

LA CREATIVIDAD EN LA CONSTRUCCION DE CAMPOS DE SENTIDO

M. Ximena Galleguillos Araya-Schübelin (ETSAS Sevilla)

Luz Fernández-Valderrama Aparicio (ETSAS Sevilla)

Rafael Casado Martínez (ETSAS Sevilla)

Elena Robles Martínez (UCHile)

Juan Luis Moraga Lacoste (UVALPO, Chile)

Resumen

En medio del rediseño del mundo y de todos sus sistemas se está presenciando el mayor movimiento de masas de personas, bienes, fábricas, finanzas frenéticas e ideas en la historia. Los grandes flujos hacen que la nueva norma sea nómada. Sin embargo, persiste un anhelo de pertenencia, distinción e identidad que se resiste al fenómeno “cualquier momento y en cualquier lugar” habilitado por la digitalización, que está cambiando la forma en que interactuamos con el espacio, el lugar y el tiempo. Las viejas certezas se están desmoronando y los sistemas se están rompiendo a una velocidad creciente. La preocupación está latente cuando inventamos un tipo diferente de ciudad. Pero es en este escenario, donde es la ciudad cívica, la comunidad creativa, la que trata de encontrar un camino a través de las principales fallas, dilemas y potenciales de nuestro tiempo: vidas compartidas, desigualdad, angustia ambiental y vitalidad urbana. Este es el lugar donde en palabras de Gabriel (2013, 2015) emerge un campo de sentido, reinventamos el anclaje, un espacio común urbano, la conexión, pero también la posibilidad y la inspiración. La creatividad es una fuente de desarrollo integral del territorio. Reconocer y promover la comunidad creativa y su valor identitario es asegurar la calidad de vida y el desarrollo ambiental sustentable; cultural, social y económico. Esta investigación se dirige a examinar el enfoque de ciudades creativas, y la perspectiva emergente de las comunidades creativas. Se discute la coexistencia de ambas tendencias y sus implicancias para el mejoramiento de la calidad de vida y en la construcción de la sustentabilidad ambiental urbana.

Palabras clave: creatividad cultural, social y económica, desarrollo ambiental sustentable

Abstract

In the midst of the redesign of the world and all its systems is witnessing the largest mass movement of people, goods, factories, frantic finances and ideas in history. The large flows make the new norm nomadic. However, there is still a longing for belonging, distinction and identity that resists the phenomenon “any time, anywhere” enabled by digitization, which is changing the way we interact with space, place and time. The old certainties are crumbling and the systems are breaking down at an increasing speed. The concern is latent when we invent a different type of city. But it is in this scenario, where is the Civic City, that it tries to find a way through the main failures, dilemmas and potentials of our time: shared lives, inequality, environmental anguish and urban vitality. This is the place where we reinvent the anchorage, a field of sense (Gabriel 2013, 2015), a common urban space, the connection, but also the possibility and inspiration. Creativity is a source of integral development of the territory. Recognize and promote the creative community and its identity value is to ensure the quality of life and sustainable environmental development; cultural, social and economic. This research is aimed at examining the creative cities approach, and the emerging perspective of creative communities. The coexistence of both trends and their implications for the improvement of the quality of life and in the construction of urban environmental sustainability is discussed.

Key words: cultural, social and economic creativity, sustainable environmental development

Introducción

La percepción del espacio urbano y el establecimiento de relaciones de forma y modo en las que se desarrolla la vida, construye campos de sentido (Gabriel 2013, 2015), expresiones de la creatividad en la construcción social de la ciudad. En un contexto de predominio de transformaciones orientadas por el extractivismo inmobiliario, la prevalencia de la racionalidad económica transforma y hace desaparecer esta capa de sedimentación que lleva implícita la memoria y el derecho a la ciudad.

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

En las últimas décadas presenciamos una serie de transformaciones graduales en la economía y sociedad que han traído nuevas formas de trabajar y vivir. La Revolución Industrial dio forma a los centros urbanos a gran escala tal y como los conocemos hoy. Gradualmente, la geografía de la producción en masa se ha ido transformando en centros de gran consumo. Los suburbios, particularmente en los Estados Unidos, alimentaron el motor de las industrias *fordistas* y aumentó la demanda de viviendas, de automóviles, electrodomésticos y todo tipo de productos industriales. Entre los años 1970 y 1980, la jerarquía de las ciudades industriales comenzó a modificarse. La división del trabajo, que antes se había organizado en torno a las regiones, perdió su sentido económico y varios elementos de la cadena de producción que antes estaban integrados regionalmente, se trasladaron a otros lugares del propio país o del extranjero. La producción en sí misma se descentralizó y se hizo global. Las regiones dejaron de estar especializadas en una industria en particular y pasaron a ser el núcleo de algún eslabón concreto de la cadena de valor.

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

La construcción social de la ciudad es posible gracias a estructuras inmateriales

y materiales que conforman campos de sentido. En esto, la arquitectura posee la enorme facultad de convertirse en una experiencia de los sentidos.

1. El campo de sentido. Un aparecer producto de la creatividad

El argumento de Gabriel (2013, 2015) es que la existencia es la circunstancia en la que algo aparece al interior de un campo de sentido. Es una propiedad de los dominios y no del mundo. No hay objetos fuera de los campos de sentido. Lo falso también aparece en un campo de sentido aunque no sea verdadero. Los campos de sentido no son solamente dominios neutrales de objetos. El propio orden de los objetos posibilita el entendimiento que podamos tener de los campos mismos. No solamente los objetos aparecen en los campos. Los campos están determinados por los objetos. Todo campo de sentido es también un objeto. Hay infinitud de campos de sentido y lo único que no existe es el mundo entendido como la totalidad o campo de campos de sentido. Los objetos aislados no existen porque existir es aparecer en un campo de sentido (Gabriel 2013, 2015).

Los campos de sentido también aparecen vía una infinitud de campos de sentido. La magia de una gran ciudad se debe a la enorme y múltiple especialización de esfuerzos humanos que se da en ella, múltiples campos de sentido. Existen otras esferas (no relacionadas con el desarrollo territorial y económico) en las que tanto la cultura como las acciones sociales tienen también presencia. Los campos de sentido pueden ser dominios de objetos, pero también pueden ser más difusos que un conjunto de objetos discretos. Dichos campos pueden a su vez incorporar elementos positivos para favorecer la capacidad de emprendimiento y de creatividad de los ciudadanos, generando una atmósfera o ambiente en la que el amor por la cultura, el compromiso, la creación de redes formales e informales o la solidaridad pueden ser elementos detonantes de nuevas ideas creativas. Asimismo, los campos de sentido pueden referir al mismo objeto, pero aparecen de manera diferente en cada campo.

Pueden verse de manera creciente en determinados barrios de la ciudad. Son espacios alternativos, en ocasiones incluso contra-culturales o contra-ideológicos, que corren el riesgo de ser expulsados por la llegada de nuevos segmentos sociales, pertenecientes también a las clases creativas o de quedar estancados por la acción del sector público y la conocida evolución de éste desde una actitud gestora hacia otra de empresarismo urbano que beneficie a los capitales privados (Harvey, 1989). El contexto que rodea estos procesos de creatividad y desarrollo resulta clave y ha sido manifestado en algunos otros estudios recientes (Hermansen 2012). En la esfera de los movimientos sociales pueden encontrarse iniciativas que, sin perder sus rasgos iniciales buscan acercarse a las actividades económicas para permitir un modo de subsistencia a sus protagonistas. En otras ocasiones sus objetivos son la innovación social, de manera que se produce una “reconciliación” entre la creatividad y el desarrollo urbano desde un punto de vista socialmente sostenible, definida por la presencia de grupos de personas unidas por el objetivo de dar respuesta a una necesidad social. En ellas, la existencia de trayectorias (*path dependences*) y de redes locales de actores son elementos clave

2. Economía creativa

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

La clasificación de la UNCTAD (2008) plantea una distinción inicial entre *upstream activities*, actividades artísticas de diversa índole o relacionadas con el patrimonio cultural, y *downstream activities*; publicidad, diseño, edición, productos audiovisuales y multimedia, junto a otras actividades similares. En este sentido, distingue los cuatro sectores culturales y creativos. El primero, *Heritage*, se relaciona a la existencia de recursos patrimoniales, los espacios culturales (bibliotecas, museos, archivos, etc.) y las actividades culturales tradicionales (artesanía, tradiciones, festivales, etc.). El segundo, *Arts*, abarca actividades artísticas y espectáculos. El tercero, *Media*, publicaciones (libros, revistas, etc.) o productos audiovisuales (cine, televisión, radio, música, etc.). El cuarto, *Functional Creations*, se refiere a actividades volcadas hacia las demandas del mercado, diseño, *software* (videojuegos, contenidos digitales, etc.), o que requieren de un importante componente creativo (arquitectura, publicidad, etc.). Sin embargo, aunque esta interpretación de la UNCTAD sobre la economía creativa puede resultar adecuada en una primera aproximación a este concepto, pierde valor al acercar la escala. La escasa relación que guardan entre sí estos sectores, su heterogeneidad interna, o la existencia de actividades creativas fuera de los mismos exige desarrollar un nuevo enfoque que ponga en relieve las diferentes manifestaciones de la creatividad en las distintas esferas que componen el desarrollo económico y territorial.

3. Ciudades creativas

La ciudad creativa es un concepto que surgió de las ciencias económicas, especialmente de la llamada economía creativa, y durante los últimos diez años ha sido objeto de estudio por parte de un sinnúmero de autores e investigadores de todos los continentes, y de muchas disciplinas, por lo que actualmente se cuenta con una amplia literatura al respecto. Sus principales promotores, Richard Florida y Charles Landry¹ (Herrera-Medina et al 2013).

Las sociedades post-industriales han descubierto en la creatividad un medio para mantener su hegemonía económica, transformando el conocimiento en una mercancía. La idea de la cultura como motor para el desarrollo económico y la creación de una “imagen de ciudad” aparece en paralelo a iniciativas como la Capital Europea de la Cultura y se correspondía fielmente con el potencial regenerativo que presenta esta iniciativa (Hermansen 2012). El interés por introducir este concepto en las agendas políticas de muchas ciudades, tiene su núcleo en la aspiración a

[1] Florida, Richard (2005, 2005a, 2017), Landry (2017).

convertirse en ciudades creativas, apareciendo nuevas dinámicas de competencia entre ciudades y toda una literatura sobre todo aquello que una ciudad debe llevar a cabo para transformarse en una ciudad creativa.

El impacto de esta idea puede apreciarse en iniciativas tan diversas como el lanzamiento del programa UNESCO Red de Ciudades Creativas en 2004, la proclamación en 2009 como Año de la Creatividad y la Innovación por la Unión Europea, y el reconocimiento otorgado por el gobierno británico² a Richard Florida y Charles Landry, autores del concepto de ‘clase creativa’ (Landry 2017, Florida 2005, 2005^a, 2017). El concepto de ‘ciudad creativa’ (Florida 2005), promueve el rol de la creatividad como motor principal del desarrollo económico en la ciudad.

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

4. Clase creativa o ciudad creativa. Lectura crítica

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

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

Los conceptos de economía creativa y de ciudad creativa han generado una fuerte polémica, derivada tanto de su ambigüedad teórica y conceptual como de

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

la asociación de algunos de los estudios con mayor resonancia, como el de ‘clase creativa’, popularizado por Richard Florida (2005, 2005^a, 2017), a políticas que redundan en la segregación espacial de la ciudad o, directamente, en la aplicación de recetas neoliberales. Varios autores han señalado que el discurso sobre la economía creativa abarca varios sectores con poca o ninguna relación entre sí, incapaces de amoldarse a la idea de “clase”.

Markusen (2006) sostiene que los conglomerados que conforman las llamadas clases creativas son agrupados únicamente sobre la base del nivel educativo y con poca relación demostrable con la creatividad. Esta configuración de la economía creativa se relaciona a intereses de determinados grupos (grandes conglomerados audiovisuales, de software, etc.) de extender y reforzar el reconocimiento de la propiedad intelectual y de los derechos de autor a escala global. Sin embargo aunque esto ha llevado a incluir a los verdaderos creativos (artistas, músicos, desarrolladores o escritores) también incluye a aquellos sectores encargados de la mera reproducción de los productos, lo que no suma creatividad y supone una debilidad teórica del concepto de economía creativa, llevado a cabo a partir de una selección arbitraria³.

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

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

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

5. Ciudades creativas en Chile

En Chile el concepto de creatividad ha venido sonando a nivel de política pública y acción estatal principalmente desde la última década, marcando un hito cuando el Consejo Nacional de Innovación para el Desarrollo CNID, órgano asesor de la Presidencia de la República⁴, incorpora al sector denominado Economías Creativas dentro de los 31 sectores priorizados por la Estrategia de Innovación y Competitividad. La definición de Economía Creativa que utiliza el Estado chileno es la acuñada por la UNCTAD en su informe de Economía creativas el año 2010: Conjunto de actividades económicas que originadas en la creatividad, habilidad y talento individuales, presentan un potencial para la creación de riqueza y empleos por medio de la generación y explotación de la creatividad y su consecuente propiedad intelectual.

En este contexto, a finales de ese mismo año se aprueba el Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa (PNFEC), el cual buscaba transformarse en una plataforma que ponga en valor la creatividad y la cultura que se posee, y que ésta se entienda como un agente real de dinamización económico y cultural⁵. Cabe contextualizar este debate con cifras económicas que sitúan la realidad internacional y nacional respecto de las industrias creativas:

Al año 2011, las exportaciones mundiales de bienes y servicios creativos alcanzaban USD\$646 mil millones, y el 14% de éstas se originó en las Américas.

A nivel mundial entre el 2002 y 2011 la exportación de bienes y servicios creativos creció un 134% y son el quinto rubro en el mundo a nivel de ventas.

En Latinoamérica y el caribe las exportaciones de este sector alcanzan alrededor de USD\$18,8 mil millones anuales contribuyendo con una fuerza laboral de más de 10 millones de trabajadores.

En el mundo la industria creativa es una importante impulsora del empleo generando en algunos países de Latinoamérica entre el 5% y el 11%. Es importante destacar que el empleo generado por esta industria es mayoritariamente ocupado por jóvenes.⁶

A nivel nacional, el aporte de este sector al Producto Interno Bruto de Chile (PIB) hoy sólo llega a un 1,6%, cifra que puede verse relevante, pero si se compara con otros países, Chile se ubicaría muy por debajo de países de escala internacional como Inglaterra, pero también por debajo de las tasas latinoamericanas, donde Perú por ejemplo, presenta valores de 2,3% y Brasil y Colombia se ubicarían con cifras cercanas al 3%. El Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad, determinó en uno de sus estudios, que la creatividad es uno de los sectores con más potencial

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

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

[6] CORFO 2016; Ficha resumen ejecutivo Programa Valparaíso ciudad creativa: s/n.

de crecimiento en los próximos 10 años. El patrón exportador de Chile es poco sofisticado, sólo 490 empresas explican el 98% de lo que Chile exporta. Si además se considera que de las 197.000 pymes que hay en Chile solamente 3.600 exportan.

En este contexto se creó el Programa Estratégico de Economía Creativa en el Ministerio de Economía, a través de CORFO y su línea Transforma, el cual busca ser una política industrial, pero a la vez también social y económica, donde la articulación interinstitucional y la territorialidad sean ejes transversales, y donde se invita a distintos actores claves en la materia a participar (del ámbito público, privado, la academia y la sociedad civil). El Programa Estratégico de Industrias Creativas tiene entre sus metas duplicar para el 2025 el número de empresas del rubro, sus ventas, sus exportaciones, así como las carreras creativas impartidas en el país y los puestos de trabajo asociados a este rubro.⁷ Para ello, a la fecha se han implementado el Programa Chile Creativo a nivel nacional y tres iniciativas regionales, las cuales reconocen y buscan fortalecer la vocación productiva de tres territorios.⁸

5.1. Estrategias Supra-nacionales

El enfoque creativo-cultural UNESCO pone su foco en el potencial de desarrollo creativo-sociocultural, no sólo a nivel económico. Es el caso del proyecto Red de Ciudades Creativas, iniciativa UNESCO que también se encuentra presente en el territorio chileno, en la ciudad de Frutillar, y que busca ampliarse y consolidar el principio creativo en otros territorios. Esta propuesta liga directamente a la creatividad con la producción cultural, e identifica siete ámbitos de desarrollo creativo: artesanía y artes populares, artes digitales, cine, diseño, gastronomía, literatura y música. En la Red, las ciudades se comprometen a compartir sus buenas prácticas y a desarrollar vínculos que asocien a los sectores público y privado y a la sociedad civil para:

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

Cabe destacar que esta propuesta integra el concepto de desarrollo sostenible, sacándolo del ámbito netamente económico hacia una visión que contempla aspectos sociales, culturales y ambientales; de hecho el programa Ciudades Creativas se declara como un socio clave de la UNESCO para la implementación de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, específicamente relacionado con su objetivo de desarrollo sostenible N°11 denominado: Ciudades y comunidades sostenibles, que tiene como meta hacer de las ciudades espacios inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.⁹

[7] (<http://www.chiletransforma.cl/sector-economia-creativa/>).

[8] (Informe anual, Chile Creativo, 2016-2017: 15).

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

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

5.2. Programa Chile Creativo

Es una iniciativa de fomento industrial, que busca reducir la dependencia de los recursos naturales y diversificar la economía país en base al talento de las personas. Para ello prioriza cuatro subsectores de la economía creativa: música, editorial, diseño y audiovisual (incluyendo esto cine, televisión, servicios de producción audiovisual, animación y videojuegos). Su objetivo principal consiste en aumentar la exportación de bienes y servicios creativos, trabajando en cinco líneas transversales¹⁰ con la visión de que en el año 2025 el sector creativo chileno esté plenamente integrado dentro de la economía creativa global, exportando bienes y servicios basados el talento de individuos y colectivos creativos. De esta manera, será reconocido como una actividad productiva consolidada que, más allá de su importancia social y cultural, genera riqueza y empleo de manera sustentable e inclusiva.¹¹

5.3. Programa estratégico regional valparaíso ciudad creativa, innovadora y sustentable

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

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

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

creativas del territorio. Dentro de su cartera de acción las áreas priorizadas son: el patrimonio urbano, el turismo cultural y recreativo, y los servicios creativos; estas áreas se desarrollarán en base a cuatro líneas de acción transversal: Comercialización e internacionalización, Innovación y Creatividad, Inversión y acceso a Financiamiento, y Asociatividad y Colaboración.¹²

5.4 Concepción crea y produce

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

5.5 Programa estratégico regional Valdivia Creativa

Iniciativa que busca unir el rol del desarrollo económico y el desarrollo urbano, haciendo alianzas de trabajo entre el sector privado, público, sociedad civil y academia. El objetivo es que Valdivia sea reconocida como una Ciudad Creativa con uno de los ecosistemas emprendedores más robustos de Latinoamérica, con oportunidades para emprender negocios globales basados en creatividad, conocimiento e innovación, transformando de esta forma su matriz productiva. Su estrategia de intervención focaliza en 3 sectores creativos, las industrias audiovisuales, de la música y la industria digital y que presentan mayor desarrollo.

6. Valparaíso: ¿Clases creativas o comunidades creativas?

Desde la apertura del canal de Panamá la ciudad de Valparaíso ha sido afectada directamente en su actividad económica. Además, la influencia de los modos de vida americano afectaron los procesos de localización y de preferencias habitacionales. Las personas que pueden elegir donde vivir, van abandonando inexorablemente el centro de la ciudad, creando así un paulatino crecimiento de la ciudad vecina, Viña del Mar. Y hoy, la prueba de que este proceso no se ha detenido, es que los mejores barrios se encuentran aún más al norte, en la ciudad de Concón. Este fenómeno se produce en todas las naciones latinoamericanas. Junto al incremento del acceso al automóvil, la clase media se incorpora también a “elegir” donde vivir. Así, la llamada cuenca del Aconcagua y la vía troncal sur que aúna las ciudades de Quilpué, Villa-Alemana, Limache, Olmué, Quillota, Calera, San Felipe y Los Andes, se han poblado de distintos tipos de conjuntos de viviendas, de variados niveles socioeconómicos

[12] (<http://www.valparaísocreativo.cl/>).

alejándose de la ciudad de Valparaíso y produciendo segregaciones en el ámbito de la ciudad receptora. Entre las implicancias se cuentan la emergencia de poli-centros de oferta cultural y comercial de bajo valor. El “Mall”.

6.1 La ciudad capital, la tugurización y gentrificación

En Santiago siguen creciendo aceleradamente las “ciudades Industriales” próximas al aeropuerto. La industrialización constituye la actividad propia del proceso de producción de las sociedades modernas en los últimos dos siglos¹³. El proceso neoliberal de la economía afecto fuertemente a la ciudad produciéndose el cierre y traslado de numerosas industrias de la zona en un primer momento sin poder afrontar la crisis de la sustitución de importaciones ni la nueva economía de servicios. Esto conlleva un problema importante para una ciudad: la pérdida de población que acentúa la tugurización. Muga y Rivas (2009) publican un cuadro sobre población en su texto “Mutaciones y Cambios en la estructura urbana del área metropolitana de Valparaíso”¹⁴, y aseguran que la población ha disminuido de 282.840 a 275.982 habitantes entre el año 1992 al 2002. Esto es un índice claro de que no cumple con el epítome de una ciudad moderna, esto es “La ciudad moderna es una magnitud altamente dinámica; su esencia consiste en su permanente transformación y su continuo desarrollo”¹⁵

Santiago ejerce una atracción de la producción y servicios, generando la tendencia regional a constituirse en una zona dormitorio. La conversión de zonas patrimoniales de habitación tal como el barrio “Cerro Alegre”, construido principalmente por inmigrantes ingleses en el siglo XIX, en restaurantes y pequeños hoteles “boutique” agudiza los fenómenos de tugurización y gentrificación producto del neoliberalismo de la política y economía a partir de fines de los años 70. Antiguas áreas residenciales de familias se gentrifican y servicios clásicos de barrio como peluquerías y sastrerías decaen. También las oportunidades de trabajo, quedando solo los servicios vinculados al estado y las Universidades. Estas últimas como el gran motor económico de la ciudad.

6.2 Ciudad creativa por instituciones

Valparaíso, pese a su desfavorable desarrollo ha estado siempre ligada a la cultura y la innovación, siendo parte del centro histórico de la ciudad declarado patrimonio de la Humanidad UNESCO en 2003.¹⁶ Es la capital de la provincia y de la región que lleva su nombre, y además es la sede del Poder Legislativo de la nación desde 1990 y aloja al único Ministerio del país que no se ubica en la capital, justamente del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

[13] <http://www.flacsoandes.edu.ec/biblio/catalog/resGet.php?resId=22045>

[14] http://geografia.uc.cl/images/serie_GEOlibros/del_pais_urbano/Eliana_Muga_Marcela_Rivas.pdf

[15] www.constelaciones-rtc.net “La emancipación del valor de cambio respecto al valor de uso. Reflexiones para una teoría de la mercancía en la obra de los Pasajes” Ottmar John, pág. 81

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

En la actualidad, Valparaíso sigue siendo uno de los puertos más relevantes de Chile, y aunque durante décadas viene arrastrando una situación de deterioro económico y urbano que afecta directamente la calidad de vida de sus habitantes, forma parte junto a otras ciudades de la tercera concentración urbana más importante del país¹⁷. En cuanto a su población, según el resultado preliminar del pre censo del año 2017 realizado por el Instituto Nacional de Estadística, la comuna de Valparaíso tiene 296.655 habitantes, lo que corresponde al 16,33 % de la población de la región, donde la mayoría de la población es urbana (99,8%) y existe un 49% de hombres y un 51% de mujeres¹⁸. En la esfera económica, Valparaíso contaba en el año 2012 con 12.260 empresas, correspondientes al 12% de las empresas de su región y tan solo al 1,24% de las del país. Las empresas existentes se caracterizan por ser mayoritariamente pequeña y mediana empresas, (76,1% y 20,1% respectivamente) otorgando a su vez la mayor parte del empleo, y donde las medianas y grandes empresas una excepción, representan un 3,8% del total (PNUD 2014).

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

No obstante, el Ministerio de economía a través de CORFO decidió establecer ahí uno de los 3 programas territoriales de fomento de las economías creativas y fortalecer la vocación del territorio como una ciudad creativa¹⁹. Para CORFO distintas ventajas comparativas y factores relacionadas directamente con el desarrollo de industrias creativas constituyen las razones para focalizarse en Valparaíso. Según un catastro de industrias creativas realizado a nivel nacional el año 2014, donde la Región de Valparaíso se encuentra dentro de las regiones con un mayor tejido vinculado a la Economía Creativa, donde el 3,2% del total de empresas existentes pertenecen a este sector lo que genera un 4,5% de la Mano de Obra Dependiente. No obstante ante este importante número de empresas, estas sólo representan el 0,54% de las ventas totales de la región lo que dista mucho del 1,6% del promedio nacional²⁰ situación que mostraría un contrasentido, alta presencia pero baja productividad.

Otras ventajas comparativas son una marca ciudad reconocida a nivel nacional e internacional, en lo que ha influido positivamente su denominación UNESCO

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

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

[19] <http://www.valparaisocreativo.cl/>

[20] CORFO: resumen ejecutivo Programa: Valparaíso ciudad creativa, sustentable e innovadora.

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

CORFO quiere establecer un nicho económico, habla de vocación creativa, aunque sin reconocimiento de este importante factor de generación social de la creatividad relacionada a este territorio. La municipalidad lo reconoce y quiere lograr su reconocimiento a través de conseguir la denominación de Ciudad Creativa de UNESCO, pero también lo identifican otros actores clave de la ciudad como lo son las universidades y la ciudadanía en general, donde también se dan nuestras claras de un “actuar o interés” creativo comunitario. La estrategia de CORFO, desarrollar un nicho económico, atraer capital humano especializado en sintonía con el enfoque de ‘clase creativa’ de Richard Florida (2017), pone en riesgo la capa de sedimentación de habitabilidad vernacular de esta ciudad y sus vocaciones creativas, dejando de lado el factor identitario de las comunidades creativas de Valparaíso, ciudad que cuenta con una larga trayectoria de innovación y creatividad social, y cuya historia y trayectoria, sin duda determinó el territorio que hoy habitamos.

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

6.3 Comunidad creativa por tramas de habitabilidad

Por otro lado, la identidad comunitaria creativa de Valparaíso, tanto en el presente como en prospectiva puede ser un vector decisivo en direccionar la política pública local en materia de sustentabilidad urbana. Valorar las prácticas de las comunidades creativas en las estrategias públicas de gestión urbana a escala local como vectores de desarrollo urbano sustentable resulta crucial, para la protección del verdadero patrimonio de esta ciudad, los campos de sentido que construyen sus tramas de habitabilidad vernacular.

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

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

Valparaíso ya cuenta con una larga trayectoria de innovación y creatividad social que no ha sido dimensionada numéricamente, pero que es posible identificar en su historia y trayectoria, y que sin duda determinó el territorio que hoy habitamos. Estos distintos factores enunciados nos hablan de una potencialidad material y física para el desarrollo económico de industrias creativas. Sin embargo, la generación de la creatividad relacionada a este territorio por parte de las comunidades creativas queda en un plano ausente todavía. Una muestra de ello, es por ejemplo la existencia de iniciativas universitarias ligadas al desarrollo territorial en base a factores de innovación y creatividad, donde una de las incitivas más destacadas lo conforma el Núcleo de Creatividad de la Universidad de Playa Ancha. Otras lo pueden ser la ejecución de la VIII Jornada Internacional de Ciudades Creativas Kreanta, la cual se llevó a cabo en noviembre del 2016 con un fuerte énfasis ciudadano. Otras iniciativas que refuerzan la vocación creativa a nivel social de esta ciudad lo son por ejemplo la forma de operar del centro Comunitario Patio Volantín, la estrategia rural-urbana Piuke Co, el fomento de economías alternativas ligadas al desarrollo formal del cooperativismo, entre otros.



Figura 1. Creatividad esencial como eterna recombinación de lo conocido Foto: Ana Schübelin, Niklas wandt (2016).

La esencia de la creatividad es su aptitud para hacer cosas que, desde la perspectiva humana, parecen casi imposibles. Concebir aquello que antes no existía. Hay ciudad donde hay espacio común y no solamente rutas, y no hay donde los espacios públicos son rotondas de circulación, convertidas en enormes zonas abiertas, sin gente, en lo diluido, homogéneo y disperso, en la modernidad líquida (Bauman 2006). La transición entre lo público y lo privado se filtra, diferenciando intimidades. Estos filtros y tamices regulan el despliegue de actividad doméstica hacia lo público. Pero también puede estar menos definida, en muchos casos apenas existe un ámbito intermedio o de transición entre el territorio privado y el realmente público.

En la “buena” ciudad, uno traspasa de un entorno habitacional al otro sin saber exactamente donde termina el primero y empieza el otro. Los espacios comunes son espacios apropiados, con pertenencia y permanencia. Son comunitarios, tienen un carácter semipúblico, mientras que la plaza del ayuntamiento de la ciudad es un espacio totalmente público. La ciudad en sus distintas escalas requiere espacios comunes con una estructura diferenciada, es decir calles mayores, calles laterales, plazas principales y secundarias. Los habitantes deben tener la oportunidad de diseñar la narrativa e interactuar entre proyecto y proceso para disponer espacios acogedores donde los usuarios que la configuran se conozcan, como también las familias a los vecinos del entorno. Donde los hijos vayan a escuelas y guarderías en el barrio, jueguen en jardines y plazas y donde los vecinos realicen a diario sus compras en las tiendas que están en su edificio o en el edificio de al lado. El uso del espacio común contribuye a mantener su identidad. Su entorno es esencia de arraigo en el barrio. Para el ejercicio de la producción de la sociedad barrial se necesitan soluciones propositivas en vez de imposiciones normativas; para solventar las necesidades de convivencia social proponer lo participativo, implicando a todos los agentes en la elaboración y mantenimiento del espacio público.

7. Discusión y conclusiones

La creatividad no es sólo una fuente de desarrollo económico, sino que se identifica como una fuente de desarrollo integral para el espacio territorial, influyendo no sólo en su economía, sino reconociendo y promoviendo su incidencia cultural y social. Existen otros ámbitos económicos, generalmente excluidos, la propia cultura en sí misma o el compromiso social con capacidad para impulsar el desarrollo económico y territorial a partir de la creatividad y que incluso podrían sufrir expulsión como consecuencia de la llegada de clases creativas a determinados espacios centrales en la ciudad y de la puesta en marcha de dinámicas de gentrificación en los espacios que ellos contribuyeron a “poner en valor” con el inicio de su actividad y que son el origen de algunos barrios creativos europeos.

Su introducción en los procesos económicos puede tener efectos positivos como la mejora de la competitividad de las empresas, el aumento del valor añadido de sus actividades o la disminución del riesgo de deslocalización. Sin embargo, lo argumentado hasta ahora en favor de la economía creativa no basta para que la creatividad en sí misma sea en la actualidad uno de los motores clave para el desarrollo territorial y para afirmar que determinados sectores “emergentes”

empleen dicha creatividad en su funcionamiento. Más aún, la diferencia entre clases sociales se está agudizando; la vivienda se dispara en los centros líderes de la economía creativa; las estructuras familiares se están reorganizando; el estrés y la ansiedad se apoderan de la gente porque la creatividad y el trabajo mental se han convertido en las fuerzas de trabajo esenciales. Estas externalidades están solamente empezando a sentirse. Sin una acción concertada, sin duda continuarán agudizándose. Por eso no se puede perder de vista su influencia en la sociedad.

Para avanzar hacia una planificación que considere los significados y facilite conductas y estilos de vida más sustentables, el ámbito de la acción planificadora debe ser la vida cotidiana, que tiene reglas de producción y reproducción que le son propias. Y se logra, generando espacios comunitarios, socio-espacialmente diversos a escala humana, de socialización y aprendizaje, que faciliten la generación de vecindad y promuevan la emergencia de sentimientos de comunidad. La magia de una gran ciudad se debe a la enorme y múltiple especialización de esfuerzos humanos que se da en ella. En la medida que la arquitectura de lo común sea depositaria de estos hábitos de prolongación de la vida doméstica, satisfaga las necesidades de la vecindad, los espacios públicos serán los soportes de los hábitos de relación social e instrumentos para promover la convivencia.

En la esfera de los movimientos sociales pueden encontrarse iniciativas que, sin perder sus rasgos iniciales (inserción social, reivindicación, alteridad), buscan acercarse a las actividades económicas para permitir un modo de subsistencia a sus protagonistas. En otras ocasiones sus objetivos son la innovación social, de manera que se produce una “reconciliación” entre la creatividad y el desarrollo urbano desde un punto de vista socialmente sostenible, definida por la presencia de grupos de personas unidas por el objetivo de dar respuesta a una necesidad social. Pueden verse de manera creciente en determinados barrios de la ciudad. Son espacios alternativos, en ocasiones incluso contra-culturales o contra-ideológicos, comunidades creativas que corren el riesgo de ser expulsados por la llegada de nuevos segmentos sociales, pertenecientes también a las clases creativas o de quedar estancados por la acción del sector público y la conocida evolución de éste desde una actitud gestora hacia otra de empresarismo urbano que beneficie a los capitales privados (Harvey, 1989).

En la medida que la arquitectura de lo común sea depositaria de estos hábitos de prolongación de la vida doméstica, satisfaga las necesidades de la vecindad, los espacios públicos serán los soportes de los hábitos de relación social e instrumentos para promover la convivencia. El espacio común no debe ser sólo ágora para el conflicto y el debate, sino un ámbito de habitar el tiempo libre, convertido en tiempo de consumo, descanso, paseo y la diversión. Un espacio paradigma de arquitectura del que nunca somos excluidos.

La vida en los espacios comunes se ha incrementado significativamente, muy por encima y mucho más allá de las actividades comerciales ampliadas (Gehl 2015). Se ha desarrollado una completa vida ciudadana, social y recreativa. La ciudad es promesa de actividad, proclamada con el atractivo de lo múltiple y especializado, del tránsito, de lo objetual y de lo superficial, de lo íntimo y de lo cosmopolita a la

vez. Lugar, de uso y juego, donde los habitantes se reúnan en torno al símbolo, al juego y a la fiesta o celebración (Gadamer 1991). Para que algo se considere creativo debe ser nuevo. La novedad es la condición más importante de la creatividad. Sin embargo, la novedad descontextualizada no es significativa. Lo nuevo debe ser considerado en relación a su impacto y relevancia social, a la 'profundidad' de un acto social. Un acto creativo es útil, y sirve a dos propósitos. El primero, distinguirse de productos e ideas que pueden ser novedosos pero de poco valor social. Segundo, determinar el grado en que contribuye efectivamente a la sociedad. Ciertas ideas, especialmente aquellas que provocan cambios de paradigma, poseen una gran profundidad creativa. Crear una nueva idea o producto no es en sí suficiente; debe ser además socialmente validado.

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

Bibliografía

- CASTELLS, Manuel (1996) La era de la información. En: Economía, sociedad y cultura. Vol. 1 siglo XXI 1996. México DF.
- FLORIDA, Richard (2005) Cities and the Creative Class. Routledge.
- FLORIDA, Richard (2005a) The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent,. HarperBusiness, HarperCollins.
- FLORIDA, Richard (2017) The New Urban Crisis: How Our Cities Are Increasing Inequality, Deepening Segregation, and Failing the Middle Class—and What We Can Do About It, 2017. Basic Books.
- GABRIEL, M. (2013) Warum es die Welt nicht gibt. Ullstein Verlag. Berlin.
- GABRIEL, M. (2015) Por que 'el mundo no existe. Ed. Pasado/Presente. Barcelona.
- GADAMER, Hans Georg (1991) La actualidad de lo bello. Paidós Ibérica.
- GEHL, Jan (2015) Städte für Menschen, JOVIS Verlag, Berlin.
- HARVEY, David (1998) La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural. Amorrortu editores, Buenos Aires.
- HERMANSEN, Christian (2012) Arquitectura y Creatividad . En: Revista Diseña 4. PUCCH. <http://www.revistadisena.com/arquitectura-y-creatividad/>
- HERRERA-MEDINA, Eleonora; Bonilla-Estévez, Héctor; Molina-Prieto, Luis (2013) Ciudades creativas: ¿paradigma económico para el diseño y la planeación urbana?. En: Revista Bitácora Urbano Territorial [en línea] 22: Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74829048002>> [consulta: 17 de julio de 2018]
- LANDRY, Charles (2017) The Civic City in a Nomadic World. NAI Uitgevers / Publishers Stichting
- Markusen, Ann (2006) Urban Development and the Politics of a Creative Class: Evidence from a Study of Artists. Research Article Volume: 38 issue: 10, page(s):

1921-1940 <https://doi.org/10.1068/a38179>

MUGA, E; RIVAS, M. (2009) "Mutaciones y Cambios en la estructura urbana del área metropolitana de Valparaíso. En: Hidalgo, R.; De Mattos, C.; Arenas, F. (eds.) Chile. Del país urbano al país metropolitano. Pontificia Universidad Católica de Chile. Serie Geolibros N° 12. Colección EURE-Libro. Pp. 201-223. Santiago.

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

UNCTAD (2008) Economías creativas reporte 2008.