyc. Buscador Google. Sitio Web: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39600609> Disponible en Línea. Día de Consulta: 25 de Septiembre de 2011. PP. 195 a 217

SEREX (2006): *“Rehabilitación Mercado Puerto”*. Estudio de Prefactibilidad. Informe Final. Dirección de Servicios Externos. Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos. Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile. Disponible en Línea. Buscador Google. Sitio Web: <http://www.prduv.cl/fichas/obras/MejoramientoMercadoPuerto.pdf> Fecha de Búsqueda: 19 de Agosto de 2013. 197 pp.

SERRANO, PEDRO (2009) *“Valparaíso, Patrimonio Sustentable”* Revista INVI N°65/Mayo 2009/Volumen N°24:179-194. Disponible en Línea. Sitio Web: [http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-83582009000100006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-83582009000100006&script=sci_arttext)

SUBDERE (2005) *“Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso”*. Documento Conceptual de Proyecto. Disponible en Línea. Buscador Google. Sitio Web: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=554977> Fecha de Búsqueda: 19 de Agosto de 2013. 18 pp.

Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo de Chile (2004) *“Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso”*. Esquema de Proyecto presentado ante el BID. Disponible en Línea. Buscador Google. Sitio Web: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=383317> Fecha de Búsqueda: 19 de Agosto de 2013. 2 pp.

TIRONI RODO, MANUEL (2010) *¿Qué es un cluster? Geografías y prácticas de la escena de música experimental en Santiago, Chile*. En EURE. Vol. 36. Nº 109. Buscador Google. Sitio Web:

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

[http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612010000300007&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612010000300007&script=sci_arttext)

Disponible en Línea. Día de Consulta: 28 de Septiembre de 2011. PP. 161 a 187

UNCTAD (2010) *Creative Economy: A Feasible Development Option*. Buscador Google. Sitio Web: [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf) Disponible en Línea. Día de Consulta: 423 p.

WORTMAN, ANA (2009) *Entre la política y la gestión de la cultura y el arte. Nuevos actores en la Argentina Contemporánea*. Buenos Aires: Ed. Eudeba. 286 pp.

YPRODUCTIONS (2009) *La Receta de la Industria Creativa como Motor de Desarrollo y sus Contraindicaciones*. YProductions. Buscador Google. Sitio Web: <http://bookcamping.cc/referencia/634-la-receta-de> Disponible en Línea. Día de Consulta: 04 de Junio de 2012. 19 p.

YUDICE, GEORGE (2008) *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Editorial Gedisa. 475 p.

YUDICE, GEORGE (2008) *La globalización y la nueva división internacional del trabajo cultural*. En Lacarrieu, M. y Alvarez, M. (compiladores) *La (Indi)gestión cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía. PP. 31 a 61.

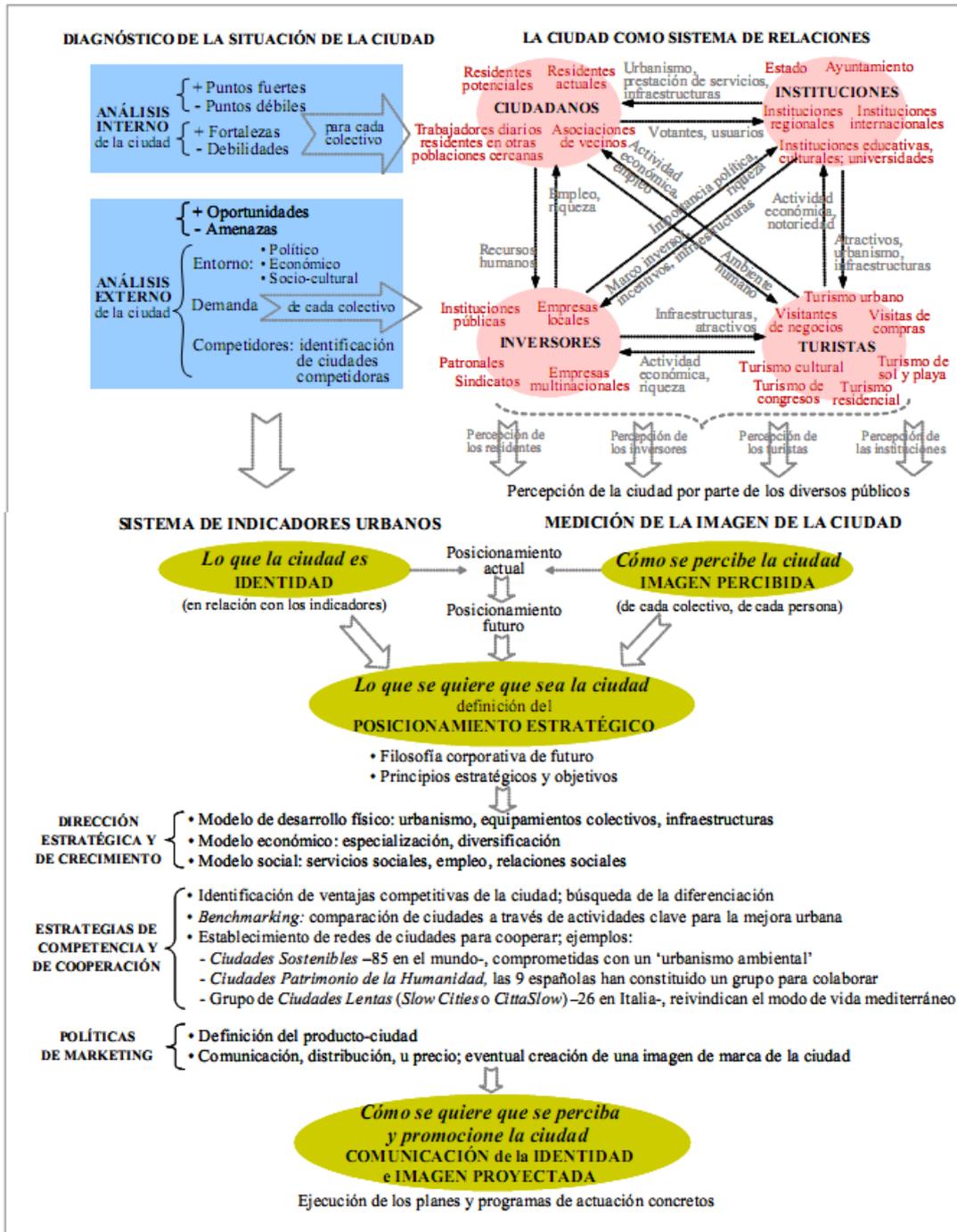
YUDICE, GEORGE (2008) *Modelos de desarrollo cultural urbano: ¿gentrificación o urbanismo social?* En Revista Alteridades. Vol. 18 Nº 36. México. Buscador Google. Sitio Web: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74716004005> Disponible en Línea. Día de Consulta: 14 de Marzo de 2012.

AmorirAmorir



# ANEXOS

**ANEXO Nº 1: Marketing Estratégico aplicado a ciudades**



Fuente: Muñiz Martínez y Cervantes Blanco (2010: 130)

## **ANEXO Nº 2:** Definiciones de Creatividad

<b>Autor</b>	<b>Definición</b>
Weithermer (1945)	"El pensamiento productivo consiste en observar y tener en cuenta rasgos y exigencias estructurales. Es la visión de verdad estructural, no fragmentada".
Guilford (1952)	"La creatividad, en sentido limitado, se refiere a las aptitudes que son características de los individuos creadores, como la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y el pensamiento divergente".
Thurstone (1952)	"Es un proceso para formar ideas o hipótesis, verificarlas y comunicar los resultados, suponiendo que el producto creado sea algo nuevo".
Osborn (1953)	"Aptitud para representar, prever y producir ideas. Conversión de elementos conocidos en algo nuevo, gracias a una imaginación poderosa".
Barron (1955)	"Es una aptitud mental y una técnica del pensamiento".
Flanagan (1958)	"La creatividad se muestra al dar existencia a algo novedoso. Lo esencial aquí está en la novedad y la no existencia previa de la idea o producto. La creatividad es demostrada inventando o descubriendo una solución a un problema y en la demostración de cualidades excepcionales en la solución del mismo".
May (1959)	"El encuentro del hombre intensamente consciente con su mundo".
Fromm (1959)	"La creatividad no es una cualidad de la que estén dotados particularmente los artistas y otros individuos, sino una actitud que puede poseer cada persona".
Murray (1959)	"Proceso de realización cuyos resultados son desconocidos, siendo dicha realización a la vez valiosa y nueva".
Rogers (1959)	"La creatividad es una emergencia en acción de un producto relacional nuevo, manifestándose por un lado la unicidad del individuo y por otro los materiales, hechos, gente o circunstancias de su vida".
Mac Kinnon (1960)	"La creatividad responde a la capacidad de actualización de las potencialidades creadoras del individuo a través de patrones únicos y originales".
Getzels y Jackson (1962)	"La creatividad es la habilidad de producir formas nuevas y reestructurar situaciones estereotipadas".
Parnes (1962)	"Capacidad para encontrar relaciones entre ideas antes no relacionadas, y que se manifiestan en forma de nuevos esquemas, experiencias o productos nuevos".
Ausubel (1963)	"La personalidad creadora es aquella que distingue a un individuo por la calidad y originalidad fuera de lo común de sus aportaciones a la ciencia, al arte, a la política, etcétera".
Freud (1963)	"La creatividad se origina en un conflicto inconsciente. La energía creativa es vista como una derivación de la sexualidad infantil sublimada, y que la expresión creativa resulta de la reducción de la tensión".
Bruner (1963)	"La creatividad es un acto que produce sorpresas al sujeto, en el sentido de que no lo reconoce como producción anterior".
Drevdahl (1964)	"La creatividad es la capacidad humana de producir contenidos mentales de cualquier tipo, que esencialmente puedan considerarse como nuevos y desconocidos para quienes los producen".
Stein (1964)	"La creatividad es la habilidad de relacionar y conectar ideas, el sustrato de uso creativo de la mente en cualquier disciplina".
Piaget (1964)	"La creatividad constituye la forma final del juego simbólico de los niños, cuando éste es asimilado en su pensamiento".

Fuente: Esquivias Serrano, 2004: 17 pp. Para mayor información, consultar el documento disponible online. ESQUIVIAS SERRANO, TERESA (2004) "Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones." Disponible en Línea.

Buscador Google. Sitio Web:

[http://132.248.192.201/seccion/bd\\_iresie/iresie\\_busqueda.php?indice=autor&busqueda=ESQUIVIAS%20SERRANO,%20MARIA%20TERESA&par=&a\\_inicial=&a\\_final=oielycdzgfjuc&sesion=&formato=](http://132.248.192.201/seccion/bd_iresie/iresie_busqueda.php?indice=autor&busqueda=ESQUIVIAS%20SERRANO,%20MARIA%20TERESA&par=&a_inicial=&a_final=oielycdzgfjuc&sesion=&formato=)

### **ANEXO Nº 3: ANÁLISIS DE LA INTRODUCCIÓN DEL INFORME CREATIVE NATION**

Si bien el documento tiene algunas otras particularidades, aquí se resaltarán los párrafos más importantes a los fines de la presente investigación.

- a) “To speak of Australian culture is to recognise our common heritage. It’s to say that we share ideas, values, sentiments and traditions, and that we see in all the various manifestations of these what it means to be Australian.” Se utiliza un argumento nacionalista para aglutinar simbólicamente a la ciudadanía.
- b) “We seek to preserve our culture **because** it’s fundamental to our understanding of who we are.” En el contexto de globalización en el que se lanza este documento, la exaltación de la identidad nacional lejos de ser un interés genuino, está más cercana a la reconocida necesidad en tiempos de globalización económico-financiera de conservar las diferencias en tanto oportunidad económica.
- c) “Culture, therefore, **also concerns** self-expression and creativity.” El *also* de la frase da lugar a la conexión entre cultura y creatividad abriendo un ámbito o cantera inagotable de oportunidades de negocios y nuevas subjetividades.
- d) “**Not only do we** seek to **preserve our heritage and tradition, we cultivate them**. We **preserve** the things that make us **what we are** and **cultivate** the means of reaching **what we can be**.” Este argumento que pone en una balanza *lo que somos y lo que podemos llegar a ser* podría traducirse en términos de fortalezas y oportunidades, respectivamente. De esta manera se abre la puerta a la oportunidad económica aplicada a escala nacional. Lo que se persigue es introducir a Australia en la escena internacional, es decir, “salir a vender Australia”. *Cultivar* en este contexto sería un sinónimo más sutil de explotar económicamente.
- e) “**We recognize** that the life of the nation and **all our lives are richer** for an **environment** in which **art and ideas can flourish**, and in which **all can share** in the **enjoyment** of them.” En esta frase se sintetiza el carácter de la economía creativa y del contexto cosmopolita actual. La necesidad de desarrollar ambientes ricos en arte e ideas, donde éstas pueden florecer, en el contexto actual de las industrias culturales, de desarrollo científico-tecnológico, y de competencia internacional. Y evidencia el corrimiento del discurso hacia el escenario del disfrute ligado al consumo. Por otro lado, coloca la oportunidad económica en el marco de una idea generalmente aceptada entre quienes pertenecen al sector del arte y la cultura, incluso del conocimiento: “ambientes ricos en arte y libre fluir de ideas”. ¿Quién puede cuestionar esto? Le otorga toda un aura de bondad a la apuesta por la cultura y la creatividad.
- f) “With a **cultural policy** we recognise our responsibility to **foster and preserve** such an **environment**. We recognise that the ownership of a heritage and identity, and the means of self-expression and creativity, are **essential human needs** and **essential to the health of society**.” Acá se manifiesta el carácter del documento como política cultural. Se fuerza la relación estímulo-preservación, y se pasa de anclar el discurso en el concepto de patrimonio al concepto de ambiente. Por último, cierra el párrafo con

- el argumento de las necesidades humanas esenciales y para la salud o el bienestar de la sociedad otorgando nuevamente un carácter de bondad al documento.
- g) “It will make the arts and our intellectual and cultural life and heritage more accessible to all. And it will help to create the conditions under which the finest expressions of our creativity can be reached and enjoyed. **The ultimate aim of this cultural policy is to enrich the people of Australia.**”
  - h) “The works of writers and artists, like Lawson and Furphy, Roberts and Streeton, offered an Australian perspective of Australian life (**a distinct set of values and views reflecting a distinctly Australian experience**).”
  - i) “The policy is delivered with every hope that in the twenty-first century talented Australians will never feel obliged to leave their country behind.”
  - j) “In recent years we have learned that there is much to gain and **little to fear from being open to the world. It is a true of the culture as it is of the economy.** In fact the meeting of imported and home-grown cultures **has massively enriched us.** Relatively few manifestations of the **old xenophobia and insecurity remain.** Multicultural Australia (a society which is both diverse and tolerant of diversity, which actively encourages diversity – is one of our great national achievements. It is important to remember that the achievement was built upon the traditional democratic strengths of Australian society – and these should never be neglected. (...) with the Civics Expert Group we have begun this process. At the same time **as we encourage cultural pluralism,** we want to encourage among all Australians a deeper appreciation of our heritage and with a deep attachment to Australia.”
  - k) “We have **nothing to fear from being open to other cultural influences.** Yet many Australians say that just now Australian culture is under unprecedented threat. And they have good cause for saying it. The revolution in information technology and the wave of global mass culture potentially threatens that which is distinctly our own. In doing so it threatens our identity and the opportunities this and future generations will have for intellectual and artistic growth and self-expression. The measures we have taken in this cultural policy are substantially designed to meet this **challenge,** and ensure that what used to be called **a cultural desert** does not become **a sea of globalised and homogenized mediocrity. That is why we must address the information revolution and the new media not with fear and loathing, but with imagination and wit.** We have to see the **extraordinary opportunities for enjoyment and creativity** it contains.”
  - l) The ultimate aim of this cultural policy is to **increase comfort and enjoyment of Australian life.** (...) security and well-being, (...) by creating **new awareness for artistic and intellectual growth and expression.**
  - m) **This cultural policy is also an economic policy.** Culture creates wealth. Culture employs. Culture adds value. It makes an essential contribution to innovation, marketing and design. It is a valuable export in itself. It attracts tourists and students. It is essential to our economic success.

FUENTE: COMMONWEALTH CULTURAL POLICY, “Creative nation”. Oct. 1994. Disponible en:

<http://pandora.nla.gov.au/pan/21336/20031011-0000/www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html>

## **ANEXO Nº 4 : Perfiles de los autores sobre Ciudad Creativa**

### **Perfil de los autores**



**Charles Landry.** Es uno de los máximos exponentes de la ciudad creativa. Gran parte de sus aportes e intervenciones acerca de la ciudad creativa se dieron desde Comedia, consultora británica de su autoría. Nació en Londres en 1948. Hijo de un filósofo alemán, estudió en Inglaterra y Alemania y tuvo la posibilidad de viajar por distintas ciudades alrededor del mundo. De acuerdo a Helgesen (2010) "Landry pasó de ser un chico alemán en escuelas inglesas a ser un chico inglés en escuelas alemanas, lo cual le permitió tener la visión del extranjero que un escritor debe tener y una profunda perspectiva paneuropea." (Helgesen, 2010:5) Vivió en Bologna donde pudo tomar contacto con la rica historia emprendedora del norte de Italia, viajó por las grandes ciudades del Renacimiento Italiano que influyeron en su pasión por la cultura y la estética, y quedó profundamente inspirado por el fermento cultural que dominaba los campos universitarios en los comienzos de los años setenta. Estudió Economía Política y en 1973 ingresó en la órbita de la Comunidad Económica Europea (hoy la Unión Europea). Durante esta década se volvió un facilitador de nuevas ideas y esto le dio experiencia para la creación de algo así como un "mercado de nuevas ideas". En 1978 ganó una beca de una fundación británica que se basaba en fortalecer el desarrollo regional y comunitario. y en ese mismo año funda Comedia. Entre 1998 y 1999 Landry trabajó en el Banco Mundial como asesor sobre cultura y ciudades, y ha realizado proyectos en conjunto con organismos como la OECD. (Helgesen, 2010)



**Ana Carla Fonseca Reis.** Economista, gestora pública y comercializadora, con raíces brasileñas y una global experiencia profesional, cuya consultoría, investigación y congresos, beneficiaron a un práctico y comprensivo trabajo conceptual como ejecutiva en empresas multinacionales, asesora para el sector público del sistema de la ONU y voluntaria en institutos culturales.

Desde el 2003 es socia-directora de Garimpo de Soluções (Mina de Soluciones), empresa pionera en economía, cultura, negocios creativos y ciudades creativas. Asesora en economía creativa para la ONU y comisaria de congresos, es consultora internacional en economía creativa, ciudades creativas y estrategia de innovación para empresas, gobiernos e instituciones. Es también autora de libros referentes con sistematización internacional, como *Marketing Cultural y Financiamiento de Cultura* (Cengage, 2002), *Economía da Cultura e Desenvolvimento Sustentável* (Manole, 2006 – Prêmio Jabuti 2007) y *Ciudades Creativas – de la Teoría a la práctica* (Ed. SESI, 2012). Es co-creadora de Criaticidades, una plataforma de soluciones para ciudades creativas.



**Klaus R. Kunzmann.** Nació en 1942. Estudió arquitectura y planificación urbana en Technische Hochschule München (Alemania) y recibió un posgrado en planificación de la Technische Universität Wien de Austria en 1971. Actualmente, sus estudios se centran en las políticas de innovación urbana, en la planificación espacial europea, desarrollo regional y reestructuración regional, en el rol de la creatividad, el conocimiento y en las consecuencias del rápido crecimiento de China para las ciudades y regiones europeas.

Desde 1988 Kunzmann ha estado trabajando en el campo de las industrias creativas y culturales, promoviendo diversos trabajos desde STADTart, una consultora con base en Dortmund. Ha trabajado para la Comisión de Turismo de Ruhr. Actualmente se encuentra investigando las ciudades creativas en Europa para clientes de Hamburgo y Tokio. (<http://www.riurba.org/klaus-r-kunzmann/>)

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.



**Peter Hall.** Hall es profesor de Geografía de la Universidad de Cambridge, y también es profesor de Planificación y Regeneración Urbana en Bartlett School of Planning (Universidad de Londres). Es reconocido por su trabajo en materia de historia social y creatividad cultural de las ciudades a comienzos del s. XVI. Sus intereses de investigación se han centrado básicamente en el desarrollo urbano y en el transporte.



**Richard Florida.** Es Dr. en Filosofía de la Planificación Urbana. Trabaja en la Universidad de Toronto, junto a gobiernos y compañías de todo el mundo. Sus intereses se han centrado en la innovación y competitividad territorial, amenidades y desarrollo económico, tendencias demográficas e innovación tecnológica. Fue designado embajador para el Año Europeo de la Creatividad y la Innovación 2009.

**ANEXO Nº 5: INSTRUMENTOS DE INTERVENCIÓN URBANA EN VALPARAÍSO**

Instrumento	Objetivos y Estrategias	Actores Involucrados
<p>Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso (PRDUV)</p>	<p>-Restaurar y preservar el patrimonio urbano y cultural de la ciudad con fines turísticos e inmobiliarios a partir de la identificación de <b>áreas prioritarias para la revitalización de la ciudad</b>.</p> <p>-Acelerar la revitalización de la ciudad a nivel institucional, removiendo las restricciones que limitan la participación de agentes privados y promoviendo la consolidación de la gestión integrada y eficiente del desarrollo urbano de la ciudad. (SEREX, 2006: 6)</p> <p>-Estimular el Desarrollo Local, con acciones de generación de actividad económica y empleo con base a sus ventajas comparativas y su ubicación costera. (Subsecretaría de Desarrollo Regional, 2004: 1-2) Este componente también es definido como <b>“Intervenciones Transversales”</b>, cuyo objetivo es efectuar intervenciones urbanas que mejoren el funcionamiento de la ciudad en general, y apoyen la mejoría de las áreas que recibirán las inversiones.</p> <p>-Coordinar las inversiones canalizadas por medio de diversas agencias como son la Municipalidad, el Ministerio de Vivienda y Urbanismo (MINVU), el Servicio de Vivienda y Urbanismo (SERVIU), el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) y la CORFO. (SUBDERE, 2005: 4)</p>	<p>A cargo de la <b>Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo</b>, con financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).</p>
<p>Subsidio de Rehabilitación Patrimonial<sup>68</sup></p>	<p>-Financiar la compra de una vivienda económica<sup>69</sup>, generada del reciclaje o rehabilitación de un inmueble construido antes del 31 de julio de 1959 (publicado en el Diario</p>	<p><b>CORFO</b><sup>70</sup> (organismo financiador). MINVU (administra el subsidio). SEREMI de</p>

<sup>68</sup> Subsidio no reintegrable. Está dirigido a familias de sectores medios, con capacidad de ahorro, que puedan acceder a crédito hipotecario para comprar una vivienda económica, generada por la rehabilitación de un inmueble. Del reciclaje o rehabilitación de dicho inmueble debe obtenerse dos o más viviendas.

<sup>69</sup> De hasta 140 m<sup>2</sup>, cuyo precio no supere las 2000 UF.

<sup>70</sup> CORFO (Corporación de Fomento de la Producción de Chile) es un organismo ejecutor de las políticas gubernamentales en el ámbito del emprendimiento y la innovación, a través de herramientas e instrumentos compatibles con los lineamientos centrales de una **economía social de mercado**, creando las condiciones y “acelerando el desarrollo” para lograr construir una sociedad de oportunidades y ser líder en competitividad. (Sitio Web de Corfo)

	Oficial del D.F.L. Nº 2) y ubicado en una Zona de Conservación Histórica o de un inmueble que haya sido declarado de conservación histórica.	Vivienda y Urbanismo (autoriza la compra y rehabilitación).
Plan Regulador (1984) con modificaciones posteriores <sup>71</sup>	-Definir las Zonas de Conservación Histórica.	<b>MINVU</b>
Programa de Rehabilitación Patrimonial	-Financiar inversiones integradas y coordinadas en áreas prioritarias de la ciudad que maximicen el impacto desencadenador de la recuperación urbana y preservación patrimonial. Se incluyen inversiones en: mejoramiento de espacios públicos (plazas, calles, paseos, sendas peatonales); mejoramiento de ascensores; rehabilitación de edificios públicos emblemáticos para uso comercial y servicios; y recuperación de quebradas. De acuerdo a este programa “las actividades a ser financiadas deberán guardar máxima coherencia y complementariedad en el territorio en que se aplican, deben ser ejecutadas en la secuencia que maximice la sinergia entre ellas y con las acciones de otros actores, y además, deben constituir una masa crítica suficiente para efectivamente mejorar el entorno y detonar procesos acumulativos en áreas cercanas, incluyendo la suficiente atracción de inversión privada. Adicionalmente, se realizarán las inversiones necesarias para darle conectividad entre sí a los entornos.” (SUBDERE, 2005: 3)	<b>MINVU</b>
Programa de Industrias Creativas <sup>72</sup>	-Generar condiciones que favorezcan la sostenibilidad y dinamismo del sector creativo apoyando a los emprendimientos, organizaciones y negocios de la ciudad de Valparaíso, que se basan en la creatividad y el capital intelectual para generar riqueza y desarrollo. (Sitio Web del Programa de Industrias Creativas de Valparaíso)  -Capacitar e intercambiar conocimientos y experiencias respecto a la gestión de los proyectos creativos: nuevos modelos de gestión, diseño de procesos productivos,	<b>CORFO</b>

<sup>71</sup> Para mayor información sobre las modificaciones al Plan Regulador, consultar en: <http://www.municipalidaddevalparaiso.cl/PlanRegulador.aspx>

<sup>72</sup> El Programa de Industrias Creativas de Valparaíso surgió en 2009, depende de CORFO, y posee una duración de 5 años. Es concebido como “el otro instrumento” de reactivación económica y urbana.

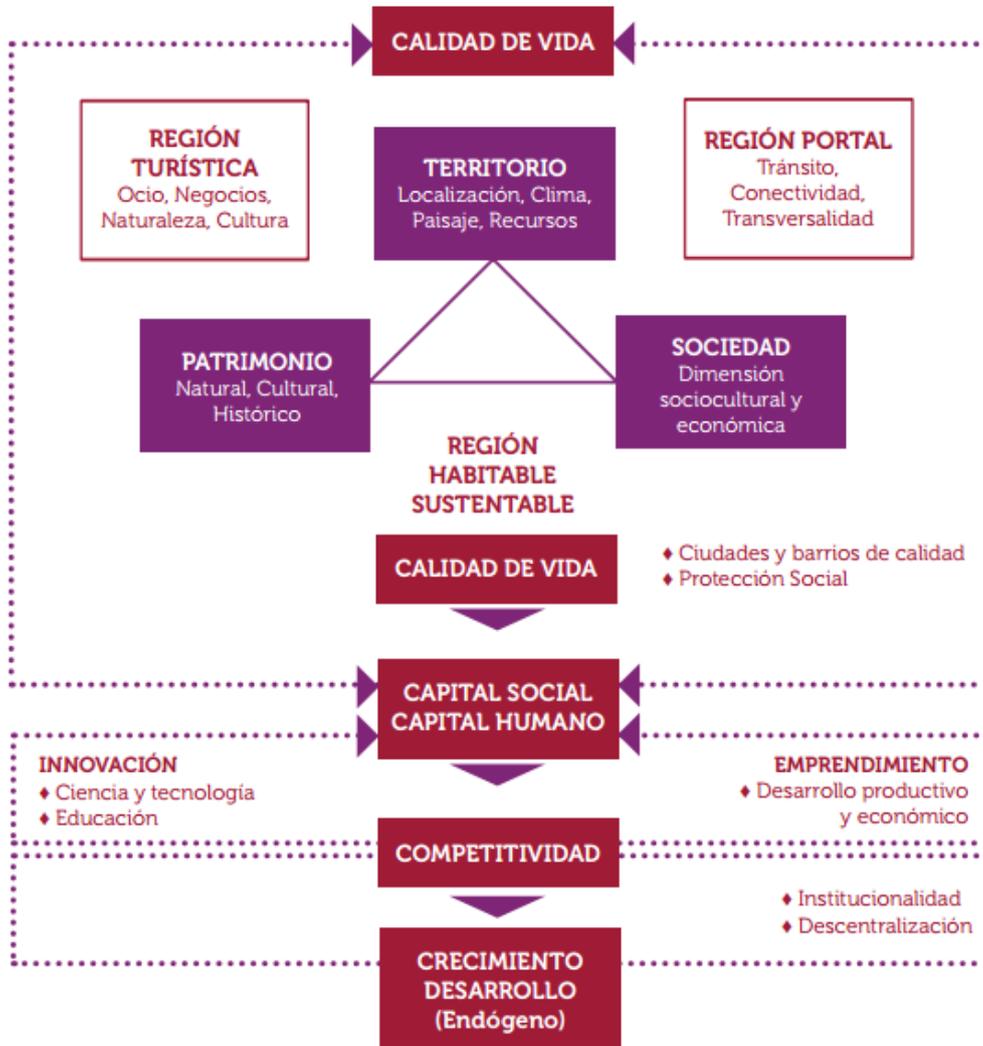
	<p>tendencias de mercado, etc.</p> <p>-Articular y generar redes entre creativos (para crear nueva oferta, para aportar valor, fortalecer los procesos productivos), así como también con las oportunidades de trabajo e intercambio de servicios con otros sectores productivos, como por ejemplo el turismo.</p> <p>-Generar información específica sobre el sector creativo.<sup>73</sup></p> <p>-Crear una mesa público-privada de las Industrias Creativas cuyo objetivo es construir una visión estratégica del sector que oriente la elaboración de un Plan de Desarrollo.</p>	
--	---	--

---

<sup>73</sup> El Mapeo de Industrias Creativas de Valparaíso realizado en 2009-2010 fue un ejercicio piloto de generación de este tipo de información. A comienzos del 2011 el programa presentó un nuevo estudio, Ventana a la Economía Creativa de Valparaíso, esta vez no de impacto económico o caracterización, sino más bien de estructura y dinámica de Agregación de Valor. <http://icvalpo.wordpress.com/acerca-de/>

**ANEXO Nº 6: Identidad Regional de la Región de Valparaíso**

GRÁFICO 1: EJES ESTRATÉGICOS (ERD)



Fuente: *Identidad Regional*, Subdere, 2009

(Política Cultural Regional de Valparaíso, 2011: 25)

## **ANEXO Nº 7: Noticias sobre la pérdida patrimonial en Valparaíso**

### **Corfo promueve en Valparaíso subsidio de rehabilitación**

Valparaíso / Feria Patrimonial muestra algunas de estas iniciativas como parte del recinto Fórum en Tornamesa Barón.

Un llamado a los privados a invertir en proyectos de rehabilitación de edificios patrimoniales en Valparaíso, aprovechando los beneficios que entrega el Estado, realizaron el alcalde de la ciudad, Jorge Castro, y el director regional de Corfo, Víctor Fuentes, al destacar que este año cuatro iniciativas han logrado subsidios por más de cien millones de pesos.



Así lo dieron a conocer en el lanzamiento de la IV Feria Inmobiliaria Patrimonial, que se desarrollará hasta el 5 de diciembre en el recinto de la ex Tornamesa Barón, como parte de las actividades del Fórum Universal de las Culturas.

Las autoridades explicaron que el objetivo de este encuentro es contribuir a la recuperación del capital cultural acumulado de Valparaíso, incentivando el uso productivo de inmuebles y entornos urbanos con valor patrimonial, así como también, posicionar a la ciudad como foco para la promoción de inversiones privadas y atracción de empresas asociadas a la gestión del patrimonio cultural.

Por ejemplo, estarán en exposición proyectos desarrollados a través del subsidio de Corfo, entre ellos la Piedra Feliz, proyecto elaborado por Molo Arquitecto Daniel Morales.

#### **MILLONES**

El director regional de Corfo, Víctor Fuentes, recordó que desde la creación del subsidio de rehabilitación patrimonial el año 2001, a la fecha se han concretado más de 30 proyectos, con una inversión cercana a los 6.500 millones de pesos, de los cuales el aporte público fue de \$1.138 millones.

Este año se gestionaron 4 proyectos, con una inversión pública de \$148 millones, y un aporte privado de \$486 millones, los que generarán 35 nuevos empleos.

"Corfo tiene claras líneas de trabajo que están en pro de colaborar y relevar a la ciudad patrimonial de Valparaíso como destino turístico, las cuales son el subsidio de rehabilitación patrimonial; el programa industrias creativas, y el apoyo al Plan Rumbo de la Municipalidad de Valparaíso, instancias que han permitido el desarrollo de la ciudad, transformándola en un lugar privilegiado en lo que a desarrollo económico y cultural se refiere", destacó Fuentes.

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

Algunas de las iniciativas en exposición son "Proyecto Población Obrera", de Borde Urbano; además de la propuesta de rehabilitación para los proyectos Loft Aduana y Loft Múnich, conjuntamente con Ciudad Papel, que es un proyecto apoyado por InnovaChile de Corfo.

#### TRABAJO CONJUNTO

Mientras, el alcalde porteño dijo que el renacer que está viviendo la ciudad Sitio del Patrimonio de la Humanidad Unesco, no debe sorprender, sino que es el fruto de un trabajo coordinado desde hace varios años entre el sector público y los privados.

"No es casualidad lo que está pasando en Valparaíso, el interés que ha mostrado el sector privado y, particularmente los arquitectos reunidos a través de alianzas profesionales, entre ellas Bahía Patrimonial, Borde Urbano y Molo arquitecto, entendiendo que el mensaje que estamos enviando es la puesta en valor de nuestro patrimonio", destacó el jefe comunal.

#### **Fuente:**

Álvarez Osvaldo: "Corfo promueve en Valparaíso subsidio de rehabilitación". Diario El Mercurio de Valparaíso. Edición Digital. Fecha de Publicación: 30 de Noviembre de 2010. Fecha de Búsqueda: 10 de Julio de 2013. Buscador Google. Sitio Web: [http://www.mercuriovalpo.cl/prontus4\\_noticias/site/artic/20110112/pags/20110112030554.html](http://www.mercuriovalpo.cl/prontus4_noticias/site/artic/20110112/pags/20110112030554.html)

## **ALERTA ANTE ATENTADO A LA IDENTIDAD HISTÓRICO CULTURAL DE VALPARAÍSO COMO CIUDAD-PUERTO**

El Colegio de Arquitectos, Delegación Valparaíso, ha tomado conocimiento de grandes intervenciones que impulsa la Empresa Portuaria en el borde marítimo urbano de la ciudad de Valparaíso, que en lo sustantivo plantea una ampliación de los recintos portuarios para carga, descarga y acopio de contenedores, entre los que incluye el sector del espigón, actualmente en proceso de licitación y también la aprobación de un anteproyecto de un Centro Comercial con 137.350 metros cuadrados en el sector Barón del borde costero.

Recordamos que la inscripción de un sector de Valparaíso en el Sitio del Patrimonio Mundial, se basó en el cumplimiento del criterio III de la Convención Mundial del Patrimonio, que estableció que: “Valparaíso es un testimonio excepcional de la temprana fase de globalización en la segunda mitad del siglo XIX, llegando a convertirse en el centro portuario comercial en las rutas comerciales de la costa pacífico de Sudamérica”.

Este nombramiento reconoce y destaca como uno de los valores primordiales de Valparaíso, ser un exponente de una ciudad puerto que es producto de un proceso ligado a su desarrollo histórico-marítimo que la situó como el principal puerto del Pacífico sur en el siglo XIX, destacando la morfología del borde marítimo y en general la característica del Paisaje Cultural singular de esta ciudad-puerto.

Es necesario además destacar que existe preocupación a nivel mundial, por las áreas urbanas que enfrentan bordes costeros, por ello se han establecido Cartas Internacionales sobre los Waterfronts urbanos como la de Venecia en el año 2000, que establecen principios básicos que deben respetarse en estas ciudades como Valparaíso, entre las que se pueden destacar: la relación entre el borde y la estructura urbana, el agua como parte del paisaje urbano, la recuperación del patrimonio y pasado industrial que dé significado a las intervenciones en el borde y la garantía de acceso físico y visual tanto para la población local como para visitantes.

Respecto a la relación borde costero y la estructura urbana, se puede señalar que durante su evolución histórica, la ciudad de Valparaíso interactuó con su borde en una relación armónica que articulaba los actos urbanos con el mar, inicialmente, con zonas de trabajos ligados con la actividad marítima, luego con actividades de paseo, pesca o remo, transformándose el borde marítimo a través de la historia en un recurso patrimonial, con sentido de pertenencia.

El borde portuario y la planimetría urbana, también han estado íntimamente ligados en su configuración, ya que responden a escarpes de cerro, sucesivos rellenos y obras artificiales, que fueron ganando terrenos al mar y que dieron respuestas complementarias, tanto a la actividad marítima como a la urbana, construyendo así la identidad arquitectónica, paisajística y portuaria de esta ciudad.

En lo marítimo, el impulso inicial, es dado con la declaratoria de la Independencia, la libertad de comercio y el terremoto de 1822, construyendo explanadas y muelles, que permitieron dar respuesta al aumento del tráfico marítimo internacional, sin embargo esta actividad portuaria no impidió que la vida urbana se desarrollara en directa relación con el borde, prueba de ello es el malecón y el muelle de pasajeros, construidos en la segunda mitad del siglo XIX.

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

Sin perjuicio de lo anterior no podemos ignorar que la incorporación del ferrocarril y las líneas complementarias de apoyo al movimiento portuario, han constituido una barrera física que ha separado el Área Histórica urbana con el bordemar. En este desarrollo del Puerto, la construcción del Molo de Abrigo en 1930 constituye la mayor obra de ingeniería que se mantiene hasta hoy.

En el ámbito urbano, la configuración paulatina del borde urbano, se realiza junto con la demolición del peñón del Cabo, a través de la conformación de las calles longitudinales, como el cordón vial Prat-Esmeralda, luego las calles Cochrane y Blanco, culminando con el último anillo que corresponde a la Av. Errázuriz en las primeras décadas del siglo XX, completándose así, la planimetría actual del borde urbano-costero.

Respecto a la recuperación del pasado industrial y el acceso físico y visual, con la denominada modernización portuaria experimentada por el Puerto a fines de siglo XX, se ha venido perdiendo gran parte del patrimonio marítimo portuario. Quedan escasos vestigios, como testimonios de la identidad de esta ciudad-puerto y el proceso de conquista del borde.

Permanecen en pie, con algún grado de protección: la Tornamesa de Ferrocarriles del Barón, declarada Monumento Histórico y su entorno como Zona Típica, parte de los Almacenes Fiscales del Puerto incorporados recientemente a la Zona Típica del Área Histórica del Puerto y la Bodega

Simón Bolívar, de mayor largo en Sudamérica, declarada como Inmueble de Conservación Histórica por el Plan Regulador Comunal. Sin embargo, no existe una gestión real para su conservación o rehabilitación, en ninguno de ellos.

Enfrentamos una de las principales problemáticas y desafíos, que presentan las ciudades portuarias, que es, la relación entre los habitantes, el suelo urbano y el uso del bordecostero, más aún en Valparaíso cuya Área Histórica reconocida por la UNESCO y la Zona de Conservación Histórica de El Almendral, presentan un profundo deterioro y desvinculación con el borde, conflicto que debe ser solucionado integralmente.

Es imperativo asumir tareas de coordinación entre la ciudad y el Puerto, que considere estas dos realidades en una relación recíproca, con un desarrollo armónico:

1. Que concilie intereses del puerto y su actividad portuaria marítima, con los intereses ciudadanos que exigen una ciudad que sea beneficiaria social y económicamente del borde costero.
2. Que se propenda a una relación más fluida entre el borde y la trama urbana,
3. Que se otorguen garantías de acceso público al borde y se respeten e incorporen los recursos del pasado industrial a las intervenciones.

EN DEFINITIVA; No atentar contra la carga patrimonial e identidad histórico-cultural de esta ciudad-puerto.

En la actualidad, la ciudad se ve amenazada, ante las grandes intervenciones anunciadas en el borde costero. Por ello la ciudadanía y la conciencia cultural ciudadana expresada ya en el

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

Cabildo ciudadano del año 1991 y las movilizaciones actuales, estimuladas con la declaratoria UNESCO, se declara en alerta.

Cabe señalar que los informes técnicos ante UNESCO de los expertos de ICOMOS, que destacaron la relación directa de esta ciudad con su carácter de puerto y las Cartas internacionales sobre intervenciones en los bordes costeros urbanos, explicitan categóricamente que el tipo de acciones anunciadas, que involucran el ámbito marítimo y urbano de la ciudad de Valparaíso, podrían provocar impactos profundos en su identidad histórico, cultural, portuario, atentando contra la declaración de esta ciudad-puerto como Patrimonio de la Humanidad ante UNESCO y por ende poner en peligro dicha nominación.

Estimamos, en forma preliminar que las iniciativas anunciadas afectarían significativamente el patrimonio cultural de la nación y en forma negativa el borde costero urbano y las relaciones urbano marítimas que presenta el sector del espigón, que enfrenta la Zona Típica “Área Histórica” inscrita en el Sitio del Patrimonio Mundial por la UNESCO el 2 de Julio del año 2003 y el Centro Comercial en Barón a la Zona de Conservación Histórica de El Almendral.

Como Colegio de Arquitectos Delegación Valparaíso, más allá de los conflictos propios, que posee el borde costero, con la confluencia de una variada gama de actividades, como son las labores portuarias, la definición del Centro Comercial en Barón, la actividad turístico-recreativa-cultural, la pesca artesanal y el tendido del ferrocarril urbano, entre otros; DECLARAMOS:

PRIMERO: Alertamos a poner atención en el impacto que se produce con el resto de la trama urbana de la ciudad, principalmente en lo referido a los conflictos viales que se presentan, y a la determinación de las zonas de apoyo que se deban desarrollar.

SEGUNDO: Estimamos la necesidad imperiosa de continuar con la actividad portuaria que siempre ha caracterizado a la ciudad puerto de Valparaíso, instando a las autoridades, tanto del gobierno regional como central, a la conformación de un puerto moderno y competitivo, que sirva como el principal sustento socioeconómico al desarrollo íntegro de nuestra ciudad puerto.

TERCERO: Como entidad profesional preocupados del desarrollo integral de las ciudades, proponemos:

- Generar las condiciones adecuadas para un estudio que abarque la totalidad de la ciudad, en donde el puerto sea una parte que los ciudadanos la vivamos integrada armónicamente a nuestro diario vivir, y no sea una actividad segregadora y ensimismada en su propio devenir.
- Sugerimos la regulación que todo esto conlleva, mediante la generación de un Plan Maestro, que integre los distintos instrumentos de planificación que actualmente se encuentren vigentes, o aquellos que sean necesarios generar, ante este nuevo escenario de integración funcional, y que además sea el trazado consensuado ciudadanamente que perdure en el largo plazo, como una verdadera carta de navegación.

Y POR ULTIMO: Alejados de cualquier interés político, económico o de cualquier índole, es que proponemos para la elaboración del Plan Maestro, una licitación de carácter nacional e internacional, haciendo un llamado a congregar a los expertos con experiencia probada en

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

modelos de desarrollo y de gestión en otras ciudades más desarrolladas, las que han sabido comprender cabalmente que los buenos resultados vienen siempre acompañados de una buena elaboración.

Demás está decir que este Plan Maestro, debe ser enriquecido con las experiencias y los anhelos de sus habitantes, y de las organizaciones vivas que despliegan su quehacer en el diario vivir de Nuestra ciudad.

Víctor Sereño Varas  
Presidente  
Colegio de Arquitectos  
Región Valparaíso

**Fuente:** Plataforma Urbana (2011) *“Declaración del Colegio de Arquitectos: “Alerta ante el atentado a la identidad histórico cultural de Valparaíso como ciudad-puerto”*. Fecha de Publicación: 22 de Noviembre de 2011. Disponible en Línea: Buscador Google. Sitio Web: <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2011/11/22/declaracion-del-colegio-de-arquitectos-alerta-ante-el-atentado-a-la-identidad-historico-cultural-de-valparaiso-como-ciudad-puerto/>

### **Segunda carta a UNESCO alerta por transformación del borde portuario de Valparaíso**

**UNESCO podría poner a Valparaíso en alerta amarilla, lo que haría peligrar la condición de Patrimonio de la Humanidad. Ciudadanos de Valparaíso, organizaciones, concejales y parlamentarios enviaron carta a este organismo internacional para alertar lo que sucede en la ciudad.**

Ciudadanos de Valparaíso, organizaciones de la ciudad, concejales y parlamentarios, enviaron una segunda carta a la UNESCO, dirigida a Nuria Sanz, encargada del Departamento América Latina y el Caribe del Centro de Patrimonio Mundial de Unesco, para informarle acerca de los últimos acontecimientos que han ocurrido en torno a la inminente construcción del Mall Plaza Puerto Barón, la ampliación del Sitio 3 por parte de TPS y la licitación del Puerto Valparaíso.

Anteriormente ya se había enviado una carta, pero ahora se le envió una segunda para detallar los últimos hechos. En la misiva se señala, por ejemplo, que respecto a la ampliación del Sitio 3, "la empresa TPS –administradora del Terminal 1-ha anunciado la licitación de las obras para el mes de marzo del año en curso; sin que haya habido hasta la fecha una evaluación ambiental ni menos aun una evaluación patrimonial a pesar que afecta directamente el sector Muelle Prat (área de sitio Patrimonio de la Humanidad)"; ni hay acciones legales en curso para impedir su materialización".

En cuanto a la licitación que Puerto Valparaíso lleva adelante para el Terminal 2, la carta señala que la "licitación del Terminal 2 se inició el año 2012, logrando la citada empresa portuaria TPS la autorización por el Tribunal de la Defensa de la Libre Competencia para participar en el proceso. Ello podría permitir que esta empresa en definitiva se adjudique el Terminal 2 y concentre monopólicamente la operación del puerto de Valparaíso. Esta intervención afecta tanto la zona protegida así como la zona de amortiguación".

En cuanto a Puerto Barón, la carta señala que "las noticias son pésimas", detallando todo lo que ha sucedido en los últimos meses.

La carta le solicita a Nuria Sanz, que "a través suyo a la UNESCO, en el contexto de sus obligaciones de monitoreo de los sitios "Patrimonio de la Humanidad", que pueda elaborar, con carácter de urgente, un informe técnico acerca de la propuesta de transformación del borde portuario de Valparaíso impulsado por la EPV para realizarse a partir de este año 2013".

Cabe señalar que a mediados de este año, la UNESCO revisará este y otros casos en la sesión anual del Comité de Patrimonio Mundial de la Unesco a efectuarse en Camboya en junio próximo, pudiendo Valparaíso quedar en alerta amarilla, lo que significa que se correría el riesgo de perder la condición de Patrimonio de la Humanidad.

Valparaíso (CHILE), 10 de febrero de 2013

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?  
Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013  
Tesisista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

**Señora**  
**Nuria Sanz**  
**Direction-General for Culture**  
**Culture Sector**  
**UNESCO**  
**PARIS, FRANCIA**

Para su distinguida consideración:

Nuevamente, nos dirigimos a Ud. por el caso que afecta a la bahía de Valparaíso. El año pasado informamos sobre el llamado Plan Maestro de la Empresa Portuaria de Valparaíso que propone la intervención en tres lugares del borde costero, a saber: la ampliación de Terminal Uno –ubicado al sur de la ciudad, y desde donde se moviliza la mayor parte de la carga de Valparaíso–, con la extensión del actual sitio 3 en 120 metros hacia el sur (lado mar); la licitación del Espigón o Terminal Dos conformado por el Espigón y su proyecto de desarrollo en dirección a la actual caleta Sudamericana; y, por último, el desarrollo turístico e inmobiliario denominado “Puerto Barón” emplazado en terrenos correspondientes al 50% del puerto de Valparaíso.

Se trata de la intervención urbana más colosal ocurrido en la ciudad desde 1910, época en que el puerto de Valparaíso alcanza la actual morfología.

Las amenazas denunciadas en la correspondencia de enero de 2012, desgraciadamente, están más cerca de lo que lo estaban el año pasado.

Respecto a la ampliación del Sitio 3, la empresa TPS –administradora del Terminal 1– ha anunciado la licitación de las obras para el mes de marzo del año en curso; sin que haya habido hasta la fecha una evaluación ambiental ni menos aún una evaluación patrimonial a pesar que afecta directamente el sector Muelle Prat (área de sitio Patrimonio de la Humanidad”); ni hay acciones legales en curso para impedir su materialización.

La licitación del Terminal 2 se inició el año 2012, logrando la citada empresa portuaria TPS la autorización por el Tribunal de la Defensa de la Libre Competencia para participar en el proceso. Ello podría permitir que esta empresa en definitiva se adjudique el Terminal 2 y concentre monopólicamente la operación del puerto de Valparaíso. Esta intervención afecta tanto la zona protegida así como la zona de amortiguación. Curiosamente, la propia empresa TPS ha venido sosteniendo el negativo impacto que este proyecto podría generar en el área (Ver documento digital en <https://t.co/dXWYHXXR>) y propone, en cambio, otro proyecto que asegure mayor compatibilidad con la condición de Ciudad Patrimonial. Así mismo, durante el año 2012, la Empresa Portuaria de Valparaíso ha acordado con algunas organizaciones sindicales de los pescadores de la caleta Sudamericana y de trabajadores portuarios eventuales sendos compromisos de compensación económica por de su expulsión de la bahía. Finalmente, en cuanto al proyecto “Puerto Barón”, las noticias son pésimas: en el mes de enero pasado, el Ministerio de Vivienda y Urbanismo autorizó la intervención en las Bodegas Simón Bolívar (frigoríficos centenarios calificados como Inmueble de Conservación Histórica por el Plano Regulador) que tienen el mérito de constituirse en el edificio histórico más largo del país. El mencionado Ministerio aceptó demoler ciento veinte metros y que el resto del edificio sea “engullido” por el proyectado mall. Las malas noticias prosiguieron. El día lunes 4 de febrero fue un día trágico para la ciudad pues la Dirección de Obras Municipales de la Municipalidad de Valparaíso, sin mediar la evaluación solicitada por UNESCO ni convocar a diálogo, procedió derechamente a dar aprobación al permiso de edificación.

De manera, entonces, es que se ha observado una decisión de las autoridades locales de favorecer una intervención colosal de la bahía de Valparaíso, la más significativa en cien años,

sin siquiera evaluar ambientalmente ni patrimonialmente los efectos que producirá en la Ciudad declarada "Patrimonio de la Humanidad".

Tal como se lo expresamos personalmente, nuestro afán es colaborar en un desarrollo adecuado de la ciudad desde una perspectiva integral y de conjunto; entendiendo las dependencias entre sistemas sociales, económicos y culturales.

Por lo cual reiteramos a Ud. y, a través suyo a la UNESCO, en el contexto de sus obligaciones de monitoreo de los sitios "Patrimonio de la Humanidad", que pueda elaborar, con carácter de urgente, un informe técnico acerca de la propuesta de transformación del borde portuario de Valparaíso impulsado por la EPV para realizarse a partir de este año 2013. En coordinación con el Estado de Chile, podrá determinarse si la evaluación técnica de las propuestas de transformación del borde portuario, y monitoreo, se puedan realizar bajo la modalidad de "vigilancia reforzada" del sitio mundial, Patrimonio de la Humanidad, o bien se asigne directamente una comisión de expertos.

A esta presentación se suma un conjunto de nuevas organizaciones y personalidades que respaldan esta petición, incluyendo la firma de seis de los diez concejales que conforman la instancia "Concejo Municipal" de la Municipalidad de Valparaíso.

Además, les haremos llegar un conjunto de nuevos antecedentes que fueron requeridas por Nuria Sanz en el mes de Diciembre del 2012.

Les saluda atentamente,  
Andueza, Pablo  
Michell, Arturo  
Undurraga, Paz  
Vargas, Camilo

#### **ORGANIZACIONES QUE ADHIRIERON A LA CARTA DE ENERO DE 2012**

Colegio de Arquitectos de Chile Filial Valparaíso  
Colegio de Ingenieros de Chile Filial Valparaíso  
Cámara de Comercio y Turismo de la Comuna de Valparaíso  
Central Unitaria de Trabajadores Provincial Valparaíso  
Organización Ciudadanos por Valparaíso  
Federación de Trabajadores Portuarios de Valparaíso  
Confederación de gente de mar Congemar  
Sindicato de Trabajadores Portuarios Transitorios Espigón Terminal 2 Valparaíso  
Sindicato Independiente Pescadores Artesanales de Ribera  
Sindicato de Pescadores Sipesa  
Red Cabildo Patrimonial  
Junta de Vecinos Almedral  
Asociación Nacional de Funcionarios del Consejo de la Cultura Valparaíso Anfucultura Valparaíso.  
Centro de Estudios para un Desarrollo Urbano Contemporáneo, DUC  
Cooperativa de Desarrollo Territorio Sur

#### **NUEVAS ORGANIZACIONES QUE ADHIEREN CON ESTA CARTA**

"Quienes firman esta declaración, lo hacemos, a nombre de los afiliados y afiliadas de nuestras respectivas organizaciones, para expresar nuestro total apoyo a la petición que varias organizaciones efectuaron a la UNESCO en el mes de febrero del año 2012 para que este organismo arbitre las medidas tendientes a que el proyecto de intervención de la bahía de

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

Valparaíso, en especial el proyecto conocido como Puerto Barón, sea evaluado por el máximo organismo rector de los Sitios "Patrimonio de la Humanidad".

Porque, en primer lugar, la intervención pone en serio peligro las actividades económicas tradicionales de la bahía, tales como el trabajo portuario eventual, la actividad de comercio, turismo y gastronomía, tanto del puerto como del sector Almendral, la pesca artesanal de la Caleta Sudamericana, las actividades deportivas, entre otras tantas.

Porque, Puerto Barón corresponde a un proyecto concebido a una escala desproporcionada para el tejido urbano de una ciudad patrimonial de alrededor de trescientos mil habitantes, como es Valparaíso, cuyo impacto paisajístico, arqueológico, vial y cultural de su casco histórico aún no se ha estimado seriamente.

Porque, la intervención de la bahía se ha hecho al margen de la participación de los habitantes de la ciudad y desconociendo derechos históricos de varias comunidades humanas que han vivido en relación al borde mar, lo que sólo favorecerá a grandes conglomerados económicos.

Valoramos finalmente la respuesta que dio la UNESCO a la petición cuando pidió expresamente que el Estado chileno acepte someter el proyecto a una evaluación patrimonial así como el respeto con el cual se ha escuchado el sentir de la ciudadanía organizada de Valparaíso".

Asociación Nacional de Empleados Fiscales, ANEF Regional Valparaíso.

Asociación Nacional de Agentes de Naves A.G., ASONAVE

Sindicato Inter empresa Nacional de Trabajadores de Agencias de Aduanas de Chile, SINTAACH.

Asociación Nacional de Funcionarios de Aduanas de Chile, ANFACH

Centro Turístico-Artesanal "Muelle Prat"

Federación Regional de Dueños de Camiones V Región.

Agrupación de Ex.Trabajadores Marítimo-Portuarios.

Sindicato de Oficiales de Southship filial de ITF.

Junta de Vecinos cerro Bellavista, Unidad Vecinal N° 23.

Junta de Vecinos cerro Delicias, Unidad Vecinal N° 118

Junta de Vecinos cerro Yungay, Unidad Vecinal N° 68.

Junta de Vecinos cerro Miraflores, Unidad Vecinal N° 74

Junta de Vecinos cerro Alegre, Unidad Vecinal N° 75

Centro Cultural y de Libre Comunicación. La Radioneta.

Biblioteca Comunitaria D´Halmar. Cerro Miraflores.

Agrupación de Monitores de Valparaíso.

Centro Cultural La Chingana, Valparaíso.

Agrupación de usuarios de ascensores de Valparaíso.

Taller Nueva Esperanza, Valparaíso.

#### **NUEVAS AUTORIDADES LOCALES QUE ADHIEREN CON ESTA CARTA**

En la primera carta ciudadana el Concejal Alberto Neumann, ahora adhieren Marcelo Barraza, Marina Huerta, Paula Quintana, Ruth Cáceres, Zuliana Araya, seis de diez concejales Municipales. Senador Ricardo Lagos W. Diputado Joaquín Godoy I.

Fuente: Diario Digital El Matutino: *"Segunda carta a UNESCO alerta por transformación del borde portuario de Valparaíso"*. Sección Sociedad. Local. Fecha de Publicación: 19 de Febrero de 2013. Disponible en Línea. Buscador Google. Sitio Web: <http://www.elmartutino.cl/noticia/sociedad/segunda-carta-unesco-alerta-por-transformacion-del-borde-portuario-de-valparaiso>

<b>ANEXO N° 8: Planes Estratégicos de la ciudad de Rosario</b>		
<b>1991.</b> Plan Urbano de Rosario		
<b>1998.</b> Plan Estratégico Rosario (1998-2008)		
<b>1999.</b> Plan Director de la Ciudad de Rosario		
<b>2007.</b> Plan Urbano de Rosario (2007-2017) <sup>74</sup>		
<b>2008.</b> Plan Estratégico Rosario Metropolitana (2008-2018)		
	<b>Visión</b>	<b>Líneas Estratégicas</b>
La mente, como un sentido integrador, aporta significado a nuestras percepciones, permitiéndonos enfrentar la vida, soñar y dar forma al mundo. La mente de la ciudad es su capacidad estratégica e innovadora; su creatividad y determinación; su habilidad para prever e imaginar el futuro; y su voluntad de hacer realidad sus sueños colectivos.	<b>“Metrópolis moderna, territorialmente integrada y socialmente inclusiva, sustentada en la cultura, la innovación y las economías de calidad; con protagonismo y conectividad nacional y global.” (PERM 2008: 27)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo + Economías de Calidad</li> <li>• Oportunidades + Ciudadanía</li> <li>• Integración + Conectividad</li> <li>• Río + Calidad de vida</li> <li>• Creación + Innovación</li> </ul>
El tacto de la ciudad: <b>Metrópolis del trabajo y las economías de la calidad</b>	Rosario Metropolitana, polo regional del trabajo, la producción agroalimentaria, la industria de alto valor agregado y los servicios de calidad, en un entorno diversificado y competitivo. (PERM 2008: 28)	
El oído de la ciudad: <b>Metrópolis de las oportunidades y la ciudadanía</b>	Rosario Metropolitana, ciudad abierta, inclusiva y cohesionada, cuyas instituciones promueven la participación, la solidaridad y la ciudadanía responsable. (PERM 2008: 58)	
La vista de la ciudad: <b>Metrópolis de la integración y la conectividad</b>	Rosario Metropolitana, ciudad integrada y receptiva, dotada de modernos soportes de comunicación e infraestructuras para la movilidad y el transporte, en un contexto de planificación territorial. (PERM 2008: 94)	
El gusto de la ciudad: <b>Metrópolis del río y la calidad de vida</b>	Rosario Metropolitana, ciudad con escala humana, amable y accesible, que disfruta de la naturaleza y prioriza el espacio público como ámbito de sociabilidad. (PERM 2008: 121)	
El olfato de la ciudad: <b>Metrópolis de la creación y la innovación</b>	Rosario Metropolitana, ámbito de cultura e identidad, que promueve la innovación y la creatividad, desarrolla el conocimiento y prioriza la educación. (PERM 2008: 159)	
<b>2010.</b> Plan de Desarrollo Turístico (2010-2018)	Rosario, modelo de desarrollo turístico sustentable y competitivo, integrado al área metropolitana y su región, posicionado en los mercados regional, nacional e internacional; cimentado en un modelo de calidad articulado entre el sector público y el privado, sobre la	<b>1- Consolidación del producto Rosario Metropolitana</b> Potenciar el turismo receptivo para diversificar la base económica de la ciudad, fortaleciendo los productos turísticos actuales y desarrollando otros no identificados o a crearse. <b>2- Desarrollo de la cultura de</b>

<sup>74</sup> [http://www.rosario.gov.ar/ArchivosWeb/pur/pur\\_i\\_ii.pdf](http://www.rosario.gov.ar/ArchivosWeb/pur/pur_i_ii.pdf)

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

	<p>base de los valores culturales y la diversidad de atracciones tanto para sus habitantes como para quienes la visitan. (Plan de Desarrollo Turístico 2010 – 2018: 22-23)</p>	<p><b>la calidad</b> Promover el turismo sustentable, legislar la normativa soporte de la actividad, concientizar al ciudadano y a todos los actores del sistema a adoptar una actitud receptiva, asegurando que el desarrollo de esta actividad respete los recursos ambientales y culturales, identitarios de la comunidad local.</p> <p><b>3-Fortalecimiento de la identidad. Marca y posicionamiento</b> Profundizar la presencia de la marca Rosario Turística, en los mercados tradicionales y emergentes. (Plan de Desarrollo Turístico 2010 – 2018: 23)</p>
--	--	---



FACULTAD DE TURISMO - UNIVERSIDAD NACIONAL DEL  
COMAHUE NEUQUÉN



# ¿Qué son las ciudades creativas?

---

Plan de Tesina para acceder al título de  
Licenciado en Turismo

**Tesisista: RODRÍGUEZ, Mariana**  
**Dra. OTERO, Adriana**  
**29/11/2011**

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

**Foto 1. Logo del Seminario "Ciudades Creativas". 29 y 30 de Junio 2010. Santiago.**

Fuente: <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2010/06/25/cnca-invita-a-seminario-internacional-sobre-ciudades-creativas/>

**Foto 2. Antanas Mockus. Siendo alcalde de Bogotá llevó adelante transformaciones significativas en el marco de lo que llamó "Cultura Ciudadana".**

Fuente: <http://navigaciones.blogspot.com/2010/04/antanas-mockus-por-eliseo-alberto.html>

**Foto 3. La cultura que invade el espacio público. Museo de Arte Contemporáneo de Rosario, Provincia de Santa Fe, Argentina. Tanto Bogotá como Rosario son consideradas ciudades creativas.**

Fuente: <http://www3.rosario3.com/blogs/todoloqueveo/?p=4043>

Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

*“Interrogarse sobre la ciudad es interrogarse sobre el ser humano y su capacidad de crear un espacio que lo acoja, lo beneficie y lo proyecte, pues no existe una línea nítida que señale dónde empieza la ciudad y acaba el hombre, sino que más bien ambos son un continuo interactuante. (...) La íntima relación entre desarrollo de la persona y desarrollo de la ciudad, cuyos destinos parecen unificarse, requiere de un proyecto social y urbano, en el que las categorías éticas y estéticas se constituyan en sus fundamentos esenciales.” (Gross, 1998)*

## **Introducción**

El presente plan de tesina se circunscribe al estudio de las denominadas "ciudades creativas". Se trata de un constructo emergente y multidimensional ya que involucra aspectos urbanos, económicos, sociales, culturales y medioambientales (Lindstedt, 2010 en NORSA, 2010:48). Si bien se popularizó durante la década de 1990, aún no existe un consenso respecto de su significado y alcance. ¿Qué son las ciudades creativas? es una pregunta con diferentes respuestas posibles. Por este motivo se cree importante analizar la categoría en cuestión a fin de elaborar un marco comprensivo que sirva como caja de herramientas para la toma de decisiones informada y anticipada en el campo turístico-recreativo y la puesta en marcha de procesos de desarrollo local así como para el avance del conocimiento respecto de la temática considerada.

El interés por el estudio de las ciudades creativas es doble. En primer lugar existe preocupación acerca de la calidad de los entornos por donde discurre la vida de los sujetos, por cuanto son ámbitos de socialización que influyen en la formación de los mismos. En particular, preocupa la situación de los destinos turísticos nacionales ante los recurrentes problemas evidenciados. Las ciudades creativas se caracterizan por poseer altas dosis de energía ciudadana encauzada en fines sociales y empresariales, que se transmite en la participación activa de sus residentes en la vida de la ciudad. Este es un rasgo fundamental para el sector turístico ya que se necesita de sujetos proactivos con capacidad para generar y aprovechar oportunidades de desarrollo turístico.

En segundo lugar, interesa indagar en las ciudades creativas porque son nuevos espacios urbanos del turismo. Una de las características fundamentales es que poseen una rica vida socio-cultural; en ellas se percibe la existencia de atmósferas culturales y creativas lo cual las hace muy atractivas no solo para los amantes de la cultura y el arte sino para todas aquellas personas que gustan disfrutar de ciudades con espíritu, con dinamismo, y carácter festivo.

A partir de estas inquietudes se espera identificar nuevas categorías de análisis en relación a las ciudades creativas, y elaborar lineamientos para la toma de decisiones en el campo turístico-recreativo y la puesta en marcha de procesos de desarrollo local en base al marco analítico construido.

### **Delimitación y Fundamentación del Problema de Investigación**

Durante el transcurso de la carrera de Licenciatura en Turismo se pudo tener una aproximación a distintas realidades turísticas nacionales, en particular de las provincias de Neuquén y Río Negro. La complejidad de los problemas que atraviesan los municipios turísticos en muchos casos se vinculan con aspectos humanos más que tecnológicos o financieros, que inciden en la calidad de las gestiones, que se vuelven enfermedades cuando se generalizan, y que terminan afectando negativamente la competitividad sustentable de los destinos turísticos.

Entre las problemáticas recurrentes de los destinos turísticos nacionales se encuentran la falta de voluntad política, el accionar corto-placista guiado por intereses partidarios y prácticas corruptas; la desmotivación de residentes así como la falta de participación y de una actitud proactiva (ya sea para el cuidado del espacio público como así también para el desarrollo de proyectos y emprendimientos con fines económicos o sociales); y la escasez de productos turísticos innovadores tanto a escala de destinos como a nivel empresarial.

A diferencia de otros sectores que tratan de manera intensiva con procesos productivos e industriales, el factor humano es clave para el sector turístico dado que por naturaleza involucra a personas. Ante estas consideraciones se cree que urge construir una nueva ciudadanía desde distintos frentes que exceden al campo turístico.

Tras la búsqueda de pistas que permitan ir descubriendo el camino hacia otro tipo de sociedad se encontró en las denominadas **ciudades creativas** una forma de "hacer ciudad" que aporta herramientas útiles para la mejora de la gestión pública. Por herramientas se entiende aquellas concepciones acerca de la gestión pública, de la sociedad, del espacio público, la cultura y la recreación, que se materializan en proyectos y procesos.

La ciudad creativa se volvió una aspiración de las agencias de planificación locales durante la década de 1990, en particular por cuestiones de competitividad (Landry; en Fonseca Reis et al, 2009:11). Sin embargo, algunas ciudades como las latinoamericanas Bogotá, Medellín, Guaramiranga y Rosario además de la necesidad de competitividad han intentado construir una ciudad más inclusiva, aun con muchas dificultades y errores, pero que constituyen buenos casos de análisis en pos de tal búsqueda. (Mockus, 2007; Yúdice, 2008; Fonseca Reis, 2009; Hernández y Quevedo, 2010)

Una de las reflexiones subyacentes en el análisis de las ciudades creativas reside en la posibilidad de adaptar sus principios a distintos contextos locales, siendo que, en muchos casos, tanto la comunidad como el empresariado suelen tener una baja propensión al cambio.

De acuerdo a Hernández y Quevedo (2010) en las ciudades creativas existió voluntad y decisión política de cambiar la ciudad así como planificación estratégica e inversiones en pos de tal objetivo. En lo personal, se cree que fundamentalmente hubo personas concretas que se volvieron agentes de desarrollo en los términos planteados por Arocena (1995), y que desde los múltiples y variados espacios de la ciudad contribuyeron a forjar el cambio y a aportar un matiz para que actualmente se las pueda reconocer como ciudades creativas. Lo cual da cuenta de la posibilidad de cambio.

Más allá de la utilidad que brindan las ciudades creativas para la gestión turístico recreativa, estudiarlas también aporta al conocimiento del fenómeno turístico urbano en la actualidad, ya que se asiste a una nueva configuración de lo urbano, lo cultural y lo turístico que debe analizarse en el marco del post-turismo. *"...los cambios paradigmáticos que se han vivido desde la década de 1990, en cuanto a la espacialización del trabajo, de las culturas, y de las experiencias, apuntan tanto a la aparición de una nueva generación de viajeros culturales, que no están ya motivados por la cultura, en forma de objetos de consumo cultural, sino que son consumidores cuyos comportamientos y aspiraciones son fuertemente orientados a lo urbano."* (Amin & Thrift, 2007; en Quagliari Domínguez y Russo, 2010:1).

Si bien la noción de ciudad creativa se popularizó, constituye una categoría vaga y ambigua: 1) por lo multidimensional, dado que abarca aspectos políticos, sociales, económicos, culturales y ambientales, entre otros; 2) porque encierra bajo un mismo paraguas lógicas e ideologías diametralmente opuestas como la clusterización de barrios bohemios (con el consabido efecto de gentrificación asociado que esto conlleva) y la promoción de cultura ciudadana en pos de fines sociales más amplios; 3) y porque involucra conceptos que se encuentran en debate y que a la vez carecen de una definición unívoca como el de creatividad, cultura y gobernanza. Sin embargo, está imbuida de cierta inocencia porque la noción misma de creatividad tiene una imagen y sonoridad positiva asociada al arte y la invención.

*"¿Qué es una ciudad creativa? Para esta sencilla pregunta, Yudice y Scott (2010), tienen distintas respuestas. Todo depende de dónde ponga cada*

uno el acento.”<sup>75</sup> Para algunos autores la ciudad creativa es una categoría que involucra al marketing de ciudades pero lo supera (Landry, 2000), mientras que para otros autores la ciudad creativa está inmersa en el campo de la dirección estratégica y el marketing (Muñiz Martínez y Cervantes Blanco, 2010). El debate inicial respecto a las ciudades creativas estuvo más bien centrado en lo cultural mientras que actualmente comienza a evidenciarse la incorporación de vocablos como tecnología e innovación.

Estas consideraciones permiten dar cuenta de un problema de conocimiento acerca de las ciudades creativas. Dado que un manejo acrítico de las categorías a través de investigadores y gestores locales puede traer aparejado impactos negativos en la sociedad, interesa indagar ¿a qué hace referencia la adjetivación de la ciudad como *creativa*? Esto implica analizar las distintas perspectivas y características de estas ciudades para diferenciarlas de todas aquellas ciudades que no pueden definirse como creativas, y a la vez poder establecer similitudes y diferencias entre ellas.

---

<sup>75</sup> Campo, S. (2010): “Una ciudad realmente creativa tiene que resolver sus problemas sociales”. Versión Online Diario Heraldo de Aragón. Sección Cultura. [En línea]. Buscador Google. Sitio Web: [http://www.heraldo.es/noticias/detalle/una\\_ciudad\\_realmente\\_creativa\\_tiene\\_que\\_resolver\\_sus\\_problemas\\_sociales.html](http://www.heraldo.es/noticias/detalle/una_ciudad_realmente_creativa_tiene_que_resolver_sus_problemas_sociales.html) Fecha de Publicación: 26/11/2010

### Interrogantes Iniciales:

#### **-El devenir de una adjetivación.**

- ¿Cuándo surgió esta adjetivación?,
- ¿Quiénes y cómo la impulsaron?,
- ¿Cuáles fueron los motivos y los argumentos utilizados para impulsar la renovación de la ciudad?,
- ¿Qué debates en curso alimentaron la emergencia de esta clase de ciudades?,
- ¿Qué evidencias empíricas fueron configurando esta clasificación?,
- ¿Cuándo comenzaron a darse ciertas fracturas y a cuestionarse la denominación de ciudad creativa?,
- ¿Quiénes y qué cuestionaron?.

#### **-¿En qué reside la creatividad?,**

- ¿En tener un milieu de artistas, bohemios, miembros de la *clase creativa*?,
- ¿En contar con un equipo de gestión pública proactivo e imaginativo que ha logrado trabajar en conjunto con el empresariado y la sociedad civil?,
- ¿En haber podido resolver distintos problemas de la ciudad?, ¿Cuáles? Aquí depende del contenido. Ejemplo: Barcelona versus Medellín.
- ¿En haber encontrado formas **novedosas** de resolver los problemas de la ciudad?, ¿Cuáles? PATH DEPENDENCE/VALORACIÓN DEL CONTEXTO

#### **-¿Cómo son las ciudades creativas?,**

- **Son exitosas?**, ¿En qué han sido exitosas? (incremento del PBI?, en haber tendido a la cohesión social?), ¿Cómo lograron el éxito? VALORACIÓN DEL CONTEXTO
- **Son culturales?**, ¿A qué tipo de cultura se hace referencia? (a la existencia de recursos culturales?, a la creación de mega equipamientos culturales?, a la atmósfera urbana y cultural de la ciudad?), ¿Qué lugar ocupan las identidades locales? VALORACIÓN DEL CONTEXTO
- **Son emprendedoras?**, (A nivel político, social, empresarial?) Me interesa fundamentalmente en términos de sinergia, capital social, cultural y formación de empresas. Aquí también depende

del contenido. Ejemplo: Barcelona/Valparaíso versus Medellín/Rosario.

- **Son atractivas?**, ¿Qué factores las hacen atractivas? (las amenidades?, las experiencias que permite vivir?, la atmósfera cultural?, lo urbano?), ¿Son lúdicas? ACÁ TAMBIÉN DEPENDE DE LA VALORACIÓN DEL CONTEXTO. Complementar con Quagliari Domínguez y Russo (2010). Ver el impacto de la bohemia como estética que se impone a través de lo vintage etc.
- **Incorporan la cuestión del cuidado del medio ambiente?**, ¿De qué manera?

**Tema:** Ciudades Creativas

**Problema de Investigación:**

- La imprecisión de la categoría ciudad creativa genera inconvenientes para el avance del conocimiento en la materia, al tiempo que se pierden oportunidades de aplicación de los valiosos aportes que este fenómeno presenta para una mejor gestión turístico-recreativa.

**Objetivo General:**

- Comprender la categoría de ciudad creativa a fin de contar con un marco analítico que sirva como caja de herramientas para la toma de decisiones en el campo turístico-recreativo y la puesta en marcha de procesos de desarrollo local así como para el avance del conocimiento respecto de las ciudades creativas.

**Objetivos Específicos:**

- Reconstruir la trayectoria seguida por la categoría "ciudad creativa" a partir de identificar los distintos debates, argumentos y evidencias que la impulsaron.
- Analizar el estado del arte respecto a las ciudades creativas a partir de las interpretaciones de autores e instituciones involucrados en el tema.
- Analizar en qué reside la "creatividad" de tales ciudades y cuáles son las características destacadas para adquirir tal adjetivación.
- Identificar nuevas categorías de análisis en relación a las ciudades creativas.
- Elaborar lineamientos para la toma de decisiones en el campo turístico-recreativo y la puesta en marcha de procesos de desarrollo local en base al marco analítico construido.

**Hipótesis:**

- Las "ciudades creativas" aluden tanto a *procesos* como a *recursos localizados*.
- En las ciudades creativas existe un fuerte componente cultural, emprendedor y lúdico.
- El debate en torno a la categoría "ciudad creativa" se encuentra en un punto de inflexión generado por las consecuencias negativas que trajeron consigo las estrategias de reconversión urbana originales y las urgencias que plantea el futuro respecto a la cuestión social y ambiental.

### **Marco Teórico**

La ciudad creativa es un constructo multidimensional que involucra aspectos urbanos, económicos, sociales, culturales y medioambientales (Lindstedt en Pulliainen and Siltanen, 2010:48).

Se trata de una tipología emergente del campo de los planificadores urbanos (Landry, Bianchini, Florida, Puig, entre otros) quienes acuñaron dicha denominación para dar cuenta de ciudades que desde la década del setenta hasta la actualidad han evidenciado transformaciones urbanas y sociales significativas vinculadas a la cultura y creatividad como palancas del desarrollo.

En Europa, esta forma de revitalizar la ciudad comenzó en Glasgow. La estrategia se llamó "*Glasgow, the creative city and its creative economy*" que fue desarrollada por Landry en 1989. Años después, en 1991, Landry desarrolló una estrategia similar para la ciudad de Barcelona.

A partir de observar los resultados económicos y sociales positivos de la implementación de estas estrategias de reconversión urbana (contribución al PBI e impulso de energías ciudadanas), ser una ciudad creativa se ha constituido en una aspiración y en una nueva visión de empoderamiento de la ciudad con el objetivo de motivar y activar a la ciudadanía, mejorar la calidad de vida de sus habitantes, y atraer visitantes, inversiones e inmigrantes altamente calificados.

Algunos ejemplos de estas ciudades además de Barcelona y Glasgow son Bilbao, Turín, Philadelphia, Toronto, Taipei, Nantes, Bogotá, Medellín, Valparaíso, Río de Janeiro, Guaramiranga (Brasil), Buenos Aires y Rosario (Argentina).

A grandes rasgos existen diferencias entre las estrategias implementadas por ciudades latinoamericanas como Medellín, Bogotá y Rosario que persiguen fines no solo económicos sino también socio-culturales, y las estrategias implementadas en ciudades como Barcelona y Bilbao que persiguen fines más bien económicos centrados en la búsqueda de competitividad. "*El fomento de la creatividad para solucionar problemas sociales –por ejemplo, Bogotá sin Indiferencia, de Garzón, o Urbanismo Social, de Fajardo– es lo que diferencia la gestión económica, política y cultural de estos alcaldes del modelo de ciudades creativas, que se convirtió en moda en muchas ciudades del mundo desarrollado. En lugar de promover una "mejora" de las condiciones urbanas mediante la expulsión de las clases menos pudientes y su remplazo por la "clase creativa" (ingenieros de software, diseñadores, creadores de programas en los viejos y nuevos medios, etcétera;*

véase Florida, 2002), que conduce a una mayor segregación, la gestión en Bogotá y Medellín ha buscado mejores condiciones urbanas para todos, además de fomentar el contacto y la comunicación entre clases." (Yúdice, 2008)

Sin embargo, tanto en unas como en otras, la cultura, la recreación y los espacios verdes tuvieron un rol central en las estrategias de reconversión urbana, dando por resultado una mejora y un retorno al espacio público. La cuestión de fondo consiste en indagar por qué, para quiénes y cómo se puso en valor el espacio público.

De acuerdo a la UNCTAD (2010), el término ciudad creativa describe una complejidad urbana donde las actividades culturales de variado tipo son un componente integral del funcionamiento económico y social de la ciudad. Estas ciudades tienden a construirse sobre la base de una fuerte infraestructura cultural y social, poseen relativamente altas concentraciones de empleos creativos, y tienden a ser atractivas para captar inversiones debido a sus bien establecidas facilidades culturales. (UNCTAD, 2010:42)

La preeminencia de la cultura en las ciudades creativas no es un hecho menor y ha dado lugar a adjetivaciones como "planeamiento urbano cultural". *"Una de las operaciones más impactantes a escala internacional ha sido la utilización de la cultura como elemento clave en las políticas y programas de desarrollo urbano (...). En la casi totalidad de estas estrategias el equipamiento cultural y, especialmente, la calidad y atractivo de la arquitectura son concebidos como catalizadores de la recuperación del espacio urbano, el cambio de la imagen de la ciudad donde ocurre y como foco de multiplicación de la actividad económica."* (Duque Franco, 2011: 1)

En el meollo de algunas estrategias de reconversión urbana reside un importante componente estético-cultural generador de imaginarios, de capital simbólico-significativo, y de distinción que atrae turistas y migrantes. Esto se observa por ejemplo en barrios bohemios ligados a artistas que se han ido convirtiendo en un lugar "cool" producto de la valoración que se fue generando sobre el territorio entre los anhelos de la clase media y las estrategias comerciales de los desarrolladores inmobiliarios. A este efecto se lo conoce como efecto aglomeración (Markusen 2003, Lloyd 2005, en Tironi, 2010: 7) y fue estudiado por diversos autores en el marco de la economía del conocimiento. Esta forma de reconvertir espacios degradados de la ciudad

valorizándolos, en muchos casos trajo consigo impactos negativos como el conocido fenómeno de gentrificación<sup>76</sup>.

Las ciudades creativas plantean una nueva configuración de lo urbano, lo cultural y lo turístico que debe analizarse en el marco del post-turismo. En primer lugar, tanto lo cultural como lo turístico pierden especificidad y es lo urbano lo que emerge y se re-significa. Si en épocas pasadas el patrimonio cultural era el punto de partida para comenzar a pensar en la posibilidad de aprovechamiento turístico de las ciudades, actualmente es lo urbano (con sus barrios, su gente, sus festivales, sus bares, con sus bibliotecas y parques culturales-creativos) lo que se vuelve atractivo. *“En cierto sentido, la ciudad puede concebirse como objeto de consumo en sí misma; ya no es solo el lugar donde se hacen los intercambios sino que ella misma es objeto y sujeto (...) algunas ciudades se convierten en marcas, en objetos de consumo a los que se viaja, en las que se quiere vivir, que ofrecen experiencias o monumentos que pueden llegar a ser íconos urbanos de consumo; destinos a los que muchas personas viajan o sueñan ir como experiencia vital.”* (Muñiz Martínez y Cervantes Blanco, 2010:142)

El carácter festivo de las ciudades creativas asociado fuertemente a lo turístico ha dado lugar a una proliferación de denominaciones como “game reserves” (Lazzeretti, 2003:4), “ciudad neobarroca” (Améndola, 2003; en Quaglieri Dominguez y Russo, 2010: 8), “ciudad à la carte” (Quaglieri Dominguez y Russo, 2010: 8), “entertainment machine” (Silver, Clark & Yanez, 2011), “lugares experimentables” (Barrado Timón, 2010:8), “oasis-like areas” (Riukulehto en Pulliainen and Siltanen, 2010:50), “campamentos para la supervivencia” (Puig, 2009: 26). Esta visión respecto de la ciudad creativa focaliza en la ciudad en tanto escena urbana contemporánea que posibilita la realización de diferentes prácticas recreativo-turísticas y la vivencia de distintas experiencias urbanas, muchas de las cuales son de orden contemplativo que recuerdan al flâneur parisino de Baudelaire.

---

<sup>76</sup> *“La gentrificación está caracterizada por la ocupación residencial de los centros urbanos por parte de las clases altas, que se trasladan a vivir a dichas zonas y desplazan así a los habitantes de menores ingresos económicos que las ocupan.”* (Sargatal, 2001)

## **Metodología**

**Enfoque.** La investigación se sitúa en el Paradigma Cualitativo debido a las características del objeto de estudio. Las primeras observaciones respecto de las ciudades creativas reflejan la necesidad de comprensión del estado del arte acerca de este fenómeno nuevo y multidimensional a fin de hallar categorías analíticas emergentes. Esto implica necesariamente el cruzamiento de perspectivas y de datos que permitan construir al objeto de estudio "ciudades creativas". En este proceso se considera importante el rol del investigador en tanto intérprete de los debates en curso acerca de las ciudades creativas.

**Diseño.** El diseño de la investigación será exploratorio debido al contexto de descubrimiento en que se sitúa el investigador respecto del objeto de estudio en cuestión. Pero también va a contar con un momento descriptivo ya que pensar en las ciudades creativas remite a dos preguntas fundamentales: ¿en qué reside la creatividad de estas ciudades? y en simultáneo ¿cómo son dichas ciudades?.

**Unidades de Análisis:** ciudades creativas.

**Muestreo.** Intencional: Muestreo Teórico.

➤ *Para el análisis del estado del arte*

Como no existe una base de datos referida exclusivamente a las ciudades creativas deberá confeccionarse el marco muestral recurriendo a la triangulación de datos. Para esto se propone utilizar el muestreo por bola de nieve.

Durante el proceso de impregnación de campo se han efectuado búsquedas asistemáticas sobre la temática en cuestión que permitieron identificar los primeros autores e instituciones a analizar<sup>77</sup>. Las búsquedas de documentos se realizaron por Internet (Buscador Google) ingresando las palabras clave "ciudades + creativas" y en idioma inglés "creative + cities".

A los fines de contar con mayor cantidad de autores e instituciones que refieren a las ciudades creativas y de analizar cómo han ido evolucionando los temas de los congresos, jornadas y simposios en la materia se propone incorporar también un análisis de los programas de los eventos.

---

<sup>77</sup> Landry, Bianchini, Parkinson, Yúdice, Scott, Fonseca Reis, Manito, Evans, Montserrat Pareja, Hernández y Quevedo, UNESCO, UNCTAD, Fundación KREANTA (ingresar la búsqueda asociada al autor tanto en español como en inglés)

En esta primera fase deberá contarse con un listado exhaustivo de todos los documentos y sitios web analizados dado el carácter sistemático del proceso para no incurrir en errores por repetición u omisión.

Con el objeto de determinar los autores e instituciones con los cuales finalmente se trabajará, se propone considerar los criterios que se mencionan a continuación: 1) De autoridad; 2) Reiteración. Por criterio de autoridad se hace referencia a aquellas personas e instituciones que son relevantes en la cuestión de las ciudades creativas como Landry (uno de los precursores de la adjetivación), la UNESCO (porque tiene a cargo la Red de Ciudades Creativas), Yúdice (por haber sido uno de los precursores en cuestionar la categoría de ciudades creativas al plantear la diferencia de Bogotá y Medellín con respecto a otras ciudades creativas). El criterio de reiteración es útil para distinguir entre los autores emergentes, lo cual implica llevar un registro de frecuencias absolutas simples de los autores e instituciones enunciados.

Para terminar de "barrer" la web en relación a los autores e instituciones considerados se procederá a ingresar nuevas búsquedas en español e inglés encabezadas por los autores (por ejemplo: "Landry + ciudades + creativas"). Las búsquedas se realizarán en primer lugar en la web en general y luego se procederá a utilizar la herramienta Google Académico.

Cabe destacar que los documentos a analizar serán a texto completo que se refieran a las ciudades creativas como tales y se les dedique un importante espacio a la temática. No se considerarán los documentos donde tan solo se cite o mencione a las ciudades creativas. Asimismo, se trabajará tanto con documentos individuales como con aquellos papers que forman parte de publicaciones mayores. Durante esta primera fase se van a considerar sólo documentos y portales online de los autores e instituciones considerados, no así entrevistas, videos o planes urbanos.

➤ *Para el análisis de las ciudades creativas*

Para realizar el análisis de las características de las ciudades creativas se deberá tener muy en cuenta el producto del análisis precedente. Se propone trabajar considerando los criterios de 1) reiteración y 2) representatividad. Por ejemplo, Barcelona o Bilbao son casos que se reiteran con frecuencia a diferencia del caso de Guaramiranga (Brasil) analizado por Fonseca Reis. Sin embargo, Guaramiranga como Medellín, Bogotá y Rosario plantean diferencias considerables en relación a las ciudades precedentes con lo cual también cabe considerarlas. Por tratarse de una tesina del campo turístico recreativo se deberá tener muy en cuenta la selección de casos vinculados a la realidad turística. También se cree conveniente analizar un caso nacional, para lo cual se propone trabajar con la ciudad de Rosario (provincia de Santa

Fe, Argentina) por haber emprendido reconversiones urbanas con el objeto de posicionar a la ciudad como creativa. (Plan Estratégico Rosario Metropolitana, 2008: 187)

### Técnicas

Se utilizará la técnica de observación documental. Se propone trabajar en base a publicaciones de organismos internacionales y ONGs, papers, y sitios web para conocer el estado del arte, y de planes y videos promocionales de las ciudades consideradas creativas para identificar la configuración de la ciudad a través de las estrategias implementadas y la imagen transmitida en dichos videos.

### Cronograma de Actividades

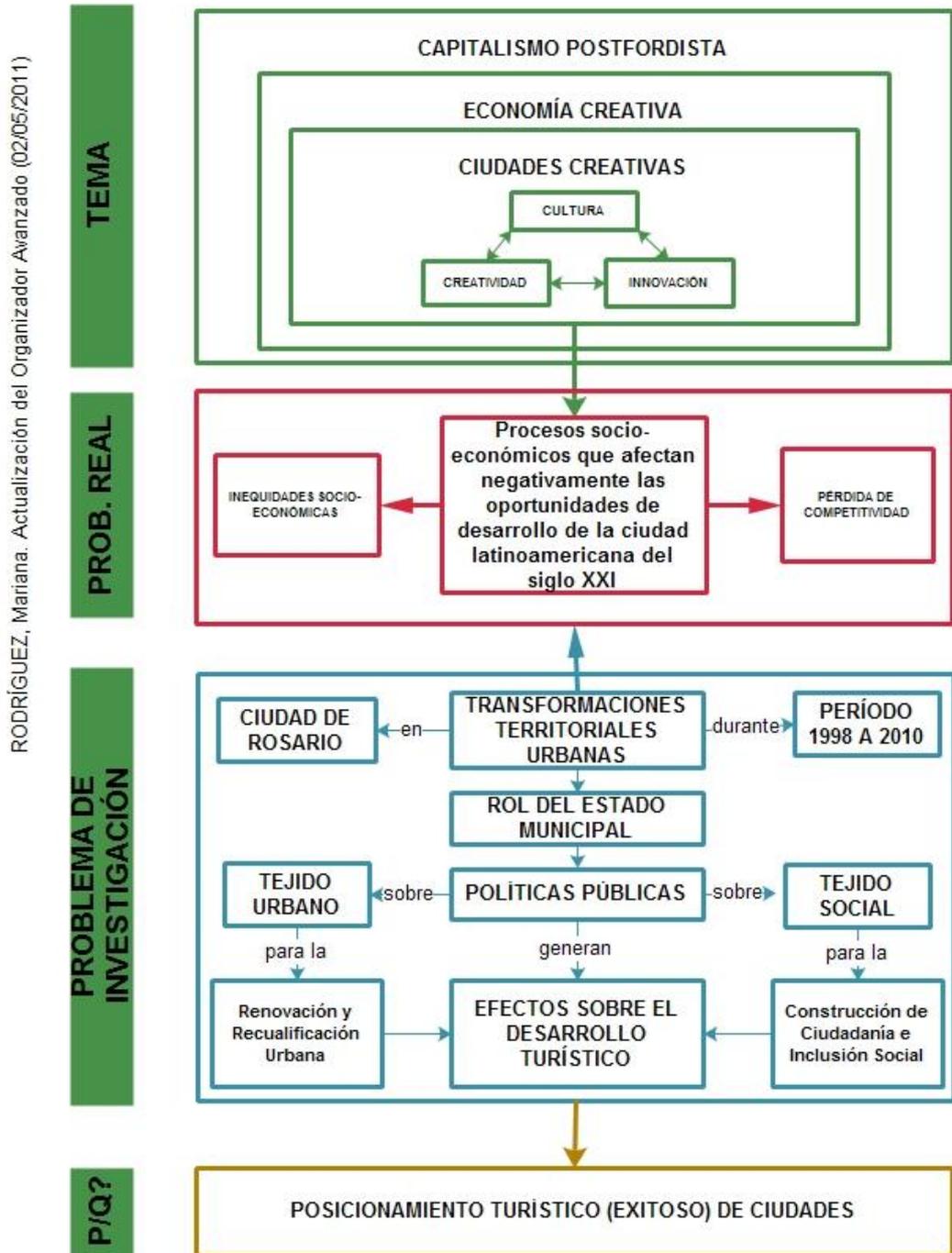
Año 2012								
Actividades	E	F	M	A	M	J	J	A
Diseño del muestreo								
Relevamiento documental								
Desarrollar categorías de codificación <sup>78</sup>								
Codificación de los datos <sup>79</sup>								
Separación de los datos que pertenecen a las diversas categorías de codificación <sup>80</sup>								
Interpretación de los datos								
Construcción del marco analítico								
Redacción parcial de conclusiones y lineamientos turísticos								
Redacción del informe final y presentación de la tesina								

<sup>78</sup> "La codificación se inicia con la preparación, lo más concreta posible, de todos los temas, conceptos, proposiciones identificadas durante el análisis; en esta misma etapa diferenciar cada categoría con su símbolo- número, letra-; revisar el listado para evitar superposiciones, y seleccionar aquellas categorías que potencien relaciones lógicas." (Mendicoa, 2003: 123)

<sup>79</sup> "Ello implica las notas de campo, transcripciones, etc., apuntando con notas al margen de los códigos asignados, sin descuidar los contenidos positivos como negativos que tales escritos revelen. La regla de oro en el análisis cualitativo es que los códigos se ajusten a los datos y no a la inversa." (Mendicoa, 2003: 123,124)

<sup>80</sup> "Este es un paso automático. El codificador ordena y clasifica los diferentes datos que pertenecen a las categorías propuestas." (Mendicoa, 2003: 124)

**Organizador Avanzado**



Tesina de Grado: ¿Qué son las Ciudades Creativas?

Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Año 2013

Tesista: Rodríguez Mariana. Tutora: Dra. Adriana Otero.

### **Antecedentes profesionales del tutor:**

La Dra. Adriana Otero es Licenciada en Turismo, expedido por la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue (1982). Asimismo es Técnica en Planificación Ambiental expedido por la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional del Comahue (1994) y especialista en Filosofía y Crítica de la Cultura (Facultad de Humanidades, UNCo, Neuquén). En 1998 se Doctoró en Ciencias Geográficas en la Facultad de Geografía de la Universidad de La Habana (Cuba). Actualmente es la directora del proyecto de investigación "Post Turismo y Movilidades: Competitividad Sustentable de Destinos" perteneciente al CEPLADES TURISMO del cual también es directora. Posee una vasta experiencia en temáticas referidas a la planificación y gestión de destinos turísticos.

---