

Corazón: Identidad + Innovación

Anabel Carrillo Lafuente

El centro histórico es un espacio de mezcla e inclusión, del que dependen o con el que se articulan casi todos los espacios, centros y periferias de la ciudad contemporánea. Es el espacio de redes por excelencia, porque mantiene todos los polos de atracción y la mayor parte de los espacios simbólicos y colectivos de la ciudad, la mayor parte del espacio público y la mayor parte del patrimonio monumental y artístico. Reúne pues condiciones para ser un permanente crisol de actividades, de flujos y de fusiones sociales que lo convierten en un ámbito único y singular para emplazar en él cualquiera de los recursos de identidad e innovación de la ciudad contemporánea.

En pocos años, tras la decadencia de la ciudad sectorizada y funcional del siglo XX, ha pasado del decaimiento y la degradación, -producto en parte de la implantación de servicios terciarios, el abandono residencial y la salida de las actividades industriales- a la estabilidad y en algunos casos a una franca recuperación y una nueva vitalidad, que proviene de nuevas visiones del centro.

Lograr que las ciudades desarrollen actividades locales de valor añadido en relación a una mayor calidad de vida en sus centros históricos tiene su base en múltiples factores: en una nueva visión sobre el papel de los centros, en la disposición de recursos, en el toque concertado, en hacer confluir políticas que permitan aprehender y asentar los nuevos fenómenos urbanos y que sobre todo despunten en cultura, cohesión social, medio ambiente y tecnología. Ciudades con innovadores sociales, exploradores, con una malla de iniciativas públicas, cívicas, empresariales que extraigan y pongan en valor el conocimiento que albergan y logren dibujar un mapa que conecta y enlaza todos los proyectos de innovación, de investigación, de desafíos hacia los nuevos retos urbanos. Ciudades conectadas para facilitar el aprendizaje y el crecimiento en opciones vitales y profesionales. Ciudades con corredores culturales, participativos, tecnológicos, ambientales.

La metáfora de la ciudad río que fluye y no la de la ciudad compartimentada de espacios divididos que provocan desconocimiento, recelos, intereses dispersos y ausencia de pedagogía urbana y aprendizaje distribuido por el territorio.

La cuestión a mi juicio no es el de plantear la ciudad de la nueva industria, sino el del centro como recurso de la sociedad del conocimiento y de la información. El sentido de la sociedad postindustrial es el cambio hacia un espacio nuevo, en el que las actividades adoptan sustancialmente otros objetivos, formas y valores en la producción de conocimiento y los valores añadidos a éste.

El reto para cualquier ciudad es grande, la situación actual y el entorno no son aún los que desearíamos, pero es un desafío imprescindible que todavía reclama un impulso más contundente y decidido. Sin asumir los retos tecnológicos no hay oportunidades urbanas. Los servicios que se pueden ofrecer a los consumidores y a las empresas, el crecimiento de los lugares de trabajo, la creación de riqueza, el equilibrio territorial y el bienestar de un futuro próximo, están condicionados por las decisiones que se tienen que tomar ahora.

Es preciso remarcar que no estamos hablando de un sector autónomo y aislado: la imbricación y la dependencia de la tecnología en la mayoría de sectores económicos y sociales y su extensión por todo el territorio es cada vez más importante y los hacen extraordinariamente dependientes de las TIC.

El centro histórico como nodo tecnológico y espacio de innovación

En ciudades medias como Córdoba, con centros históricos de valor universal con actuaciones recientes de renovación y recuperación urbana que han eliminado los bordes, las barreras y focalizado nuevas centralidades, aun han de resolver las múltiples variables para que sus centros históricos sean centros activos y productivos, a la vez que residenciales y monumentales, de convivencia de sectores productivos tradicionales con nuevos ámbitos económicos. Por su carácter y su importancia para la identidad cultural, los centros históricos debieran ser espacios importantísimos para la transferencia de la experiencia urbana acumulada en los ámbitos y procesos más innovadores. Innovar, mostrar la innovación, los servicios avanzados, las posibilidades de los nuevos conocimientos, los usos tecnológicos en el escenario patrimonial de nuestra herencia histórica es sin duda construir la herencia esplendorosa de nuestro futuro.

El centro histórico es el espacio de transferencia más importante de la ciudad. En sí mismo constituye un espacio de intercambio de redes:

- De acceso
- De movilidad
- De inclusión
- De soportes físicos y virtuales, y simbólicos
- De cultura y patrimonio
- De turismo

A sus virtudes funcionales el centro une el "efecto llamada". Toda la ciudad se reconoce en el centro. Por tanto el "valor centro" es una plusvalía añadida al valor de la actividad en la ciudad.

En contra de la época industrial, la era de la información precisa de espacios mucho menores

en tamaño y mucho más difusores en red. Claro que es posible incorporar actividades de los Parques Tecnológicos, incubadoras y recintos específicos como los hay en toda Europa, pero hay que introducir un cambio de estrategia y, previamente un cambio profundo de mentalidad. Asociar el centro a los valores de la identidad significa dotarle de perfiles específicos, no genéricos, el centro no puede ser "indiferente". La ciudad no puede ser, sin perder el corazón, genérica.

Desde estos escenarios y nuevas perspectivas los Centros Históricos presentan una extraordinaria capacidad para renovar sus perfiles y así identificarse como:

Espacios de oportunidad e Innovación

Nodos tecnológicos

Espacios en permanente transformación

La condición de pensar el centro como recurso de alta calidad ambiental y de vida significa buscar los puntos de excelencia e incorporar en éstos los usos contemporáneos de la ciudad del conocimiento utilizando:

Las redes institucionales, corporativas y privadas

Los centros cívicos y equipamientos públicos

Los acontecimientos y exposiciones

Los centros de formación

Las nuevas unidades de alojamiento

Las personas con un buen nivel formativo

Los nuevos espacios de regeneración urbana

Para hacerlo hay que conjugar una acción consorciada que facilite los elementos públicos y privados para sembrar la atracción, igual que lo fueron los lofts en el NY de los últimos años, acompañados de galerías de arte y tiendas de moda, o de comercios de electrónica primero y luego de telecomunicación. El centro debe des-institucionalizarse en los aspectos económicos y convertirse cada vez más en un centro donde los emprendedores puedan vivir como pez en el agua. Es decir, crear ideas, promover iniciativas y arriesgar invención que produzca valor añadido y rehabilite a la vez partes de ciudad.

Los inconvenientes aún son muchos. Aquí en Andalucía, -en España, en general- no ha habido hasta hace poco experiencias relevantes, no hay garages entendidos como lugares de creación y aprendizaje, sino plazas de garage; no hay viviendas para teletrabajo, sino viviendas convencionales imposibles de adaptar; no hay comercio innovador, sino locales comerciales para franquicias a precios prohibitivos; no hay población joven, sino envejecida; no hay elementos de innovación, sino de especulación; no hay, en suma, espacios de oportunidad, sino espacios inaccesibles a la oportunidad, a la tecnología y a la transferencia.

Identificar, regenerar y proyectar los nuevos nodos de la red tecnológica de la ciudad en relación con sus entornos más innovadores y sus perfiles más característicos es la tarea de una política de creación del centro histórico como nodo tecnológico. Las empresas lo han hecho a su manera colocando terminales y sucursales de sus centros de decisión: invertir el proceso y llenar las terminales de nodos emisores es la tarea actual; no solo mediante subvenciones al riesgo y la aventura empresarial cualificada sino actuando como una red de innovación que facilite los medios para crear valor en aquellos nichos o yacimientos de actividad en los que sea más fácilmente accesible el enlace con actividades tradicionales en formas nuevas que creen valor añadido.

A menudo se cree que un museo o una expo bastan para transformar una ciudad, pero la ciudad la transforma las personas que en ella viven si tienen incentivos de cambio, transferencia de conocimiento y capacidad para conectar los sectores avanzados en torno a las nuevas tecnologías, introduciendo sinergias, marcas y modelos que multipliquen los efectos positivos, disminuyan los negativos, minimicen los perversos y extiendan la concepción del centro como recurso vivo.

Un plan para la vitalidad tecnológica e innovativa de los Centros Históricos

Generar mercados locales de tecnología en los centros históricos se relaciona con políticas ciudadanas que sean intensivas en información y en tratamientos avanzados de la información, en sistemas de participación ciudadana a través de internet, políticas medioambientales, pequeñas empresas audiovisuales, publicitarias, de gestión cultural, espacios multimedia, puntos de acceso Wi-fi, centros de formación, portales de servicios administrativos, sitios de información geográfica...No se trata de aprender saberes gracias a la tecnología: Se trata de generar los nuevos saberes que constituyen el nuevo desarrollo local. El nuevo desarrollo urbano.

Así, sería muy recomendable promover el desarrollo de Planes específicos para que los Centros Históricos se conviertan en nodos tecnológicos y espacios de innovación. Dichos planes debieran contemplar al menos los siguientes parámetros:

Estudio de la situación de las infraestructuras tecnológicas.

Inventario de posibles Centros de recursos del conocimiento y la innovación: Institutos de Investigación, Facultades Universitarias, Centros Cívicos, Cines, Organismos oficiales, Colegios, Bienes de Interés cultural..etc.

Censo de locales, viviendas, talleres ...suscceptibles de convertirse en incentivos para la creación de empresas de base tecnológica, culturales, medioambientales...y residencia para emprendedores.

Estudio de la población residente, las empresas alojadas y la implantación de ordenadores y terminales por el conjunto del Centro Histórico.

Descripción del posible mapa de Innovación y de corredores del conocimiento atendiendo a la posibilidad de recursos de todo tipo.

Descripción de actividades productivas ligadas a la Sociedad del Conocimiento con posibilidades de implantación.

Estudio de Incentivos, planes de financiación, ayudas a la inversión y a la rehabilitación, memoria económica..etc.

La gran ventaja del centro es su permanente capacidad de reversibilidad de actividades, su transformación permanente en otra cosa, manteniendo la identidad que lo hace atractivo. No hay nada mejor como escenario de las actividades de la sociedad del conocimiento, pues este no es sino el escenario del permanente recomienzo de la actividad de aprender que es, consecuentemente, la más arriesgada que hay.

La vuelta al centro es la vuelta al sitio donde mejor puede arraigar la innovación de la sociedad del conocimiento, si es una vuelta ordenada, mezclada e integrada de las actividades y los sitios que se ponen en común mediante las nuevas tecnologías.

Centro e innovación pueden darse la mano sin perder identidad, a condición de que se estimulen los focos, procesos y redes dispuestas para ello sin perder de vista que confluyen en objetivos comunes de la sociedad y su espacio, a muy corto plazo, si se siembran las semillas en los sitios oportunos y al ritmo adecuado, olvidando los procesos de zonificación sectorial y separación de usos que han puesto en peligro la vida misma del corazón que late.