

ECONOMÍA CREATIVA Y TERRITORIO

PATRICIA FLORES DUARTE

Analista Técnico, Programa Chilecreativo, CORFO. Diplomada en Gestión Cultural y estudios de Licenciatura en Filosofía, Universidad de Chile.

1

Rogers, R. (1997). *Cities for a Small Planet*. London: Faber & Faber.

2

Landry, C. (2011). *Beyond the Creative City*.

Hoy en día, en que la elección de dónde vivir se está convirtiendo en una de las decisiones más importantes de las personas, es fundamental considerar el papel que puede jugar la economía creativa como motor de desarrollo territorial de barrios, ciudades y regiones, respecto a cómo generar cambios e innovaciones que mejoren la calidad de vida de sus habitantes.

La economía creativa ocurre en las “ciudades creativas”, complejos urbanos que ponen la innovación y la creatividad en el centro de sus estrategias de desarrollo. Son espacios donde actividades culturales, de innovación y tecnología son un componente esencial en el desarrollo de la economía de la ciudad y en donde son sus propios habitantes quienes, de manera colaborativa y participativa, generan propuestas para sus principales desafíos, disminuyendo así desigualdades y promoviendo una mayor cohesión social.

Los problemas a los que se enfrentan actualmente las ciudades, como contaminación, criminalidad y segregación social, solo pueden solucionarse a través de una participación activa de los ciudadanos —junto a su gobierno— en la creación de un nuevo entorno urbano sostenible.

Una ciudad bella, justa, creativa, ecológica, compacta, comunicativa y diversa es el paradigma de la gestión y planificación urbana (Rogers, 1997)¹. Lo cierto es que no todas las ciudades tienen el mismo potencial creativo ni las condiciones para desarrollarlo. Para atraer talento, las ciudades deben ofrecer una alta calidad de vida, lo cual significa que estas son también generadoras mayores de capital y valor culturales.

En el caso de Chile, considerando su particular constitución territorial, que se traduce en una amplia diversidad cultural, se hace imperativo contar con una mirada territorial descentralizada para la toma de decisiones, valorizando las singularidades locales de cada territorio específico. Hasta el momento, contamos con diversas iniciativas público-privadas tanto a nivel regional, de ciudades y de barrios, en que la economía creativa se pone al servicio del territorio y de sus habitantes.

Tal es el caso del proceso de renovación o revitalización de una ciudad o de un barrio, el cual es, en gran medida, un proyecto cultural, dado que no solo implica la transformación física del aspecto exterior y las infraestructuras urbanas, sino también requiere un cambio de creencias y percepciones de sus ciudadanos. La cultura cuenta con recursos narrativos y visuales poderosos para explicar la visión del cambio, crear motivación e involucrar activamente a los ciudadanos en el proceso (Landry, 2011)².

Distintas acciones centradas en la cultura ayudan a este propósito. Podemos tomar como ejemplo el caso del Barrio Lastarria, barrio céntrico de la ciudad de Santiago, el cual a través de diferentes iniciativas se ha transformado en un clúster de actividad cultural, contribuyendo a su revalorización y al empoderamiento de sus habitantes, a través del reforzamiento de la identidad y cultura locales, potenciando la oferta cultural y patrimonial como eje turístico con el resurgimiento de espacios públicos, preservando la identidad barrial y, finalmente, generando una marca territorial que promueve a la ciudad.

En este contexto, los barrios céntricos de las ciudades que apuestan por la economía creativa o el turismo cultural se están convirtiendo en importantes factores de atracción y diferenciación respecto de otros productos y destinos. A mi modo de ver, el desafío está en tomar lo que nos ofrece la economía creativa y transformarla en una oportunidad para la ciudad, en una alternativa válida de vida urbana de quienes “hacen ciudad”.