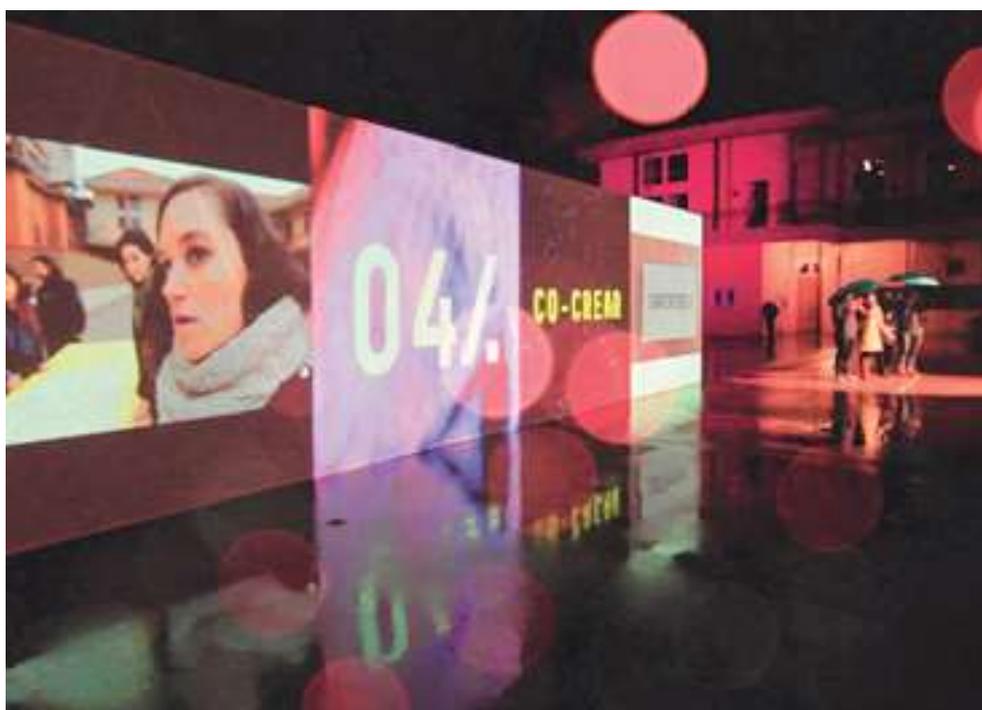


La creatividad como factor de transformación social e institucional en Valparaíso. El Núcleo de Creatividad de la Universidad de Playa Ancha

Francisca Keller Ávila y Catalina Herrera Acuña



Presentación del proyecto “Red de Hacedores” promovido por el Núcleo de Creatividad de la Universidad de Playa Ancha de Valparaíso.

1. Introducción

En el último decenio, distintos rincones de Latinoamérica han abrazado iniciativas que reconocen a la creatividad y la innovación como factores esenciales para el desarrollo económico sustentable de las comunidades. En Chile, desde la perspectiva de las políticas públicas, se observaron las primeras manifestaciones de esta tendencia global en 2009, con la iniciativa de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) llamada “Santiago Creativo”, y la misma logró un reconocimiento institucional en 2015, año en que se conformó un “Comité Interministerial de Economía Creativa”. Dicho organismo reconoce y promueve la creatividad como un motor de la inclusión social, el desarrollo humano y económico, la valoración del patrimonio y la diversidad cultural.

En lo que respecta a la innovación, en el ámbito público, destaca la creación en 2014, del Laboratorio para la Innovación Pública y su Subdirección GobLab. Dicha entidad se propone como finalidad crear espacios que permitan la interacción y el diseño colaborativo entre los “funcionarios públicos, ciudadanos, emprendedores e innovadores en general, para la formulación de soluciones a problemas públicos que tengan impacto en la productividad y competitividad del país, a través de prototipos y proyectos pilotos potencialmente escalables¹”.

El señalado fenómeno global responde a la necesidad de proponer modelos alternativos de productividad y desarrollo, que permitan afrontar los acuciantes desafíos de las recientes crisis sociales, económicas y medioambientales. El fin último del diseño colaborativo basado en las herramientas de la creatividad y la innovación es promover el desarrollo sustentable, la cohesión social y la descentralización administrativa, económica y cultural de las naciones.

2. ¿Qué son la creatividad y la innovación? ¿Quiénes son los creativos?

Habitualmente utilizamos dichos términos de una manera muy gruesa, sin detenernos a reflexionar acerca de su preciso sentido y alcance y de la interrelación que existe entre ambos. Se trata, sin duda, de términos en boga, que en muchos casos utilizamos como sinónimos. Sin embargo, ya Schumpeter en su obra fundamental de 1912² los distinguió claramente. Mientras que la creatividad es un ejercicio de ideación y fantasía que bien podría compararse a los experimentos mentales propios de la epistemología, la innovación consiste en el proceso de realización de tales ideas en la forma de una entidad concreta y definida. Dicho de otro modo, la creatividad es la base intelectual sobre la que surge la innovación, la que por su parte, consiste en la objetivación de aquello que el espíritu humano se representa como una idea.

El actual momento histórico, cuyo signo es la creciente complejidad de las interacciones sociales, constituye por una parte, el medio idóneo para un despliegue inédito de la creatividad humana, pero simultáneamente, plantea constantemente nuevos desafíos a la creatividad de mujeres y hombres, retos que la impulsan permanentemente, a superar sus propios límites, en la forma de un perpetuo movimiento dialéctico. No sin razón se ha afirmado que la creatividad es el recurso económico más importante de nuestro tiempo³.

1 Corfo, Acuerdo de consejo N° 2.826 de 2014, que crea “Comité de Innovación el sector Público”.

2 Schumpeter, Joseph Alois, *Teoría del desenvolvimiento económico: Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*, México, FCE, 1997.

3 Cfr. Florida, Richard, *Las ciudades creativas. Por qué donde vives puede ser la decisión más importante de tu vida*, Paidós, Barcelona, 2009.

Pero ¿quiénes son los creativos? Dicha pregunta, que podría parecer inocua, nos remite a un airado debate académico, cuya exposición excede con mucho los propósitos de este artículo. En efecto, los numerosos estudios que han intentado una descripción del fenómeno de la creatividad han arribado a conclusiones diversas y hasta contradictorias. Así, por ejemplo, la renombrada tesis central del economista norteamericano Richard Florida⁴, según la cual existiría una “clase creativa” compuesta por individuos que crearían valor económico a través de su creatividad (trabajadores del conocimiento, analistas simbólicos, profesionales de las ingenierías, científicos, programadores, diseñadores y artistas) ha sido acerbamente criticada por sus propios pares, quienes lo han acusado de incurrir en la falacia de *petición de principio*, de carecer de una fundamentación empírica adecuada, etc.

No es este el lugar adecuado para entrar en dicho debate académico. Sin embargo, diremos que la experiencia obtenida en los ejercicios de diseño colaborativo desarrollados por el Núcleo de Creatividad de la UPLA, deja de manifiesto que todos los miembros de una comunidad política son, ya sea actual o potencialmente, creativos y agentes de innovación. En tal sentido, las citadas experiencias pueden ser consideradas como una modesta refutación de las interpretaciones reduccionistas que reservan los atributos de la creatividad a una élite de profesionales de evidente vocación innovadora. En los hechos, la masificación de los nuevos medios de comunicación permite hoy la participación directa e inmediata de una masa crítica de individuos, en procesos ampliamente participativos de diseño y creación colectivos.

3. El rol de la Universidad

Es en este contexto, y entendiendo que la Universidad tiene, por esencia, una vocación articuladora de las experiencias provenientes de la administración del estado, los intereses propios del sector privado y aquellos de los individuos y cuerpos intermedios que conforman la sociedad civil, es que en 2014 la Universidad de Playa Ancha decidió crear un “Núcleo de Creatividad”, una unidad académica dependiente de la Vicerrectoría de Investigación, Posgrado e Innovación, que se propuso como fin último promover el libre acceso de todos los ciudadanos de Valparaíso a procesos de diseño y creación colaborativos. La referida unidad se instituyó con el propósito de formar una masa crítica de ciudadanos, que en el corto plazo sea capaz de involucrarse en ejercicios de diseño cooperativo que arriben a soluciones innovadoras para responder de forma orgánica a los problemas de una comunidad específica, en este caso, el puerto de Valparaíso.

Entendiendo que el impulso para las transformaciones sociales surge de la dialéctica inmanente a las crisis históricas, el Núcleo de Creatividad se propuso identi-

⁴ *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, New York, 2003.

car algunos problemas centrales, de cuya resolución dependía el mejoramiento de las condiciones de vida de una ciudad afectada por una interminable sucesión de vicisitudes históricas, como es Valparaíso. Para tal objeto el Núcleo llevó a cabo experiencias de trabajo colaborativo entre sus ciudadanos. Tal como se había propuesto, la realización del señalado fin demandó la participación de los pertinentes organismos de la administración del estado, de representantes de las empresas privadas y de la ciudadanía en general.

Durante un periodo de 3 años (2014 a 2016) el equipo del Núcleo de Creatividad de la UPLA estuvo conformado por un grupo transdisciplinario de jóvenes profesionales, expertos en áreas aparentemente tan diversas, como la arquitectura, el diseño, el periodismo, la publicidad, la programación, la comunicación audiovisual, los nuevos medios y las bellas artes. El equipo se conformó en torno a una convicción común: la urgente necesidad de superar las ineficiencias propias de los anquilosados aparatos y procedimientos burocráticos, en muchos casos anacrónicos, poco transparentes y en consecuencia, antidemocráticos. De tal suerte, el Núcleo se propuso como un objetivo programático demostrar que, aún con recursos limitados, es posible formular nuevas y mejores políticas públicas, involucrando activamente a los diversos actores sociales en ejercicios públicos, transparentes y ampliamente participativos.

Una de las primeras observaciones del Núcleo fue que la región de Valparaíso posee un entramado diverso de actores creativos, colectivos e individuales, que se expresa en el desarrollo de multiformes actividades innovadoras, económicamente relevantes, que inciden en la renovación de la vida urbana de Valparaíso, la que hace apenas algunos años atrás, parecía inevitablemente destinada a la desaparición progresiva.

En los hechos, el puerto de Valparaíso no es sólo uno de las ciudades que concentra más instituciones educativas de nivel superior en Chile, sino que es también la región que cuenta con el segundo sector creativo más relevante del país, detrás de la Región Metropolitana de Santiago (conforme a cifras obtenidas del programa “Valparaíso Ciudad Creativa Innovadora y Sustentable” elaborado por Alias Group, en 2015). La identificación de los agentes creativos y la vinculación entre los mismos y la institucionalidad pública y privada, permitió atender a la brecha identificada en dicho informe y revelar el aporte del sector creativo a la economía regional y nacional.

4. Proyecto “Red de Hacedores”

Desde la perspectiva metodológica descrita, el Núcleo de Creatividad de la UPLA impulsó en Valparaíso el proyecto denominado “Red de Hacedores⁵”, un programa de innovación abierta sostenido en plataformas digitales y metodologías de diseño

⁵ Puede verse www.redhacedores.cl



Debate con Jean-Luc Charles de Nantes, a la izquierda, en las VIII Jornadas Internacionales Ciudades Creativas de Valparaíso.

participativo, que permitió entender la informalidad del sector creativo de la región, atender a su desconfianza hacia las formas de intersubjetividad propias del actual modelo de desarrollo económico, para en definitiva, identificarlos públicamente como agentes de cambio económico y social.

Para concretar este proyecto, el Núcleo de Creatividad estableció alianzas con organizaciones nacionales e internacionales, conformando una amplia red de apoyo, ayuda mutua e intercambio de conocimiento. Bien puede decirse que en torno a las actividades que se propuso el Núcleo de Creatividad se constituyó una comunidad académica solidaria, que de esa forma intentó encarnar un cambio de paradigma en las propias relaciones académicas, caracterizadas en no pocos casos, por una obsoleta actitud de reserva, recelo y desconfianza.

Como socios principales del proyecto se convocó, por una parte, a la Universidad Técnica Federico Santa María, universidad privada perteneciente al Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas (CRUCH), reconocida a nivel nacional e

internacional como una institución líder en el desarrollo y la difusión de las ciencias y la tecnología. Además, se convocó a la Corporación de Fomento a la Producción del Gobierno de Chile (CORFO). Por otra parte, el conocimiento de los aspectos metodológicos fue aportado por el Laboratorio para la Ciudad de México y el Área de Innovación Educativa de la Universidad EAFIT de la ciudad de Medellín, Colombia. Dicha institución se encargó del desarrollo de la plataforma digital de la “Red de Hacedores”. Asimismo, el proyecto se nutrió de las experiencias comparadas procedentes de España (Zincshower, Utopic_US e Impact Hub), quienes compartieron con el Núcleo de Creatividad de la UPLA y la Red de Hacedores, sus conocimientos acerca de buenas o mejores prácticas. De tal suerte, el proyecto constituyó una experiencia de aprendizaje colaborativa y multilateral.

La Red de Hacedores, que hasta la fecha continúa en funcionamiento de forma autónoma y sin depender de ninguna de las instituciones que participó en su diseño—condición expresada por los propios integrantes de la Red— está actualmente conformada por más de 180 quehaceres creativos de la Región de Valparaíso y constituye una amplia muestra de la diversidad de las praxis creativas y de la innovación social, que surgen espontáneamente, como auténticas expresiones del talento de mujeres y hombres. Sus miembros comparten valores fundamentales como la cultura maker o hacedora, que se manifiesta en un especial interés en el incentivo de las economías locales, la promoción de un desarrollo material sostenible, la protección del medio ambiente, el comercio justo y la autonomía productiva y el trabajo colaborativo en ambientes lúdicos como bien describe Mark Hatch en el Manifiesto Maker⁶.

Entre los haceres de la Red se reconocen iniciativas vinculadas al patrimonio cultural, a los oficios artísticos, al desarrollo de tecnologías de la información y el diseño, como asimismo, actividades desarrolladas por agrupaciones comunitarias, entre otras. Como se dijo, sus miembros comparten una cosmovisión explícitamente crítica a las formas tradicionales de desarrollo económico, basadas en la acumulación y concentración del capital, la explotación indiscriminada de los recursos naturales no renovables y la producción en serie a bajo costo.

A través de un trabajo colaborativo, los hacedores que integran la Red participan en el diseño y la creación de herramientas y metodologías adecuadas a sus necesidades e intereses. La Red de hacedores ha demostrado que el trabajo ejecutado de manera participativa, transdisciplinaria y abordado con las herramientas de la innovación y el diseño estratégico, produce soluciones idóneas, que en este caso, satisface las necesidades del propio sector creativo.

⁶ Cfr Mark Hatch, *The Maker Movement Manifesto, Rules for Innovation in the new world of crafters, hackers and tinkerers*, 2014.

Entre las herramientas diseñadas cooperativamente por los integrantes de la Red, destacan un calendario colectivo que difunde, entre todos sus usuarios, las actividades que cada miembro ingresa; un banco de recursos, que permite el intercambio de productos y servicios entre los hacedores; un sistema de agrupación orgánica por palabras claves que genera un hipervínculo entre los hacedores; un sistema de georreferenciación de tres niveles (abastecimiento, producción y comercialización), que permite cuantificar el impacto de la Red en la economía local y una encuesta digital, que hace posible identificar las necesidades del sector para potenciar su crecimiento.

5. El diseño participativo como filosofía de trabajo

Al integrarse a la Red de Hacedores, cada uno de sus más de 180 miembros, eligió determinadas etiquetas (“tags”) para sus respectivas actividades o haceres, lo que permitió concretar lo propuesto por los mismos integrantes de la red, el desarrollo de un procedimiento automático de vinculación de las prácticas, a través de un hipervínculo de coincidencias de las etiquetas.

De ese modo fue posible clasificar la totalidad de los haceres en diversas categorías. A través de un experimento lúdico llevado a cabo por el Laboratorio para la Ciudad de México (uno de los socios estratégicos de la Red) y Ludotopía (un hacer miembro del programa), se analizaron las diversas etiquetas, agrupándolas según diversos criterios semánticos, lo que permitió reflexionar acerca de las diferencias e identidades de los diversos haceres creativos⁷.

Finalmente, gracias a la participación activa de los miembros de la Red en dicho experimento lúdico, se obtuvieron cinco etiquetas o conceptos básicos: innovación, comunidad y ciudad, artes y oficios, diseño y comunicaciones y sustentabilidad. Ahora bien, todos los ejercicios de diseño colaborativo desarrollados en el marco de la Red de Hacedores fueron concebidos, desde un inicio, como procesos dinámicos, en permanente cambio y renovación. Por eso, el mapa conceptual original está abierto a constantes modificaciones por parte de los usuarios de la Red las que se pueden introducir a través de la plataforma *coggle*⁸.

A partir de la experiencia obtenida del proyecto Red de Hacedores, el Núcleo de Creatividad de la UPLA se propuso la ejecución de un nuevo proyecto: la organización de las VIII Jornadas Internacionales de Ciudades Creativas.

⁷ Puede verse el experimento en <https://vimeo.com/167375056> disponible <https://vimeo.com/nucleode-creatividad>

⁸ <http://redhacedores.cl/precategorizacion/>

6. VIII Jornadas de Ciudades Creativas: un espacio para la participación ciudadana y el diseño colaborativo

La “Ciudad Creativa” es concebida en la literatura académica como un modelo heurístico de desarrollo urbano. Conforme a dicho arquetipo, el potencial creativo de los ciudadanos es el quid de una nueva forma de progreso y prosperidad fundada en el libre acceso al conocimiento.

Desde la experiencia de la red de hacedores, se entendió como fundamental que la universidad operara como un articulador de los procesos, para conectar las propuestas de la sociedad civil, con expertos y representantes del sector público y privado.

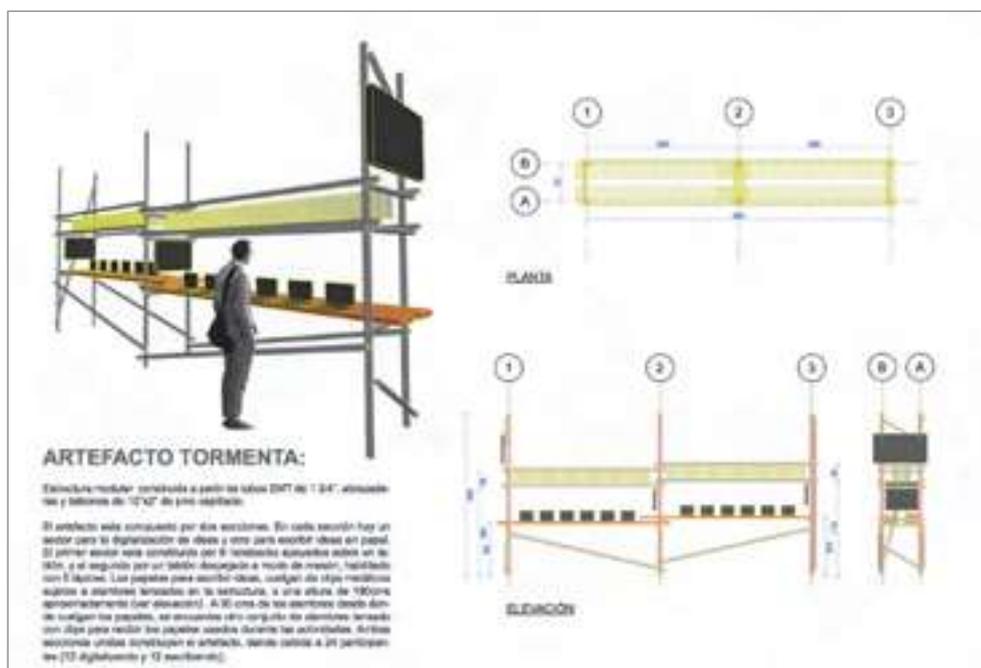
En tal sentido, las “VIII Jornadas Internacionales de Ciudades Creativas”, se propusieron como un espacio que debía responder a la lógica del diseño participativo y desde ahí, además de difundir cinco experiencias internacionales en los cinco ejes temáticos propuestos, transformarse en un proceso de experimentación colectiva que se pusiera al servicio de aportar nuevas ideas para hacer ciudad.

Por ello, cada eje se concibió como un espacio de reflexión, que no sólo permitió la difusión de una buena práctica internacional, sino que dio paso a un mecanismo de participación en donde los asistentes a las Jornadas pudieron plasmar sus aportes y sus ideas, creando, desde lo práctico, un análisis entre el modelo internacional planteado y el caso de Valparaíso.

Para ello, el equipo del Núcleo de Creatividad de la UPLA diseñó y construyó un artefacto, al que se denominó “Máquina de Ideas”. Se trató de un dispositivo prototípico de participación ciudadana fabricado con materiales de andamiaje, computadores portátiles, pantallas inteligentes y tarjetas de papel. Dicho artefacto permitió aplicar una metodología experimental de *brainstorming* (tormenta de ideas) que se complementó con el desarrollo de una plataforma digital⁹, que permitió sistematizar las propuestas de los habitantes de Valparaíso para el mejoramiento de la vida en la ciudad.

El referido dispositivo fue instalado en cinco espacios representativos de las recientes transformaciones urbanas que ha experimentado la ciudad de Valparaíso. Las doscientas cincuenta ideas ciudadanas que fueron recogidas en la plataforma digital, permitió comprender de mejor forma las ponencias, concibiéndolas no como experiencias ajenas y lejanas, sino como invitaciones abiertas para reflexionar en torno a cada eje temático.

9 www.latormenta.cl



Diseño de la “Máquina de Ideas”. Dispositivo prototípico para la participación ciudadana en las Jornadas Internacionales Ciudades Creativas.

La “Máquina de Ideas” y su plataforma virtual, facilitaron los siguientes procesos:

1. Que el VIII Encuentro de Ciudades Creativas constituyera una instancia para que los ciudadanos de Valparaíso, a partir del contacto con experiencias de innovación de Medellín, Barcelona, Nantes, San Sebastián y Buenos Aires, aportaran ideas y conocieran las de sus conciudadanos, con el fin de diseñar colaborativamente soluciones para los problemas que aquejan a la ciudad.
2. Ser un ejemplo de innovación social, al servir como medio de publicidad de los aportes y demandas ciudadanas y un canal de comunicación entre aquellas y los organismos de la administración del estado responsables. Con posterioridad a la realización del encuentro y haciendo uso de los datos obtenidos en la tormenta de ideas, el Núcleo de Creatividad de la UPLA se avocó a la investigación de las diversas partidas del proyecto de Ley de Presupuesto del Sector Público correspondiente al año 2017 y que se encontraba en tramitación en el Congreso Nacional. Así, por ejemplo, en la plataforma digital se publicaron las respectivas partidas presupuestarias, contenidas en la ley que dispone la ejecución del erario público como una manera de reflexionar si con los recursos disponibles es actualmente posible satisfacer las propuestas de los habitantes de Valparaíso.

3. Servir como una base de datos públicos, que puede ser utilizada por las autoridades de gobierno responsables, académicos y la comunidad en general, para el diseño de políticas públicas innovadoras. En tal sentido, si bien el Núcleo de Creatividad de la UPLA organizó las ideas en 37 grupos, la plataforma sirvió para respetar las ideas originales de los participantes del proceso, difundiéndolas con la mayor fidelidad posible, evitando al máximo todo tipo de interpretación.

7. Conclusiones

En tiempos de una gran transformación socio-económica, tecnológica y cultural, las instituciones públicas pueden reestructurar su visión y misión para volver a cumplir un papel significativo en la sociedad.

El acceso al conocimiento por medio de las tecnologías de la información y las comunicaciones ha permitido un resurgimiento del espíritu de organización colectiva, en el que los individuos manifiestan una evidente inquietud por una formación auto-didacta. Tal como indica el informe de Naciones Unidas publicado en 2010, titulado “Economía Creativa: Una opción factible de desarrollo”, las nuevas iniciativas productivas que surgen de forma espontánea en la sociedad se sustentan en interconexiones, redes flexibles de producción y sistemas de servicio que abarcan la totalidad de una cadena de valor. En la actualidad todo está influenciado por el crecimiento de las redes sociales, por herramientas como blogs, foros y wikis (páginas web editadas por los usuarios). Estas herramientas facilitan la conectividad y la colaboración entre las personas, el intercambio de productos, y el acercamiento entre distintos lugares. La creatividad no sólo opera como un elemento estético propio de cierto segmento etario, social o cultural sino que da respuesta a las necesidades que surgen en sistemas económicos excluyentes y privativos. En el mismo informe de Naciones Unidas, se explicita la necesidad de diseño de políticas públicas ascendentes y descendentes que permita la articulación del sector público y privado y la sociedad civil¹⁰.

Tal como describe el académico Ezio Mancini este fenómeno social es impulsado por varios factores sociales y económicos, y que condicionado por lo tecnológico, permite la conexión e interacción de las personas para establecer vínculos directos entre pares interesados, abriendo nuevas oportunidades para un activismo significativo y colaboraciones efectivas. A su vez, este vínculo entre los comportamientos activos y las nuevas tecnologías estimula formas de organización sin precedentes en los ámbitos de la economía, la política y la vida cotidiana que provoca grandes innovaciones sociales¹¹.

10 Cfr. Organización de las Naciones Unidas, *Economía Creativa: Una opción factible de desarrollo*, 2010.

11 Cfr. Manzini, Enzo y Staszowski, Eduardo, (Editores), *Desis Network, Public & Collaborative Exploring: The intersection of design, social innovation and public policy*, 2013.

No obstante, son los propios Manzini y Staszowski quienes advierten la importancia de comprender que estas innovaciones sociales y cotidianas son entidades muy frágiles y localizadas. Para sobrevivir y difundirse más allá de las comunidades locales, deben ser reconocidas y apoyadas. En otras palabras, se beneficiarían de acciones públicas que facilitarían las colaboraciones entre pares.

El resultado sería una nueva generación de servicios públicos; servicios de colaboración en los que los usuarios finales se convierten en coproductores de servicios. Como un beneficio, las innovaciones sociales podrían convertirse en impulsores poderosos y positivos de la innovación pública.

La sociedad civil, por medio de la cultura digital, logra superar las externalidades negativas impuestas por anquilosadas estructuras de poder, sin embargo, resulta inevitable que tarde o temprano se enfrente a los límites impuestos por la burocracia. Para lograr articular sus principios con las formas de desarrollo hegemónicas se requiere de un ente facilitador. En ese punto la posición de la Universidad resulta privilegiada, pues permite la conexión de las voluntades de los individuos con superestructuras aparentemente distantes e incluso hostiles, tales como el sector público o el privado.

Históricamente, las universidades han sido espacios fértiles para la innovación, no sólo por habilitar en sus aulas espacios para la investigación, la generación de ideas, o la creación de nuevos bienes o servicios que aportan a la transformación de la matriz productiva, sino que por tener una posición privilegiada en la sociedad, que permite articular los intereses del sector público y privado con la sociedad civil. De esta forma la academia puede escuchar, comprender y generar conocimiento en la dirección que la colectividad plantea y organizar las conexiones que permitan el co-diseño de nuevas formas de desarrollo.

Los ejercicios de diseño participativo que la Universidad de Playa Ancha ejecutó entre los años 2014 y 2016, permiten comprender que la academia no sólo es un espacio para gestar innovaciones, sino que es el lugar propicio para el reconocimiento de las necesidades de la sociedad civil.

La academia puede nutrir aquello que ya existe, abrir sus puertas y cumplir un rol verdaderamente público, aportando al diseño de estrategias denominadas *top-down* y *bottom-up*, constituyendo una forma concreta de interacción y retroalimentación entre los responsables de la toma de decisiones en las organizaciones, instituciones y gobiernos y los miembros de las comunidades de individuos. De esa forma, los ciudadanos devenidos en actores claves y agentes de cambios, contribuyen con datos empíricos, ideas y propuestas al proceso de dar respuesta a las fallas de los sistemas sociales. La universidad recoge estas voluntades, ge-

nera conocimiento a partir de las mismas y conecta iniciativas con el sector público y privado.

En esta dirección la innovación pública debe permear la academia para que la misma pueda “centrar su misión” en crear un valor público, generar nuevos servicios, concretar externalidades y multiplicar oportunidades para los ciudadanos, las empresas y las entidades. Las administraciones públicas, aún tras el entorno de complejidad legal y organizativa que las rodea, tienen la misión de crear valor para sus ciudadanos de un modo directo o indirecto, y este valor puede ser cuestiones que inquietan a las comunidades.¹²

Las formas de conocer dichas inquietudes deben también plantearse de manera experimental. La creatividad puede transgredir los límites estéticos impuestos por el sector académico. Las lógicas del diseño colaboran a reinventar la institución transformando de forma radical la relación entre la academia y las personas. El uso creativo de las tecnologías existentes y el trabajo con las nuevas formas de organización que las mismas habilitan, permitirán seguir reconociendo evidentes voluntades de cambio institucional.

LAS 37 IDEAS COMUNES

Respetando la expresión original de los ciudadanos, las ideas se agruparon en 37 grupos, redactándose una breve descripción que intenta ser fiel a los aportes individuales desde las que surgieron.

1. REGENERACIÓN DEL PATRIMONIO

Se refiere a la posibilidad de recuperar los espacios industriales y patrimoniales en estado de abandono existentes en el Puerto de Valparaíso, como una oportunidad de recuperación de la identidad local, de su historia, cultura y economía, así como la generación de un espacio de ocupación y práctica contestataria que promueva un desarrollo sociocultural crítico al modelo económico dominante.

2. JUNTAS DE VECINOS

Consiste en potenciar las actuales juntas de vecinos, dotándolas de los atributos necesarios para que sean interlocutores válidos de las voluntades de sus miembros. Se propone reformarlas para que actúen como un espacio de libre expresión de la intersubjetividad en que se generen opiniones, comunicación y empatía, convirtiéndose, de tal suerte, en centros de transformación social.

¹² Sánchez, Carmina et alia, *Innovación pública: un modelo de aportación de valor*, RIL editores, 2013.

3. GOBIERNO ABIERTO

Ideas para el diseño de estrategias de colaboración entre ciudadanos y oficinas administrativas públicas. Este ítem reconoce necesidad de sistemas y metodologías que den valor al acto de escuchar, que combine instancias de interacción física y virtual y que otorgue legitimidad a las políticas municipales por medio de sistemas de aprobación y co-administración junto a los ciudadanos.

4. PLATAFORMA TECNOLÓGICA PARA IDEAS CIUDADANAS

Desarrollo de plataformas digitales públicas para recolectar las propuestas de la comunidad e identificar medidas que atiendan las necesidades reales de los ciudadanos. Esta plataforma debiese permitir priorizar y retroalimentar propuestas para mejorarlas, y sugerir uso de presupuestos locales según prioridades arrojadas. Las propuestas consolidadas en la plataforma se articulan con la institucionalidad pública para que los presupuestos públicos y la agenda pública se definan según ellas.

5. INCLUSIÓN

Identificar necesidades de todos en la comunidad, incluyendo a miembros de distintos rangos etarios, estratos sociales y etnias. Generar instancias que permitan instrumentalizar esta identificación y empoderar a todos los miembros de la comunidad, incluyendo a los que pertenecen a minorías sociales. Poner a los miembros de la comunidad en contacto unos a otros, permitiéndoles escuchar y conocer las opiniones y necesidades de sus pares.

6. PLATAFORMA DIGITAL BARRIAL

Ideas para la implementación de un espacio digital tipo aplicación que funcione a nivel barrial para sugerir, valorar y comentar nuevas propuestas de desarrollo. Este espacio digital debiese fomentar el uso de metodologías participativas y de co-diseño, uso de foros, desarrollo de hackathones entre vecinos y mapeo de problemas y desafíos de la unidad vecinal.

7. MESAS DE GOBERNANZA

Ideas para la creación de mesas para la cooperación público-privadas de carácter regional, que permita articular al sector privado, instituciones de educación superior, municipio y ciudadanía. Proponen instancias para la priorización de ideas ciudadanas frente a objetivos comunes de todos los integrantes de la mesa, que deberán ser validadas por procesos de participación ciudadana. Consideran la integración de profesionales técnicos que evalúen la viabilidad de las ideas ciudadanas permitiendo una priorización inteligente de ideas colectivas. Este funcionamiento podrá traducirse en una planificación estratégica para la ciudad, que a su vez sea la agenda pública que permita enfrentar los desafíos identificados por la sociedad civil. Es responsable de sistematizar y publicar información sobre las conclusiones de cada sesión de la mesa. Tiene la capacidad de impulsar la creación de corporaciones para la implementación de la agenda pública. Se proponen metodologías innovadoras dentro de las sesiones

de las mesas como cambios de roles. Se conecta con las ideas generadas para la creación de una plataforma digital de ideas ciudadanas y la creación de consejos sociales.

8. ECONOMÍA LOCAL

Ideas para fomentar el consumo y la economía local, promoviendo un comercio a escala barrial que identifique productos y espacios de comercio barriales que impulsen una cultura de la colaboración, así como una oportunidad de crear empleos en los barrios.

Se devela un interés por fomentar la creación de nuevos oficios que signifiquen una resignificación de los productos nacionales, mismos que fueron reemplazados por la importación de productos extranjeros. Las ideas buscan dar visibilidad a las economías locales para abrir oportunidades a sectores productivos no considerados por el gobierno central. En las ideas se hace explícito que un comercio local promueve el respeto por el ritmo de vida de los barrios, la cohesión social y la mejora de la calidad de vida.

9. ESPACIO PÚBLICO

Mejoramiento de espacios públicos e infraestructura urbana según necesidades identificadas por la ciudadanía, proponiendo focos de inversión para desarrollo de proyectos.

10. DATOS ABIERTOS

Desarrollo de políticas en apoyo al acceso abierto y participativo a información pública y a datos de gobierno, aportando a la transparencia y previniendo uso de información por grupos de intereses particulares. Disposición de estos datos de dominio público a través de plataformas sencillas y accesibles para validación por parte de ciudadanos, así como levantamiento de nueva información abierta.

11. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Uso de herramientas tecnológicas y creación de plataformas tecnológicas públicas/municipales para promover la innovación cívica. Entender la innovación como oportunidad de mejora continua al servicio de las personas y para conectar a los ciudadanos entre sí mismos y con su territorio.

12. DISEÑO ESTRATÉGICO

Uso de herramientas del diseño en la planificación y ejecución de estrategias de impacto ciudadano, en pos de una mejora continua en los métodos de participación y de desarrollo de políticas para impactar el territorio.

13. IDENTIDAD DE BARRIOS

Reconocimiento de la identidad de los barrios a través de la identificación de espacios emblemáticos y el empoderamiento de los vecinos como agentes de cambio y como elementos constitutivos de esa identidad. Uso de espacios emblemáticos para socialización de distintos barrios e interacción entre los vecinos, y que permita un levantamiento compartido y reconocido de la identidad barrial.

14. CLÚSTER CREATIVO

Ideas para el diseño de *clúster* y espacios físicos que permitan generar sinergias entre creativos locales, nacionales e internacionales, y que signifiquen la difusión de un nuevo modelo para el desarrollo económico de la ciudad, sustentado en la creatividad local. Los espacios deben considerar la creación de medios para incorporar las propuestas de los vecinos que colindan con dicha espacialidad.

15. VECINOS, BARRIO Y GOBIERNO

Iniciativas que permitan viabilización de ideas en tres niveles; vecinal, barrial y gubernamental, asegurando adecuadas plataformas de vinculación y desarrollo de confianzas entre y a través de estos niveles.

16. OPINIÓN

Opiniones y comentarios compartidos por los usuarios en el marco del ejercicio participativo de las Jornadas Internacionales de Ciudades Creativas.

17. ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN

Instalación de espacios, físicos y virtuales, que permitan participación transversal de diversas comunidades y grupos sociales que habitan un mismo barrio o territorio, generando instancias para entendimiento y diálogo entre ellos. Espacio neutro de convergencia y mutuo reconocimiento.

18. DOLORES/CONVERSACIÓN/ESCUCHA

Ideas para atender la historia y las experiencias emocionales de la ciudad, involucrándolas en el tejido urbano. Instancias de escucha de las experiencias humanas, puestas al servicio de la construcción de identidad.

19. INSTANCIAS DE ENCUENTRO VECINAL

Generación de espacios para interacción entre vecinos, ya sea para identificación de necesidades comunes, desarrollo de confianzas, gestión de proyectos barriales o desarrollo de actividades sociales o de recreativas.

20. ESPACIOS COLABORATIVOS

Habilitación de espacios físicos que instalen lógicas de funcionamiento desde la aplicación de sistemas de colaboración. Son espacios que conectan personas para el intercambio de capital humano y de conocimiento, enfrentando la toma de decisiones desde un bien común. Se encargan de desarrollar acciones y creaciones que operen contra la brecha de la desigualdad, la diversificación de la economía y la generación de un nuevo modelo de desarrollo local.

21. UNIVERSIDADES

La universidad como espacio neutro en donde, tal como en una estrategia tradicional de innovación, se articule a los distintos actores de la sociedad civil y el sector pú-

blico/privado. Se reconoce la necesidad de que las universidades colaboren más entre sí mismas, haciendo uso de sus ventajas comparativas en cuanto a capital académico, tecnológico y técnico.

22. ALIANZAS CON PRIVADOS

Desarrollo de convenios de asociatividad con privados para contribuir al desarrollo de la ciudad y potenciar el emprendimiento ciudadano.

23. NIÑOS

Implementación de actividades públicas orientadas a niños y familias, habiéndose validado las características de dichas actividades a través de la identificación de las necesidades y preferencias de los mismos niños. Aplicación de estrategias participativas que incorporen la voz de los niños en el diseño de iniciativas recreativas familiares.

24. MESAS BARRIALES

Confirmación de instancia de representación territorial a nivel barrio que recolecte la voz de los vecinos, defina prioridades e involucre a actores con poder de decisión y con capacidad financiera para implementar así medidas en corto, mediano y largo plazo.

25. CONSEJO SOCIAL

Espacios de contacto, interacción y debate respecto a temas sociales y de calidad de vida. Estos espacios son integrados por miembros de la sociedad civil, en un esfuerzo por visibilizar las inquietudes e ideas de la sociedad porteña y proyectar interlocutores hacia las mesas de gobernanza de actores múltiples.

26. ARTE Y CULTURA

Uso de las artes como medio de concientización y educación cívica, así como para enriquecer los vínculos de los ciudadanos con el espacio, y entre sí mismos.

27. CLUBES BARRIALES

Generación de espacios para interacción entre miembros de un barrio con fines lúdicos y recreativos. Valorización de estos espacios como oportunidades para expresión artística, deportiva y cultural, que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos.

28. DEPORTE Y TECNOLOGÍA

Promoción de actividad deportiva por medio de aplicación de innovaciones tecnológicas. Uso de tecnologías para promover nuevos públicos hacia el deporte.

29. MONITORES LÍDERES

Trabajo con facilitadores para inspirar a miembros de la comunidad a participar, involucrarse, co-diseñar y generar sinergia en pos de ejecución de medidas de transformación ciudadana.

30. SOLUCIONES MEDIOAMBIENTALES

Aplicación de estrategias inteligentes para solución de problemáticas ambientales, que generen datos y permitan el involucramiento de los ciudadanos en el desarrollo de espacios públicos.

31. COLEGIOS

Involucrar a los colegios y a los estudiantes escolares en el desarrollo de prototipos y soluciones a problemas identificados a nivel barrial. Desarrollo de programa curricular transversal que incentive la innovación en los estudiantes y motive el uso de sus talentos, usando desafíos del territorio identificados colectivamente como insumo para definir objetivos a alcanzar.

32. CALENDARIO

Desarrollo de sistema de calendarización que visibilice los compromisos y las agendas de distintas personas y/o organizaciones de la ciudad. Este calendario debiese servir para transparentar el quehacer diario de actores clave y permitir una mejor articulación entre ellos.

33. BRECHAS SOCIALES

Generación de espacios que permitan superación de barreras sociales. Promoción de políticas de igualdad a través de espacios públicos de calidad para todos, combatiendo así la fragmentación del territorio.

34. BICICLETAS

Desarrollo de infraestructura pública para bicicletas, así como de un sistema público de transporte ciclístico.

35. LABORATORIO DE FABRICACIÓN DIGITAL

Ideas para la implementación de un laboratorio de fabricación digital que permita, por este medio, construir artefactos y dispositivos que den solución a las problemáticas de la ciudad y sus ciudadanos.

36. CARNAVAL FESTIVAL

Desarrollo de actividades recreativas y artísticas en el marco de cada población y/o comunidad vecinal.

37. IDENTIDAD DE LA CIUDAD

Identificar necesidades de todos en la comunidad, incluyendo a miembros de distintos rangos etarios, estratos sociales y etnias. Generar instancias que permitan instrumentalizar esta identificación y empoderar a todos los miembros de la comunidad, incluyendo a los que pertenecen a minorías sociales. Poner a los miembros de la comunidad en contacto unos a otros, permitiéndoles escuchar y conocer las opiniones y necesidades de sus pares.