

La gobernanza de los territorios ‘inteligentes’

Los primeros análisis sobre el fenómeno de la globalización sugerían implícita o explícitamente, que lo global se definía por la supresión de lo local y disolvían los espacios físicos en una totalidad virtual. Sin embargo, en el contexto de una economía del conocimiento la relación entre el ámbito global y el local está dando lugar a nuevas realidades, y se plantean oportunidades inéditas para la configuración de espacios urbanos o regionales. En este artículo se analiza por qué se ha venido revalorizando recientemente la importancia de lo local, qué formas de inteligencia colectiva pueden realizarse en el plano territorial, de qué modo se lleva a cabo la promoción de la creatividad en tales espacios y qué tipo de gobernanza corresponde a estos nuevos espacios.

Globalizazioaren fenomenoaren lehen analisiek iradoki egiten zuten, modu inplizituan edo esplizituan, globaltasuna tokian tokikoaren desagerpenak definitzen zuela, eta espazio fisikoak osotasun birtual batean disolbatzen zitzuten. Ezagutzaren ekonomia baten testuinguruan, alabaina, esparru globalaren eta tokian tokikoaren arteko erlazioak errealtitate berriei bide ematen die, eta espazio urbanoak eta eskualdekoak eratzeko aukera orain arte ezezagunak sortzen ari dira. Artikulu horretan aztertzen da zergatik ari den berriro tokian tokiko balioa hartzen, adimen kolektiboaren zein forma burutu daitezkeen lurralde-mailan, nola sustatzen den sormena halako espazioetan, eta zer gobernantza mota dagokien espazio berri horiei.

The first analysis about the globalization phenomenon came about, implicitly or explicitly, that the term global was defined by its suppressing of all things local and dissolved physical spaces in a complete virtual. However, in the context of a knowledge economy the relation between the global and regional sphere is giving room to new realities, and it considers unprecedented opportunities for the configuration of urban or regional spaces. This article analyses why there has been a recent revaluing of local things and which ways of collective intelligence can be carried out at territorial level, in which way creativity promotion in such spaces can be carried out and what kind of governance corresponds to these new spaces.

ÍNDICE

1. Introducción
2. Una nueva articulación de lo global y lo local
3. Formas de inteligencia colectiva
4. Geografía de la creatividad
5. Gobernar la sociedad del conocimiento
6. Conclusiones

Palabras clave: gobernanza territorial, global y local, creatividad, conocimiento.

Keywords: territorial governance, local and global, creativity, knowledge.

N.º de clasificación JEL: H77, D85.

1. INTRODUCCIÓN

El estudio acerca de la gobernanza territorial debe partir de un análisis acerca de la globalización que tenga en cuenta los matices que se han venido introduciendo últimamente frente a las primeras teorías, más bien abstractas y homogeneizadoras, poco sensibles hacia lo local. La relación entre el ámbito global y el local está dando lugar a nuevas realidades, que matizan algunas simplificaciones a las que veníamos acostumbrándonos y que hablaban de una victoria sin matices de lo global. En el contexto de una economía del conocimiento estas nuevas circunstancias plantean oportunidades inéditas para la configuración de espacios —urbanos o regionales— que pueden definirse por un trabajo intensivo en el conocimiento. Se establece así una geografía económica de la creatividad que requiere no pocas modificaciones en la manera de gobernar los territorios. Es objetivo de este

artículo analizar precisamente por qué se ha venido revalorizando recientemente la importancia de lo local, qué formas de inteligencia colectiva pueden realizarse en el plano territorial, de qué modo se lleva a cabo la promoción de la creatividad en tales espacios y qué tipo de gobernanza corresponde a estos nuevos espacios.

2. UNA NUEVA ARTICULACIÓN DE LO GLOBAL Y LO LOCAL

Los primeros diagnósticos acerca de la globalización sugirieron una teleología que era insensible para la contextualización local; implícita o explícitamente, consideraban que lo global se definía por la supresión de lo local y disolvían los espacios físicos en una totalidad virtual. Los más audaces aseguraban incluso que la geografía había muerto y, con ella, la distancia. El espacio, en el sentido de un sustrato mate-

rial, parecía haberse convertido en algo casi irrelevante. Hay quien deducía de ello que el tiempo ha aniquilado al espacio (Harvey, 1990: 299), que vivimos en una «sociedad atópica» (Willke, 2001), en la que se ha producido una «bagatelización del lugar» (Luhmann, 1997: 152).

Al mismo tiempo, las teorías de la globalización nos han acostumbrado a contraponer los flujos y los lugares, como si se tratara de dos lógicas territoriales separadas e incluso contrapuestas. Es verdad que el principio de territorialidad está sometido actualmente a una gran incertidumbre (Badie, 1995; Innerarity, 2004); circuitos financieros, intercambios comerciales, difusión de ondas e imágenes, migración de personas, solidaridades religiosas, culturales o lingüísticas parecen pesar más que nunca en la frágil cartografía del mundo. Probablemente sea exagerado hablar del fin de los territorios; pero no cabe duda que la gravedad del espacio ha cedido el paso a una territorialidad difusa, ambigua y versátil. La escena mundial acoge actualmente un conjunto de estrategias políticas, económicas y sociales que contradicen el principio de territorialidad. Por lo general, las lógicas de la movilidad se imponen sobre las de territorialización.

Sea de ello lo que fuere, es verdad que experimentamos una relativización de la distancia, de lo cercano y lo lejano, que sacude las localizaciones fijas y estables. Por supuesto que la globalización ha convertido en un concepto inservible la idea de que las realidades sociales se construyen en unidades territoriales delimitadas y de acuerdo con la cual la política, la cultura y la identidad han de ser pensadas como isomorfas, es decir, como coextensivas en el espacio de una unidad territorial. Los territorios ya no son espacios-container, sino lugares

que adquieren diversas formas de articularse con el mundo en función de lo que esté en juego. En cualquier caso, las realidades sociales ya no pueden ser pensadas en categorías espaciales totalizantes.

El discurso corriente acerca de la globalización y sus consecuencias está lleno de malentendidos. Uno de ellos es la idea de que la desterritorialización supone que los límites y las diferencias se disuelven completamente. Quienes aseguran que *«the world is flat»* (Friedman, 2007) no han entendido que la deslimitación de los espacios es sólo un fenómeno en el proceso de una nueva territorialización. El mundo no es «plano» sino desigual y dispar, como se pone de manifiesto, negativamente, en los fenómenos de injusticia y exclusión, pero también en los factores de competitividad que están vinculados a las diferencias territoriales. El espacio no se ha vuelto irrelevante sino diverso.

La incapacidad para reconocer la naturaleza dialéctica entre el plano global y el plano local, junto con la tendencia a considerar las relaciones entre los actores en términos de ganadores y perdedores absolutos, ha dado lugar a interpretaciones que explican poco y orientan menos. La idea de que lo global, en una especie de juego de suma cero, gana todo lo que pierde progresivamente lo local, es un fallo categorial.

Las teorías de la desterritorialización piensan como si lo local equivaliera a lo territorial y lo global fuera un proceso que hiciera irrelevante el espacio. Ahora bien, el hecho de que se impongan estándares globales de racionalidad no equivale necesariamente a la uniformización cultural. Las culturas locales y los flujos globales no deben ser entendidos como una contraposición. Lo local no es una esfera de compen-

sación de lo global. Más bien ocurre que los acontecimientos globales irrumpen, son apaciguados o fortalecidos en contextos locales. Edward Casey ha propuesto tematizar los lugares como productos del encuentro entre distintas historias, una noción del lugar cuya especificidad no deriva de la raíz mítica de un relativo aislamiento sino de «la particularidad absoluta de la mezcla de influencias que allí se han dado» (2006). Lo peculiar de un lugar no es algo debido a la separación sino al modo como ha sintetizado lo diverso.

Pensar que lo global supone dominio y dependencia mientras que lo local representa la tradición y la continuidad, es un error en la medida en la que niega la interacción entre ambos y por lo tanto su evolución creativa. En este sentido, el hecho de que un territorio se vea amenazado o no por la globalización depende del modo de interacción que establece con lo global y no de la capacidad de dicho territorio para protegerse de los flujos globales. Así, ser un lugar en el mundo es más una cuestión de cómo se resuelve esta conectividad y no tanto de cómo resistirse o cerrarse a ella.

Cuando se explora con mayor sutileza la generación y circulación de conocimiento en la actual economía global se descubre que lo que ha tenido lugar no es tanto la destrucción de lo local como su transformación. Lo que ha ocurrido es que el lugar deja de ser un sistema cerrado. Ya no estamos vinculados en la misma medida que otras épocas a la localidad como fuente de información, experiencia, diversión o seguridad. El propio lugar ya no es necesariamente el escenario central de la vida. En este contexto las comunidades no desaparecen, pero se liberan de su dependencia respecto de un territorio. La configuración de comunidades se ha desacoplado pro-

gresivamente de los ámbitos espaciales, del «principio de cercanía espacial» (Wiesenthal, 1996: 5). Con la disolución de los espacios cerrados se desvanece «el mito de la comunidad vecinal» (Albrow, 1998: 257). La comunidad ya no debe ser entendida como un entramado local de relaciones, como un vecindario. Los vínculos espaciales siguen siendo reales pero no constituyen el único tipo de relaciones. El teléfono y el ordenador posibilitan la construcción de «vecindarios psíquicos» (Aronson, 1986). Ya no pertenecemos a una única comunidad; la vida está repartida entre una pluralidad de redes ninguna de las cuales puede pretender la exclusividad. Vivimos en un espacio relacional y múltiple que posibilita unos compromisos más abiertos que cuando el territorio era una dimensión fija, objetiva y rígida en la vida de los seres humanos y las sociedades.

Esta situación no conduce a la desaparición de los lugares, a que nos libremos completamente de ellos, sino a algo que podría denominarse «trato individualizado con el territorio». En el plano de la experiencia individual, estos nuevos ambientes suponen una mayor diversidad y libertad de elección que nunca. El hecho de que cada vez sea menos necesario vivir o permanecer en la cercanía de otros ha facilitado la tendencia a sustraerse de los «centros» y del contacto físico con otras personas. La relación con el lugar sigue siendo importante, pero no en el sentido tradicional. La cercanía física de otros ya no significa necesariamente estar atrapados en una dependencia recíproca. Igualmente, la lejanía física tampoco equivale a una lejanía comunicativa. Podemos estar muy cerca de los alejados y muy lejos de los cercanos.

Este es el contexto en el que se ha producido una progresiva recuperación del lu-

gar que corrije la lógica deficitaria del espacio de los flujos. Desde hace algunos años se impone un cambio de perspectiva en virtud de la confluencia entre ciudad y región, de lo que se ha dado en llamar «espacios densos» (Nassehi, 2002), que han de ser pensados y gestionados como una lugar general de competitividad, de gestión de servicios y de formación de la voluntad política.

Si es verdad que en la sociedad y la economía del conocimiento «place matters» (Baraldi *et al.*, 2006), esto se debe a que el nuevo conocimiento no surge en cualquier parte; los agentes económicos están situados en contextos particulares y, como ya advirtió Polanyi (1957), estos operan bajo condiciones institucionales y culturales de las que no pueden ser fácilmente separados. También los *global players* utilizan en su favor las condiciones territoriales específicas para la generación de conocimiento. La reestructuración de los territorios y las ciudades no depende únicamente del flujo internacional de capital e información, sino al mismo tiempo de los actores locales que pueden apoyar o impedir este proceso. Mientras la economía industrial se deslocalizaba y se beneficiaba de la reorganización global, la economía creativa tiende a territorializarse, a elegir espacios propicios para la relación de red y el intercambio.

Frente a ciertos estereotipos acerca de la globalización, a partir de finales de los años noventa se empezó a pensar en un concepto de desarrollo espacial más ajustado a la realidad de la sociedad del conocimiento. Contra la supuesta irrelevancia de los lugares concretos y los territorios propia de la sociedad de la información, se comenzó a subrayar la simultaneidad e hibridación entre los flujos que operan globalmente y los lugares concretos. En esta ampliación de la

mirada jugaron un papel fundamental los análisis que concluyeron con una articulación más elaborada entre lo global y lo local. Los espacios dejaron de ser rémoras de la virtualización general y pasaron a ser considerados estímulos de las innovaciones. Las ventajas de los lugares específicos empezaron a ser puestas en relación con la competitividad y movilidad transnacional.

Y es que las condiciones espaciales tienen una particular significación en las sociedades del conocimiento. Se ha probado empíricamente que, en el ámbito de las actividades basadas en un trabajo intensivo con el conocimiento, los actores tienen una relación más intensa con el espacio. En el debate en torno a la geografía de la información y del conocimiento se había consolidado el tópico de que, en una sociedad global, la información y el conocimiento serían en principio ubicuitarios, es decir, disponibles en cualquier lugar y de cualquier modo. Que esto no es así se advierte cuando distinguimos entre información y saber. La información es universalmente accesible pero el saber está vinculado a contextos concretos. Lo que es transferible y disponible en cualquier parte son las informaciones, mientras que el saber implícito sólo puede ser transmitido en la interacción personal. Dado que tanto el intercambio de conocimiento específico como la situación de aprender dependen en buena medida de los presupuestos de la comunicación personal directa, las condiciones específicas del territorio, pese al flujo global de información, no sólo persisten parcialmente sino que adquieren una significación central para el desarrollo territorial. Los procesos de conocimiento son procesos de aprendizaje que se basan en la comunicación y que necesitan determinadas infraestructuras, por tanto, que se realizan en un lugar.

La capacidad de innovación de un territorio reside en la articulación de saber explícito presente y las informaciones que se obtienen a partir de las redes globales.

En este punto es importante mantener la distinción entre los diversos tipos de conocimiento, especialmente la distinción entre información como saber codificado y fácilmente transferible y el saber no codificado o implícito que solo puede ser transmitido en el contacto personal. De acuerdo con esta distinción no todo el saber relevante es ubicuario y la formula «sociedad global de la información» es muy superficial para describir la realidad de la sociedad contemporánea. Mientras que el concepto de *sociedad de la información* apuntaba en la línea del desarraigo global, la idea de *sociedad del conocimiento* presupone una referencia territorial. Por eso, contra las ficciones neoclásicas de los espacios homogéneos y las informaciones disponibles, también hay que preguntarse por la distribución real del conocimiento, la «brecha tecnológica», el «*digital divide*» y las nuevas periferias regionales.

Las estructuras y las localizaciones en el espacio no se han convertido en algo obsoleto con la movilidad de bienes, personas e informaciones en favor de los flujos virtuales. Pese a la conectividad global, el concepto de centro o de arraigo local no pierde significación, aunque cambie de valor. «Cuando las actividades salen del espacio digital, lo hacen mediante una masiva concentración en recursos materiales, desde la infraestructura correspondiente hasta los edificios» (Saasen, 1998: 349). De este modo critica Saskia Saasen la idea de las «*informational cities*», entendidas como meros nodos intercambiables y que confirmarían la preeminencia de los flujos contra los lugares, la urbanidad abstracta en cuya

economía del espacio los centros perderían fuerza de gravedad en favor de la pura conectividad virtual.

Ahora bien, la dimensión local que se reafirma en la nueva geografía económica relacional no es la de las comunidades locales tradicionales, cerradas y autosuficientes, sino los espacios abiertos que forman parte de un sistema que actúa mundialmente. El espacio que actualmente se recupera, tras evidenciarse el agotamiento del espacio abstracto global, es un espacio cuyos límites no tienen la fijeza sobre la que se establecieron los conceptos de competencia, frontera o integridad territorial. Los nuevos espacios son menos limitados y exclusivos, más pluridimensionales y abiertos a imbricaciones y solapamientos. Si un territorio adquiere una cierta centralidad, esto es debido a su capacidad de relación.

Desde este punto de vista se puede entender el valor de la idea de proximidad pero también sus limitaciones. La proximidad es importante porque facilita los contactos *face to face* que pueden desarrollar un capital relacional y estimular el aprendizaje colectivo. Pero conviene no mitificar la localidad y pensarla en articulación con la apertura internacional porque el intercambio de conocimiento se verifica de maneras diversas, no siempre ni necesariamente en contextos de proximidad. Muchos estudios han puesto de manifiesto que sólo una minoría de las pequeñas empresas situadas en un *cluster* aprovechan el saber colectivo local, mientras que las grandes empresas aprenden a través de relaciones no locales. La evaluación de la eficacia de los parques tecnológicos pone de manifiesto que la cercanía espacial no conduce automáticamente a un mayor contacto entre los actores; la densidad espacial no equivale a la densidad social. La proximidad no lleva automáticamente

mente al establecimiento de fuertes redes locales. Lo que es una fuente de competitividad es una tipo de interacción que podríamos llamar de «proximidad relacional», que puede realizarse sin importar demasiado la distancia entre los elementos. Los actuales medios innovadores son formas mixtas de movilidad y estabilidad urbana.

Ahora bien, dado que las técnicas de comunicación y transporte no hacen innecesaria la concentración de personas y productos, a la cercanía geográfica ya no le corresponde una significación de centralidad política o económica. Se está produciendo una nueva geografía de la centralidad y la marginalidad, una nueva «economía espacial del centro» (Saasen, 1996), en la que el centro y la periferia deben ser pensados de nuevo, del mismo modo que estamos obligados a revisar las categorías de lo cercano y lo lejano porque la proximidad física no es la única variable; como ha subrayado la teoría de una geografía económica relacional (Bathel y Glückler, 2002: 49ss), la proximidad es un concepto en el que se integran muchas dimensiones (espacial, cultural, institucional, organizatoria, virtual).

3. FORMAS DE INTELIGENCIA COLECTIVA

Cualquiera que sea la denominación que se utilice para caracterizar a nuestras sociedades contemporáneas —sociedad post-industrial, sociedad de la información o sociedad del conocimiento— todos estos conceptos apuntan a un cambio profundo que se ha realizado en los países avanzados durante estos últimos decenios. Se refieren a la circunstancia de que los recursos de información y conocimiento han crecido poderosamente en relación con los recur-

sos materiales y energéticos. La producción y transferencia de conocimiento tienen ahora una gran significación y desempeñan un papel fundamental en el desarrollo social, económico y territorial. Se podría sintetizar el carácter de la época que nos ha tocado vivir diciendo que el gran desafío de la humanidad ya no es dominar la naturaleza sino hacer avanzar juntos información y organización. El gran enemigo que hay que combatir no es tanto la miseria o el miedo como la ignorancia. Nuestros principales desafíos tienen que ver con el conocimiento en sentido amplio y las estrategias más decisivas se orientan a la política del conocimiento, la ciencia, la tecnología, la innovación, la investigación y la formación. La verdadera riqueza de las naciones reside en su saber. ¿Qué significa eso para las políticas territoriales? ¿Qué desafíos de gobierno plantea?

Desde hace unos años ha tenido lugar lo que podríamos llamar un giro cognitivo en la concepción del espacio, en su planificación y gobernanza. En la Unión Europea, el V Programa Marco de investigación supuso el despliegue del concepto de un desarrollo territorial basado en el conocimiento. El objetivo de la Estrategia de Lisboa de convertir a Europa en un espacio de economía basada en el conocimiento se ha trasladado a la gobernanza territorial en los conceptos de territorio inteligente o ciudades del saber. El tema del conocimiento se ha convertido en un lugar recurrente de los estudios territoriales y la praxis de la gobernanza local. Se considera que el principal desafío consiste en impulsar procesos de generación de conocimiento y conseguir su traducción en actividades económicas.

Desde mediados de los años ochenta ciudades y regiones europeas han ido adoptando crecientemente programas para intensifi-

car los programas de innovación basados en el conocimiento. Medios innovadores, ciudades del saber, parques tecnológicos, campus universitarios, regiones que aprenden, redes *start-up*... en todos ellos se trata de poner en juego una especial relación entre espacio, conocimiento, cultura y ciencia. Los «entornos de conocimiento» tienen como función suavizar los riesgos individuales, poner a disposición recursos operativos y configurar estructuras de resonancia para las innovaciones (Fürst, 2001: 372). Un territorio de conocimiento es un conjunto denso de interacciones en el que se efectúan transferencias de conocimiento o, al menos, se comparte un saber implícito y determinadas formas de praxis común (Matthiesen, 1998). Lo que la formación de *clusters* permite es precisamente el acceso al saber implícito, no codificado, que representa un recurso estratégico en los procesos de innovación. En los estudios sobre economía regional encontramos algunos intentos de medir cómo los territorios son capaces de intercambiar «*tacit knowledge*» (Lever, 2001).

Podríamos sintetizar estos indicadores a la hora de medir de alguna manera la inteligencia territorial señalando que, para que sean efectivos la generación, el intercambio y la utilización del saber se requieren al menos cuatro factores (Grove, 2009):

1. Infraestructuras para la producción y comunicación del saber, que consta de instituciones de investigación y formación;
2. Interacción creativa entre muchos grupos de actores: nos referimos con ello al complejo sistema de contactos sociales que son generalmente informales y que hacen que el espacio económico sea fundamentalmente un espacio relacional;

3. Articulación constructiva de las fuentes endógenas y exógenas de saber implícito y explícito con los recursos cognoscitivos del territorio. Gracias a su codificación y difusión a través de las tecnologías de la comunicación, buena parte del saber se ha convertido en algo disponible globalmente. Para el éxito económico es importante la apertura del territorio, cuyos actores deben estar vinculados a interacciones más amplias;
4. Una actitud positiva que se concreta en un clima que estimula la curiosidad y la disposición positiva hacia el riesgo.

Ahora bien, conviene entender adecuadamente qué queremos decir cuando hablamos de inteligencia colectiva. Lo primero que ha de hacerse es distinguir el saber individual y el saber colectivo porque lo específico de las organizaciones o los territorios es que generan un saber específico y añadido al saber de sus miembros e incluso superior a la suma del saber de quienes las componen. Una cosa es que en los territorios se aprenda y otra que los territorios aprendan, una cosa es la cooperación entre los actores y otra que las instituciones aprendan.

Con frecuencia se piensa que el conocimiento en las organizaciones es simplemente el resultado de sumar el conocimiento de sus miembros. Por supuesto que la competencia de las organizaciones depende del saber de sus miembros. Pero del mismo modo que la acumulación desordenada de genios y premios nobeles no constituye una organización inteligente, tampoco el aumento de universitarios produce automáticamente una sociedad inteligente. Para que haya espacios de conocimiento o intelli-

gencia territorial no basta tampoco con que existan instituciones dedicadas al conocimiento. Las condiciones específicas para que la relación entre diversas instituciones intelligentes de lugar a un territorio inteligente se dan cuando la inteligencia se transforma en capacidad social en el marco de un territorio.

Cuando se trata de asuntos que tienen que ver con dinámicas colectivas surge siempre la cuestión de si el todo es más que la suma de las partes, de si no hay algo supraindividual —el sistema, la totalidad organizada, un fenómeno emergente— «que no se puede reducir a las intenciones de los individuos participantes» (Heintz, 2004: 3). Se habla de emergencia precisamente cuando hay propiedades generales que no se reducen a las características de sus elementos. Una sociedad del conocimiento no es una sociedad en la que hay mas expertos sino aquella en el que los sistemas son expertos. No basta con que los individuos aprendan e innoven; sirve de poco que los ciudadanos adquieran nuevas competencias mientras las reglas, rutinas y procedimientos, o sea la inteligencia organizativa y pública, impidan aprovechar las nuevas competencias. Los cambios sólo se realizan cuando se modifican también las estructuras, procesos y reglas colectivas. El saber de un territorio es algo más que la mera acumulación del saber existente, del mismo modo que una organización inteligente lo es por la sinergia que se produce en sus sistemas de reglas, instituciones y procedimientos, y no por la mera adición de las inteligencias personales. La generación del conocimiento es consecuencia de actos comunicativos o, dicho de otra manera, un bien relacional.

Esto nos pone en la pista de una dificultad que tiene que ver con el carácter emer-

gente de la inteligencia colectiva, es decir, el hecho de que sea algo que ni surge necesariamente cuando se adoptan determinadas medidas, ni en el corto plazo, sino que resulta de procesos largos y cuyo resultado no está asegurado. Tanto la configuración como el gobierno y la estructuración de las redes son difíciles. El capital social no es algo que propiamente se pueda crear o dirigir. «Un *cluster* no se puede construir. Tiene que crecer» (Koch, 2007: 202). Los procesos de configuración de saber colectivo son complejos, exigen perspectivas de largo plazo y tienen una visibilidad escasa. Esto nos exige ser especialmente prudentes a la hora de confiar en los modelos de indicadores, que no reflejan tanto el saber colectivo como los resultados visibles de ese saber.

Al carácter emergente de propiedades como la inteligencia compartida se debe el hecho de que no existan fórmulas mágicas ni universales para la configuración de procesos de aprendizaje e innovación colectiva. Las políticas urbanas y territoriales basadas en el conocimiento deben ser exactamente contextualizadas en relación con las capacidades y problemas concretos de cada territorio. Esto contradice expresamente la idea de que es posible trasladar las experiencias de «*icon regions*» como Silicon Valley o la idea de recuperar la modernización siguiendo un modelo anterior, tal como se estableció, por ejemplo, en Europa Oriental tras 1989. Las condiciones específicas del éxito no son reproducibles con exactitud. El comportamiento de los sistemas de alta complejidad —como los territorios— no es pronosticable. La dinámica de la innovación no se pueden prever con exactitud; esta imprevisión es algo que forma parte de la naturaleza emergente de todo nuevo saber. Dicha indetermina-

ción es acentuada por la creciente dificultad de gobierno de las realidades complejas.

Es cierto que lo que crea la ventaja regional es la capacidad de atraer talento. A esto alude el concepto de «*sticky place*» (Marca-sen, 1996): lugares que tienen espacial capacidad de atraer y retener talento o empresas innovadoras. Pero conviene no olvidar las limitaciones de este tipo de políticas como si fueran fórmulas mágicas automáticas. La difusión del modelo creativo ha llevado con frecuencia a que todos los territorios hagan lo mismo y jueguen con las mismas cartas. Por otro lado, la construcción de infraestructuras culturales no garantiza sin más la dinamización cultural e incluso ocurre con frecuencia que la creación cultural huya de esos sectores culturales formateados y planificados. Para ser creativos no basta con utilizar los procedimientos habituales que han sido exitosos en aquellos lugares que reconocemos como especialmente creativos. Hay que hacerlo poniendo en juego la propia creatividad.

4. GEOGRAFÍA DE LA CREATIVIDAD

El paradigma de la sociedad de la información, que fue dominante durante los años ochenta y buena parte de los noventa, se tradujo fundamentalmente en la puesta en marcha de infraestructuras técnicas. Las políticas urbanas y territoriales optaron por la construcción de parques tecnológicos y de investigación, muchas veces aislados en el campo. Los lugares concretos, los espacios urbanos y los centros de las ciudades eran considerados como reliquias de un proceso de globalización y virtualización general. El espacio social se redujo progresivamente a una localización accidental para el *hardware* de los medios de comunica-

ción e información. Desde hace algunos años, sin embargo, el debate acerca de las condiciones territoriales para la generación del saber y la capacidad de innovación ha dejado de estar reducido al ámbito de las nuevas tecnologías y ha recuperado una más intensa referencia territorial y urbana.

La evolución de la sociedad del conocimiento está modificando la articulación de los factores «duros» y «blandos» de la competitividad. Se va poniendo de manifiesto la importancia de esos factores de competitividad que son los «*non-market linkages*» (redes, confianza, capital social, etc.). Los factores «blandos» de la competitividad dejan de ser considerados algo accidental o secundario, restos de la racionalidad económica entendida a la manera neoclásica. Mientras que los análisis tradicionales acerca del desarrollo regional estaban casi exclusivamente focalizados en la industria, los *clusters* y las empresas, la idea de los «*entornos de conocimiento*» nos invita a dirigir cada vez más nuestra atención hacia los factores culturales de la vida social y la significación cualitativa de las estructuras sociales en los procesos económicos. Nos estamos dando cuenta de que muchos elementos no mercantiles se encuentran en el núcleo del desarrollo económico de los territorios.

La teoría de la competitividad ha sido durante mucho tiempo una pura teoría de costes, según la cual las empresas se situaban allí donde los costes de producción y distribución eran más favorables. Los factores de competitividad «duros», como las infraestructuras o el mercado laboral eran factores clave para la localización de las empresas. La homogeneización de estos factores, especialmente dentro de la Unión Europea, ha llevado a que estas decisiones dependan cada vez más de que los territorios se dife-

rencien por factores «débiles» como la imagen, el tiempo libre o la oferta de vivienda, criterios culturales o ecológicos, capital humano y social. Mientras que el punto de vista tradicional sugería que el atractivo de los lugares se debía a ventajas económicas, ahora se subraya las cuestiones relativas al estilo de vida y las amenidades culturales. El punto de vista típico de la era industrial era que los lugares crecían o bien porque estaban situados en las rutas de transporte o bien porque estaban junto a recursos naturales que animaban a las empresas a implantarse en ellos. La teoría del capital humano argumenta, en cambio, que la clave del crecimiento no es la reducción de costes sino disponer de personas muy educadas y creativas. Hay que pasar del bajo coste a la alta creatividad. En la economía del conocimiento el potencial creativo es un elemento fundamental para el crecimiento y el éxito de las ciudades y territorios.

Una buena parte del impulso para ese cambio de perspectiva procede de teorías como la del capital social de Putnam (2000). El concepto de capital social se introdujo como consecuencia de haber advertido que la estructura de relaciones sociales tenía efectos sobre los procesos económicos. Alude a esos recursos que surgen de las relaciones más o menos institucionalizadas en las que se establecen formas de reconocimiento. Se refiere también a la confianza, cooperación y solidaridad como fundamento de las relaciones sociales. Se habla de capital social en el sentido de que las redes sociales crean valor y que se puede invertir en ellas (Putnam y Goss, 2002: 8).

Ahora bien, si el determinismo tecnológico era ciego para los factores sociales de la competitividad, la teoría del capital social presupone una idea de comunidad que es difícilmente compatible con el individualis-

mo contemporáneo y desestima los beneficios colectivos de la creatividad personal. Se podría decir, contra Putnam que algunas categorías sociales tradicionales como la autosuficiencia, la cohesión, la estabilidad y la unidad trabajan ahora contra la prosperidad, que más bien requiere apertura y vínculos menos fuertes. Este es el punto de vista que aporta la teoría de la creatividad de Richard Florida. Estábamos acostumbrados a los análisis de Max Weber o Daniel Bell que basaban la fuerza de las sociedades en el esfuerzo y dejando completamente al margen el gozo y el placer; este último incluso reprochaba al hedonismo de los años sesenta un efecto negativo hacia la innovación y el crecimiento económico.

Frente a estas visiones se han ido abriendo paso en los últimos años diversas teorías de la creatividad, entre las cuales la más célebre es la de Richard Florida (2002; 2005). Mientras que la primera mitad del siglo xx estaba impresionada por las transformaciones físicas y la implementación de milagros tecnológicos o de ingeniería, en la segunda mitad las transformaciones más importantes se encuentran en el ámbito social y en las nuevas formas culturales. En la nueva economía del conocimiento, en la que los útiles de producción y la materia prima son la información y el conocimiento, la creatividad constituye una ventaja comparativa para las empresas, los individuos y los territorios. Los nuevos indicadores de un territorio creativo serían las tres «T»: talento, tecnología y tolerancia. El mayor crecimiento económico se está dando en lugares que son tolerantes, diversos y abiertos a la creatividad, debido que son lugares en los que la gente creativa de todo tipo quiere vivir. Florida constata que los creadores son más propicios a la movilidad y buscan lugares en los que satisfacer óptimamente sus

necesidades. Son personas que se caracterizan por preferir la individualidad, la expresión y la pluralidad, y buscan estas características en el trabajo, en la ciudad y en las relaciones sociales.

A pesar de un lenguaje de resonancias clasistas que Florida utiliza, la enumeración del tipo de personas que pertenecerían a esa «clase creativa» es muy amplia. Perteneцен a este grupo aquellos que están empleados para resolver problemas complejos, para inventar soluciones nuevas, más allá de una lógica de producción rutinaria y repetitiva. Los creativos son los «analistas simbólicos», expertos, trabajadores del conocimiento, profesionales y técnicos, cuya tarea consiste en proporcionar «*meaningful new forms*» (2002: 8). Son científicos, ingenieros, creadores, pedagogos, músicos, cuya función consiste en crear nuevas tecnologías o nuevos contenidos. Lo que distingue fundamentalmente a las personas creadoras del resto es por qué son pagados: mientras que unos son pagados fundamentalmente por ejecutar un plan establecido, las personas creativas lo son por crear nuevas ideas, productos y procedimientos.

Si hubiera que destacar algunas características de la nueva producción del conocimiento, lo que podríamos llamar las condiciones de la creatividad, yo destacaría tres: su no exclusividad, la heterogeneidad y la informalidad. Veámos cada una de estas propiedades por separado.

En primer lugar habría que destacar la no exclusividad de la producción del conocimiento creativo. Mientras que la producción tradicional del saber se concentraba en espacios cerrados y en sistemas de interacción delimitados (como las universidades y las empresas) o en la interacción entre expertos, las nuevas formas del saber se de-

sarrollan en contextos espaciales más abiertos y complejos, menos exclusivos, donde se realiza la combinación de diversos modos de saber. La sociedad del conocimiento se caracteriza por unos nuevos modos de producción del conocimiento que se diferencian de la idea tradicional por el hecho de que no se desarrollan exclusivamente en instituciones académicas sino en contextos más heterogéneos y en redes de comunicación más abiertas; surgen así nuevas formas de articulación del saber experto y el saber común, así como procesos específicos de generación y circulación del saber. De ahí la necesidad de poner en relación a las universidades y las empresas o el sector público y el sector privado.

El conocimiento creativo, la innovación, tiene lugar en contextos caracterizados por una fuerte heterogeneidad. El saber de los territorios inteligentes se caracteriza por su hibridación, diversidad y contrastación. En lugar de ser una propiedad de un círculo cerrado de grupos expertos formalmente reconocidos como tales, el saber se produce en un campo abierto de actores que colaboran o compiten entre sí. Esta es la razón de la fuerza creativa de las ciudades o los espacios urbanos, ya que la hibridación cultural es un fenómeno que se realiza de forma intensiva en las ciudades. Los espacios urbanos o las áreas metropolitanas con alto grado de diversificación social, étnico y profesional constituyen ricas reservas para la producción interactiva del conocimiento. La pluralidad cultural es un factor de innovación. Los sociólogos han definido siempre a la ciudad como un espacio para los extraños, el ámbito más apropiado para desarrollar una cultura de la diferencia. Con sus grandezas y miserias, la ciudad es el lugar en el que han podido convivir diferentes modos de vida, culturas y concepciones del

mando, a la vez que han llevado a cabo el intercambio más productivo que conocemos. Las ciudades son los lugares privilegiados de esa mezcla que produce el desplazamiento de los seres humanos y les expone a la combinación y la novedad. Al mismo tiempo, la ciudad crea un espacio para la diferenciación de los estilos de vida, lo que a su vez es condición de la fuerza innovadora de su cultura. Esta es una de las razones por las que algunos han sostenido que la apertura a la inmigración es un factor clave para la innovación y el crecimiento económico (Zachar, y 2000). De todas maneras, el potencial de la diversidad urbana no es algo automático sino que requiere unas determinadas condiciones en términos de cohesión social. En caso contrario, lo que tendríamos es una mera yuxtaposición de diversidades que se traduce en exclusión y desigualdad, como ocurre en tantas ciudades europeas.

Y, en tercer lugar, la creatividad se produce en contextos de informalidad. La investigación acerca de las redes de innovación ha puesto de manifiesto que dichas redes no funcionan sin ocasionales encuentros personales. Esto conecta con la condición anterior ya que si algo caracteriza a los espacios densos de las ciudades es que son lugares de alteridad, de encuentros no previstos, de experiencias inéditas, del anonimato, de la multitud y la diversidad de recursos (Innerarity, 2006). Las ciudades son generadores casuales de novedades, contactos personales, intercambio de oportunidades y conocimientos. La noción de ciudad creativa invita a descubrir el valor de esas formas de vida que se nutren del azar, el movimiento y la creación. El desafío de la política territorial consiste en crear las condiciones de la creatividad, aceptando que aparezcan prácticas no planificadas, que hagan posibles los encuentros imprevistos

e improbables porque, en última instancia, la ciudad son los otros (Ascher, 2007). Esta realidad invita a gobernantes y urbanistas a la modestia ya que la creatividad ni se planifica ni se programa. La creatividad, sea artística, social, tecnológica, científica o urbana, surge más bien allí donde no se la esperaba, aunque este carácter emergente no nos exime de trabajar para establecer las condiciones de su improbable aparición.

5. GOBERNAR LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

Una idea de desarrollo territorial basado en el conocimiento tiene muchas implicaciones en el plano del gobierno y el modo de articular la toma de decisiones. De la misma manera que las condiciones de competitividad se han modificado enormemente en el mundo reticular, complejo e interdependiente de las sociedades del conocimiento, también las formas clásicas de gobierno (mercado y jerarquía) se sobrecargan, así como sus instrumentos propios (precios y autoridad). Lo que ocurre es que, tratándose de aprendizaje colectivo, las relaciones no son dirigibles jerárquica o centralizadamente.

Hoy nos encontramos precisamente ante un agotamiento de la jerarquía como principio ordenador de las sociedades. Los sistemas complejos no pueden ser gobernados desde un vértice jerárquico, lo que supondría una simplificación que no se corresponde con la riqueza, iniciativa y pericia de sus elementos. El manejo de la elevada complejidad plantea numerosos problemas a cualquier estrategia jerarquizadora: quien debe decidir desconoce la dinámica temporal de los sistemas complejos, pues generalmente no tiene toda la información, no incluye el desarrollo temporal en sus cálculos

los, y cuando lo hace tiende a favorecer las extrapolaciones lineales; ignora los efectos laterales, los desarrollos exponenciales; piensa en cadenas causales en vez de en redes y circularidades; se preocupa preferentemente de los detalles, de lo inmediato, minusvalorando las conexiones y la panorámica; a menudo adopta soluciones según el radicalismo de todo o nada que empeoran el problema. Una intervención agudizada hasta el detalle supondría necesariamente una pérdida de visión general de las cosas, que tan necesaria resulta para las tareas de gobierno. Constituye un interés reflexivo de toda gobernanza evitar la sobrecarga que se seguiría de adoptar liderazgos no compartidos.

Un mundo reticular exige una gobernanza relacional. Las redes requieren instrumentos más complejos como la confianza, la reputación o la reciprocidad. Estas nuevas constelaciones exigen innovación institucional en los procesos de gobernanza y abandonar las clásicas rutinas administrativas. La nueva gobernanza apunta a una forma de coordinación entre los agentes políticos y sociales caracterizada por la regulación, la cooperación y la horizontalidad.

Las reflexiones acerca de la gobernanza local y multinivel han puesto de manifiesto la creciente importancia que tienen las redes políticas locales como formas débiles de gobierno. La inclusión de los actores relevantes se ha revelado como una fórmula más competente para la resolución de los problemas debido a que amplía y utiliza mejor el saber requerido, a la suma de competencias y a sus potenciales de democratización. Las nuevas formas de gobernanza apuntan hacia procedimientos más cooperativos y una mayor exigencia de participación, combinación de elementos públicos y sociales.

En una sociedad del conocimiento disminuye la disposición a aceptar las decisiones adoptadas de manera jerárquica o poco transparente. Se demandan, por el contrario, nuevas formas de participación y comunicación. Así lo planteó el *World Urban Forum* de 2004, organizado en el marco del programa *Habitat* de la ONU; aludía al consenso en torno a la importancia decisiva de implicar a la sociedad civil en la gobernanza, especialmente en la escala local. El plano local tiene un alto nivel de auto-organización. Debido a su cercanía respecto de los ciudadanos y el carácter abarcable de los problemas a los que hace frente, es el ámbito en el que mejor puede incrementarse la participación de la sociedad civil. La escala local es un campo experimental para probar nuevos procedimientos de cooperación.

Gobernanza significa cada vez menos la capacidad de tener preparadas soluciones para cualquier problema como el desarrollo de las capacidades para la solución de los problemas. Al sistema político se le plantean así exigencias que tienen que ver con la capacitación («enabling» o «empowering») de la ciudadanía (Giddens, 1989). Putnam (1993) ha sintetizado esta exigencia en la idea de capital social local, cuya calidad de vida pública depende en buena medida de las normas y las redes de compromiso. Healey describe la «governance capacity» como un bien público o como la más importante infraestructura de la vida cívica, una infraestructura «soft» que acompaña las infraestructuras «hard» de las redes físicas, los servicios sociales y las garantías jurídicas.

En la nueva economía del conocimiento los procesos económicos presuponen un sistema social que funciona. La relación entre política, economía y sociedad civil es un factor importante de competitividad territorial. El desarrollo económico y la competitivi-

vidad de un territorio depende de que el capital social de los actores asegure la disponibilidad de informaciones, competencias, recursos, trabajadores cualificados, financiación. Todo ello es influido por la estructura, la forma de gobierno, la estabilidad y la dinámica de las relaciones sociales, eso que se ha dado en llamar capital institucional. Es en este sentido en el que puede afirmarse que la ciudad está llamada a ser un lugar de reconciliación de lo económico, lo ecológico y lo social.

6. CONCLUSIONES

Si la sociedad de la información nos hablaba de espacios indiferenciados, la sociedad global del conocimiento recupera una importancia de lo local. Ahora bien, la dimensión local que parece revalorizarse en los análisis más ponderados de la globalización no recupera cualquier espacio local sino solamente aquel que acierta a configurarse como más indeterminado, abierto y relacional.

La creciente importancia del saber en la economía del conocimiento plantea a su vez

el desafío de articular espacios de inteligencia colectiva, concepto con el que no nos referimos tanto a la mera acumulación de talento como a la propiedad emergente que resulta de la interacción imprevisible de sistemas expertos, reglas y procedimientos inteligentes.

En este contexto, el debate acerca de las condiciones territoriales para la generación del saber y la capacidad de innovación ha dado un giro hacia los llamados factores «blandos» de la competitividad y que tienen que ver con factores culturales que facilitan la creatividad. Esta economía de la creatividad se caracteriza por el hecho de que no se produce exclusivamente en los establecimientos tradicionalmente asignados para ello, porque requiere contextos caracterizados por su heterogeneidad e informalidad.

El objetivo de impulsar la creatividad territorial es incompatible con procedimientos de gobierno jerárquicos o dirigistas; ninguna forma de dirección garantiza la aparición de talento pero puede asegurarse que la inteligencia colectiva requiere como condición necesaria una forma de gobernanza más capacitadora, relacional y compartida que las tradicionales formas de gobierno.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBROW, M. (1998): *Abshied vom Nationalstaat. Staat und Gesellschaft im Globalen Zeitalter*, Frankfurt: Suhrkamp.
- ARONSON, S. H. (1986), «The Sociology of Telephone», en G. Gumpert y R. Cathcart (eds.), *Inter/media: Interpersonal Communication in a Medial World*, Oxford University Press, 300-310.
- ASCHER, F. (2007): «La ville, c'est les autres», en *Airs de Paris*, Centre Georges Pompidou, Paris, 269-271.
- BADIE, B. (1995): *La fin des territoires*, Fayard, Paris.
- BARALDI, E., FORS, H. Y HOULZ, A. (2006): *Taking Place. The Spatial Contextes of Science, Techno-logy and Business*, Sagamore Beach: Science History Pubns.
- BATHEL, H. Y GLÜCKLER, J. (2002): *Wirtschaftsgeographie. Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive*, UTB, Stuttgart.
- FLORIDA, R. (2005): *Cities and the creative class*, Routledge, New York.
- FRIEDMAN, T. (2007): *The World Is Flat: A Brief History of the Globalized World in the Twenty-First Century*, Penguin, London.
- FÜRST, D. (2001): «Regional Governance - ein neues Paradigma der Regionalwissenschaften?», en

- Raumforschung und Raumordnung 5-6/2001, 370-380.
- GIDDENS, A. (1989): *The Third Way: the renewal of social democracy*, Polity Press, Cambridge.
- GROWE, A. (2009): «Wissensallianzen und regionale Wissenskonzepte als Bausteine zur Nutzung von Wissen und Metroporegionen», en Ulf Matthiesen, *Das Wissen der Städte. Neue stadtregionale Entwicklungsdynamiken im Kontext von Wissen, Milieus und Governance*, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 323-342.
- HARVEY, D. (1990): *Spaces of Hope*, Edinburg University Press.
- HEINTZ, B. (2004): «Emergenz und Reduktion. Neue Perspektiven auf das Mikro-Makro-Problem», en *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 56, 1-31.
- HEALEY, P. (2002): «Urban Governance Capacity in Complex Societies: Challenges of Institutional Adaptation», en Cars, Göran (ed.), *Urban Governance, Institutional Capacity and Social Milieux*, Aldershot: Ashgate, 204-225.
- INNERARITY, D. (2003): *La sociedad invisible*, Espasa, Madrid.
- (2006), *El nuevo espacio público*, Madrid: Espasa.
- JACQUES, D. (2009): *Vers une citoyenneté urbaine? La ville et l'égalité des chances*, Éditions rue d'Ulm, Paris.
- KOCH, T. (2007): «Regionen werden von Menschen gemacht», en *Brandeis Neuland. Das Wirtschaftsmagazin der Regionen*, 1/2007, 198-294.
- LEVER, W. F. (2001): «Correlating the Knowledge-base of Cities with Economic Growth», en *Urban Studies* 39, 5/6, 859-870.
- LUHMANN, N. (1997): *Die Gesellschaft der Gesellschaft*, Suhrkamp, Frankfurt.
- MARCUSEN (1996): «Sticky Places in Slippery Space», *Economic Geography* 72.
- MASSEY, D. (2006): «How to Get From Space to Place in a Fairly Short Stretch of Time», en Feld, Steven y Basso, Keith (eds.), *Senses of Place*, Santa Fe: School of American Research Press, 13-52.
- MATTHIESEN, Ulf (1998): *Die Räume der Milieus. Neue Tendenzen in der sozial- und raumwissenschaftlichen Milieuforschung sowie in der Stadt- und Raumplanung*, Sigma, Berlin.
- NASSEHI, A. (2002): «Dichte Räume», en Löw, M. (ed.), *Differenzierungen des Städtische*, Opladen: Leske, 211-233.
- POLANYI, M. (1957): *The tacit dimension*, Routledge, London.
- PUTNAM, R. D. (1993): *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press.
- (2000): *Bowling alone. The collapse and revival of American community*, Simon & Schuster, New York.
- PUTNAM, R. D. y Goss, K. A. (2002): «Introduction», en Robert D. Putnam (ed.), *Democracies in the flux. The evolution of social capital in contemporary society*, Oxford University Press, 1-19.
- SAASEN, S. (1996): *Metropolen des Weltmarkts. Die neue Rolle der Global Cities*, Campus, Frankfurt.
- (1998): «Zur Einbettung des Globalisierungsprozesses. Der nationale Staat vor neuen Aufgaben», en *Berliner Journal für Soziologie* 3, 345-357.
- WIESENTHAL, H. (1996): *Globalisierung. Soziologische und politikwissenschaftliche Koordinaten eines unbekannten Terrains*, Max-Plank-Gesellschaft zur Förderung der Wissenschaften e. V. Arbeitsgruppe Transformationprozesse in den Neuen Bundesländern an der Humboldt-Universität zu Berlin, Materialien 96/1.
- WILLKE, H. (2001): *Atopia. Studien zur Atopischen Gesellschaft*, Suhrkamp, Frankfurt.
- ZACHARY, P. (2000): *The Global Me: New Cosmopolitans and the Competitive Edge - Picking Globalism's Winners and Losers*, Perseus Books, New York.