



Lugar y Creatividad

Hacia una sociología de los procesos de creatividad cultural urbana

Matías I. Zarlenga

ADVERTIMENT. La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX (www.tdx.cat) i a través del Dipòsit Digital de la UB (diposit.ub.edu) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX ni al Dipòsit Digital de la UB. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX o al Dipòsit Digital de la UB (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

ADVERTENCIA. La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR (www.tdx.cat) y a través del Repositorio Digital de la UB (diposit.ub.edu) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR o al Repositorio Digital de la UB. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR o al Repositorio Digital de la UB (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

WARNING. On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX (www.tdx.cat) service and by the UB Digital Repository (diposit.ub.edu) has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized nor its spreading and availability from a site foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository is not authorized (framing). Those rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author.

Departamento de Teoría Sociológica, Filosofía del Derecho y Metodología de las
Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona

Programa de Doctorado en Sociología

LUGAR Y CREATIVIDAD

Hacia una Sociología de los procesos de creatividad cultural urbana

Matías I. Zarlenga

Tesis para optar al título de Doctor en Sociología

Director:

Dr. Arturo Rodríguez Morató

Universidad de Barcelona
Facultad de Economía y Empresa
Año 2015

Estas dos tendencias, la de quien habla para atenuar sus expresiones y la de quienes escuchan a acentuar sus intereses, cada uno a la luz de las capacidades y exigencias del otro, constituyen el puente que la gente construye de uno a otro, y les permite encontrarse para un momento de conversación en comunión de participación recíprocamente sostenida. Esta chispa, y no los tipos más evidentes de amor, es la que ilumina al mundo (Goffman 1970, p.106).

El espacio es una forma que en sí misma no produce efecto alguno [...]. No son las formas de la proximidad o distancia espaciales las que producen los fenómenos de la vecindad o la extranjería [...]. Lo que tiene importancia social no es el espacio, sino el eslabonamiento y conexión de las partes del espacio, producido por factores espirituales (Simmel 1977, p.644).

Índice

Agradecimientos	v
Introducción	1
A. OBJETIVOS.....	1
B. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	2
C. MARCO CONCEPTUAL Y RESULTADOS PRINCIPALES.....	5
D. ESTRUCTURA DE LA TESIS	11
Primera Parte. Creatividad Cultural Urbana y lugar	19
CAPÍTULO 1. CREATIVIDAD, TERRITORIO Y SOCIEDAD.....	21
1.1. <i>Territorio y Creatividad</i>	22
1.1.a. El territorio como espacio culturalmente transformado.....	23
1.1.b. El territorio como dinamizador de procesos de creatividad e innovación.....	32
1.2. <i>Creatividad y Sociedad</i>	38
1.2.a. La creatividad en contextos sociales específicos	40
1.2.b. La creatividad como elemento constitutivo de la sociedad y la acción social	44
1.2.c. Hacia una articulación entre creatividad, territorio y sociedad	48
CAPÍTULO 2. PROBLEMATIZACIÓN TEÓRICA	51
2.1. <i>El concepto de creatividad</i>	53
2.1.a. Rituales y Marcos Creativos.....	54
2.1.b. Marcos Organizacionales Creativos	57
2.1.c. Procesos de Resonancia	59
2.2. <i>El concepto de lugar</i>	62
2.2.a. Escenarios Creativos.....	63
2.2.b. Límites y Medio Escénico	65
2.2.c. Encadenamiento de EC y espacios urbanos de interés.....	66
CAPÍTULO 3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	71
3.1. <i>Criterios de selección de los casos de estudio y la muestra de análisis</i>	72
3.1.a. Justificación y lógica de selección de los casos de estudio.....	72
3.1.b. Definición y justificación de la muestra	76
3.2. <i>Estrategia metodológica y modalidad de análisis</i>	94
3.2.a. Estrategia metodológica y técnicas de obtención de datos.....	95
3.2.b. Planteamiento de análisis	97
Segunda Parte. Los Escenarios Creativos	103
CAPÍTULO 4. EL LUGAR COMO ESCENARIO CREATIVO	105

4.1. Escenarios Creativos Abiertos.....	109
4.1.a. EC-abiertos y MC-experimental comunitario.....	110
4.1.b. EC-abiertos y MC-experimentales basados en dinámicas de amistad.....	115
4.2. Escenarios Creativos Cerrados	122
4.2.a. EC-cerrados y MC-profesional-estético	123
4.2.b. EC-cerrados y MC-profesional-comercial	128
4.3. Escenarios Creativos Disonantes.....	134
4.3.a. EC-disonantes y MC-estético-comunitario	135
4.3.b. EC-disonantes y MC-estético-comercial.....	141
CAPÍTULO 5. EL MONTAJE DE LOS ESCENARIOS CREATIVOS.....	149
5.1. Los límites del escenario	154
5.1.a. Límites débiles y EC-abiertos.....	154
5.1.b. Límites fuertes y EC-cerrados.....	163
5.1.c. Límites en conflicto y EC-disonantes	169
5.2. El medio escénico	177
5.2.a. Medio escénico híbrido	178
5.2.b. Medio escénico homogéneo.....	185
5.2.c. Medio escénico heterogéneo	191
5.3. La dirección escénica.....	196
5.3.a. Baja direccionalidad creativa.....	198
5.3.b. Direccionalidad creativa definida	205
5.3.c. Direccionalidades divergentes	212
CAPÍTULO 6. LOS ESCENARIOS CREATIVOS COMO ESPACIOS URBANOS DE INTERÉS	217
6.1. Escenarios Creativos y procesos de resonancia urbana.....	219
6.1.a. Escenarios Creativos periféricos y resonancia específica.....	222
6.1.b. Escenarios Creativos centrales y resonancia transversal.....	238
6.2. Encadenamiento de Escenarios Creativos y clúster culturales	255
6.2.a. Encadenamiento de Escenarios Creativos y clúster de creadores culturales	258
6.2.b. Encadenamiento de Escenarios Creativos y clúster de industrias culturales	265
Conclusiones.....	273
A. RITUALES, ESCENARIOS Y MARCOS.....	276
B. ESCENARIOS CREATIVOS ABIERTOS, CERRADOS Y DISONANTES.....	279
C. LÍMITES, MEDIO ESCÉNICO Y DIRECCIÓN CREATIVA	283
D. PROCESOS DE RESONANCIA, PUNTOS DE INTERÉS Y TRANSPOSICIÓN DE CLAVE.....	293
E. LÍMITES Y NUEVAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	299
Bibliografía	301
Anexos.....	319
ANEXO 1. ÍNDICE DE TABLAS E ILUSTRACIONES.....	321

1.1. Índice de Ilustraciones.....	321
1.2. Índice de Tablas.....	322
ANEXO 2. LISTA COMPLETA DE ENTREVISTADOS SEGÚN BARRIO Y SECTOR	323
2.1. Lista completa de entrevistados del barrio de Poblenu	323
2.2. Lista completa de entrevistados del barrio de Palermo.....	325
2.3. Lista de Artistas Visuales según nivel de profesionalidad y centro de pertenencia	327
2.4. Lista de Productores Audiovisuales según empresa, formación y experiencia	332
2.5. Lista de Diseñadores según formación y experiencia	333
ANEXO 3. PRINCIPALES VARIABLES Y SU OPERACIONALIZACIÓN.....	335
3.1. Dimensiones, indicadores y categorías de las variables a nivel situacional.....	335
3.2. Dimensiones, indicadores y categorías de las variables a nivel organizacional.....	338
ANEXO 4. GUIONES DE ENTREVISTAS SEGÚN BARRIO Y SECTOR.....	341
4.1. Guión de entrevistas Poblenu	341
4.2. Guión de entrevistas Palermo	349

Agradecimientos

Esta Tesis es el resultado individual de un esfuerzo colectivo forjado en numerosos encuentros que hicieron que esta investigación no sea sólo “mía” sino de un “nosotros” plural. A todos esos otros que hicieron posible esta tesis quisiera darles las gracias.

En primer lugar, quiero agradecer al *Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación de España y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo* (MAEC-AECID) por otorgarme una beca que me permitió, durante cuatro años, dedicarme de lleno a la realización del doctorado. También quisiera agradecer al *Centro de Cultura Política y Sociedad* (CECUPS), de la Universidad de Barcelona, por haber confiado en mis capacidades y ayudado a extender mi estancia en Barcelona un año más de lo previsto. A la carrera de *Gestión del Arte y la Cultura* de la Universidad Nacional de Tres de Febrero y especialmente a su coordinador, Enrique Valiente, le agradezco el haberme esperado después de este largo viaje, y traído de vuelta a la vida académica argentina, dándome el tiempo suficiente, para que culmine mi tesis sin sobresaltos. Sin todos ellos, esta investigación no hubiera sido posible.

La génesis de esta tesis atraviesa la vida de dos ciudades: Buenos Aires y Barcelona. A su gente le debo este resultado. En Barcelona quisiera agradecer fundamentalmente a todos los becarios y profesores del *Departamento de Teoría Sociológica* de la Universidad de Barcelona y a los integrantes del *Programa de Doctorado en Sociología*, con quienes tuve la oportunidad de discutir en almuerzos, seminarios, simposios, parte de los avances de mi investigación. También a la *Comisión de Seguimiento de Doctorado*, especialmente a Peter Wagner y Marisol García, por sus lecturas atentas de los avances de mi Tesis y sus recomendaciones precisas. A Joaquim Rius, por sus aportes en la primera etapa de la investigación.

Muy especialmente quiero agradecer a todos los miembros del CECUPS, por haber compartido conmigo esta experiencia tan maravillosa que es investigar entre colegas que terminan convirtiéndose en grandes amigos. Por todo lo que me llevo de los seminarios de lectura de los clásicos de la sociología y nuestros talleres de tesis. También quisiera agradecer a los integrantes del CRIT que, sin ser parte, me acogieron como uno más, para discutir mis inquietudes y perspectivas de investigación. Particularmente, quisiera agradecer a Montse Pareja, porque sus seminarios sobre creatividad y ciudad fueron de suma utilidad cuando esta Tesis recién nacía. A todos los miembros del Proyecto TRAMOD les quiero agradecer por dejarme participar de su vida y discusiones artísticas y académicas.

También quiero agradecer a los numerosos investigadores que fui conociendo en diferentes jornadas y congresos internacionales, donde pude presentar algunos avances de mi tesis. Esta clase de aportes fueron fundamentales en el desarrollo posterior de mi investigación. En especial, quisiera agradecer a Alexandra Nenko y Nikita Basov, con quienes entre Buenos Aires, Barcelona y San Petersburgo fui compartiendo, no sólo inquietudes académicas y trabajo de campo, sino también conversaciones muy gratificantes.

Esta tesis está construida a partir de distintas voces que, con entusiasmo y pasión, fueron explicándome en qué consiste esta misteriosa tarea de crear algo singular junto con otros. A los más de cien entrevistados les debo lo mejor de esta Tesis, lo peor queda bajo mí responsabilidad. En Buenos Aires, quisiera agradecer especialmente a Adrián Lebendiker, con quien durante largas entrevistas pude aprender sobre los diseñadores del barrio de Palermo. También a todos los integrantes de la Casa San Crespín, quienes me abrieron generosamente las puertas de su espacio de trabajo y me explicaron cómo es crear entre amigos. En Barcelona, quisiera agradecer a los artistas y directivos de La Escocesa, quienes me permitieron deambular entre sus naves en más de una oportunidad. Entre sus artistas, quiero agradecer especialmente a Hugo Orlandini por su predisposición, camaradería y amistad.

A mi director, Arturo Rodríguez Morató, le agradezco por haberme sabido guiar y orientar dentro de este gran bosque que es la sociología del arte y la cultura. Por haber convertido a la sociología en mi profesión, y por haberme sacado de los callejones sin salida académicos en los que me encontraba. Porque esta tesis no hubiera existido si no fuera por su generosidad y aportes. Por el estímulo intelectual de nuestras charlas, verdadera cocina de esta Tesis.

Una tesis nos sólo se basa en intercambios académicos. Resultan muy importante el cariño y afecto de familiares y amigos, más cuando se está trabajando a la distancia. Por este motivo, quiero agradecer muy especialmente a mi familia “catalana”, a Patricia, Ángel, Alicia, Astor, Juana y Andrea, por haberme ayudado durante mis primeros tiempos en Catalunya y por estar siempre cuando los necesité. También quiero agradecer a mis amigos de Barcelona, a Gloria y Stefano, David, José, Valerio, Beatriz y Mauricio, Selene, Ricardo, Sebastià, Edurne, Victoria, Catalina, Bru, Renato, Jordi, Tanit y Carmen. A todos ellos les agradezco haber compartido conmigo momentos inolvidables y por haberme hecho sentir en Barcelona como si fuera mi casa. Muy especialmente quisiera agradecer a Marc Pradel, por su amistad y ayuda en el desarrollo de mi tesis. Su lectura atenta y consejo hicieron de esta Tesis algo mejor. Pero, por sobre todo, por haber sido durante todo este tiempo como un hermano.

A los amigos de Buenos Aires, por bancar mi ausencia en todo el tiempo que estuve fuera. Por estar a la distancia y ayudarme en momentos claves. A mi papá, mi mamá y mi hermano, les quiero agradecer por todo el cariño y apoyo incondicional. Sin su ayuda y soporte nada de esto hubiera sido posible. Finalmente, quisiera agradecerle y dedicarle esta Tesis a Lis, verdadero motor y razón de todo esto.

Introducción

INTRODUCCIÓN

A. OBJETIVOS

El interrogante principal al que intenta dar respuesta esta tesis se puede resumir de la siguiente forma: *¿De qué manera incide el lugar en los procesos de creatividad cultural urbana?*

Cuando se habla de procesos de *creatividad* entendemos a los mismos como determinadas interacciones sociales ritualizadas que generan algún tipo de innovación o singularidad en un área o esfera de la vida social. Son procesos de *creatividad cultural* y no de otro tipo porque se indaga sobre un área o esfera social específica: aquella que tiene que ver con la producción de determinados bienes o servicios singulares con una alta connotación simbólica. En nuestra investigación se analizan específicamente la incidencia del lugar en los procesos de creación en artes visuales (realizada por creadores con distintos niveles de profesionalización que trabajan tanto en talleres individuales como en Centros de Creación Artística) y en determinados emprendimientos culturales vinculados con el diseño (de indumentaria y objetos) y la producción audiovisual (en cine, televisión y publicidad). Las actividades elegidas resultan relevantes ya que son una muestra significativa de dos sectores importantes de la producción cultural contemporánea: las artes y las industrias culturales y creativas.

Finalmente, los procesos de creatividad cultural analizados son *urbanos* porque los mismos, aunque parezca tautológico decirlo, se inscriben en ciudades. En nuestro caso, en dos barrios específicos, Poblenou y Palermo, de las ciudades de Barcelona y Buenos Aires. Los barrios elegidos resultan relevantes por ser zonas urbanas de ciudades culturalmente significativas donde se concentran espacios y situaciones de interacción destinados a la creación, desarrollo, visibilidad y gestión de actividades

culturales en los ámbitos del arte, el diseño y las producción audiovisual. Además, los barrios comparten el hecho de tener un pasado caracterizado por una vida comunitaria, cultural y artística significativa y el haber sido objeto de transformaciones urbanas recientes a partir de políticas y dinámicas de clusterización, que han provocado la concentración de diversos tipos de actores y organizaciones vinculados con el sector artístico, cultural y del conocimiento.

De esta forma, a partir del análisis empírico de los sectores de arte, diseño y producción audiovisual de los barrios de Poblenou de la ciudad de Barcelona y de Palermo de la Ciudad de Buenos Aires, el objetivo central de la presente Tesis es la elaboración de un *marco conceptual sociológico alternativo* que permita explicar la incidencia del lugar en los procesos de creatividad cultural urbana.

Cuando nos preguntamos por la incidencia del lugar en los procesos de creatividad cultural urbana preferimos usar la noción de *lugar*, que remite a un sitio concreto cargado de significados y contenidos sociales, y no de espacio (de carácter más abstracto) o territorio (definido generalmente por un atributo del tipo jurídico o político). A lo largo de la presente Tesis entendemos al lugar como una dimensión configurada por, y configurante de interacciones sociales. En este sentido, los actores y organizaciones en sus diversas interacciones definen, son definidos y re-definen el lugar donde actúan. Decimos que los agentes y organizaciones definen el lugar cuando participan en los procesos que hacen a su configuración y transformación, son definidos cuando guían su conducta de acuerdo a un diseño pre-establecido por otros, y son capaces de re-definirlo a partir de su uso y apropiación.

B. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La elaboración de un marco conceptual sociológico que permita explicar la incidencia del lugar en los procesos sociales de creatividad e innovación cultural reviste tanto un *interés factual* como *analítico*. Desde el punto de vista factual, se puede constatar que desde la década del ochenta del siglo XX, en un contexto de creciente globalización económica, surgen numerosas investigaciones en el campo de la economía, la

geografía, el urbanismo y las políticas públicas y culturales en las que se entiende al espacio local como un factor clave para explicar procesos de creatividad e innovación, tanto en el ámbito de las industrias creativas como en la producción económica (Musterd & Murie 2010; Simmie 2005; Cinti 2008). Sin embargo, exceptuando algunas investigaciones (Gieryn 2002; Gieryn 2006; Molotch 2002; Molotch 1976; Rodríguez Morató 1996; Rodríguez Morató 2001), la perspectiva estrictamente sociológica está ausente en este tipo de debates.

Desde la década del ochenta, numerosas administraciones públicas de diversas ciudades del mundo, hacedores de políticas y una buena parte del sector académico han comprendido a la cultura como un tipo de bien o servicio que reporta un beneficio económico para las ciudades. Desde esta perspectiva se han articulado una serie de políticas público-privadas que apuntan a la utilización de la cultura en un sentido restringido e instrumental para la transformación de viejas ciudades industriales tanto a nivel urbano (procesos de regeneración de los centros históricos y antiguos sectores industriales), económico (generación de un desarrollo económico alternativo a través de las industrias creativas y el turismo) como social (inclusión de una capa de la población a las nuevas actividades económicas).

Como correlato a estas transformaciones, durante la primera década del presente siglo, surgen numerosas investigaciones dentro del ámbito académico y profesional que intentan explicar o elaborar determinadas herramientas (*toolkits*) con el fin de entender o promover este tipo de transformaciones en donde la *creatividad* aparece como concepto clave. De este modo, emergen nociones como las de *ciudades creativas* (Landry & Bianchini 1995), *economía creativa* (Scott 2010) y *clase creativa* (Florida 2002; Florida 2005) para explicar y promover diversas transformaciones en las llamadas ciudades posindustriales. De esta manera, la noción de creatividad, antes vinculada casi con exclusividad al mundo de las artes, pasa a tener una relación directa con aspectos urbanos, económicos y sociales. Así, desde diversas perspectivas disciplinares, se empieza a entender que el lugar (en sus diferentes escalas y aspectos) tiene un impacto positivo en los procesos de creatividad cultural urbana reportando beneficios económicos directos e indirectos para las ciudades.

Sin embargo, la mayoría de las investigaciones que intentan establecer una explicación sobre el impacto del lugar en los procesos de creatividad cultural urbana lo hacen de forma reduccionista e instrumental, prestando poca atención a la dimensión social en sus análisis y, en algunos casos, elaborando conceptos y explicaciones poco rigurosas. Una parte de la literatura dedicada al análisis de esta cuestión proviene principalmente de la geografía y el urbanismo y tiende a relacionar la creatividad e innovación con determinada infraestructura urbana. Según este tipo de análisis, los procesos de creatividad e innovación son únicamente explicados a partir de factores *hard*, tales como capital y fuerza de trabajo especializada; la existencia de un contexto institucional con regulaciones adecuadas y regímenes impositivos atractivos e infraestructura comunicativa (v.g., sistema de rutas, conexiones de ferrocarril, accesibilidad área y marítima, etc.) (Musterd & Murie 2010, pp.20–22).

Por su parte, ciertas vertientes del análisis económico y la geografía económica prestan atención casi exclusivamente a los aspectos positivos que generan la concentración de actores y emprendimientos y empresas en los llamados *clústeres o distritos culturales* debido a la disponibilidad de recursos materiales y humanos existentes, los potenciales encuentros cara a cara entre creadores, y el abaratamiento de los costes de transacción (Scott 2010; Scott 2000; Scott 2001). La importancia de la dimensión local y regional en los procesos de innovación tecnológica también ha sido analizada desde la economía en los trabajos tempranos de Joseph Schumpeter (1939) y Alfred Marshall (1920) y revisitada en la década de los ochenta por Michael Piore y Charles Sabel (1984) y posteriormente por las corrientes del *New Industrial Districts* (Becattini 2004) y los *Innovative Milieu* (Aydalot 1986). Desde estas perspectivas, el tipo de interacciones sociales dentro de los clústeres, distritos o regiones son reducidos a aspectos puramente económicos, prescindiendo de otras variables claramente presentes en las interacciones sociales, tales como emociones, valores, conocimiento de la situación, la influencia de interacciones sociales pre-existentes, relaciones de poder, etc.¹

¹ Existen numerosas excepciones representada por los trabajos de Mark Granovetter (1985) y Ash Amin (2007), en donde las dimensiones sociales del territorio resultan centrales.

Finalmente, las investigaciones hechas por *policy makers*, o bien son del tipo instrumental, centrándose en la acción de determinadas políticas públicas o culturales como única causa explicativa de la creatividad cultural (Mommaas 2004), o bien utilizan conceptos difíciles de discernir analíticamente o corroborar empíricamente, como “talento” (Florida 2002), “atmosfera” o “ambiente” creativo (Currid 2007; Currid & Williams 2010).

En este sentido, un análisis sociológico que intente explicar el tipo de incidencia del lugar en los procesos de creatividad e innovación cultural de manera precisa, con herramientas analíticas adecuadas, y posibles contrastaciones empíricas, resulta extremadamente relevante. Sin embargo, la perspectiva sociológica apenas está presente en este tipo de debates. La principal razón de esta ausencia se debe a que los modelos sociológicos tradicionales sobre creatividad artístico-cultural están contruidos dentro de parámetros disciplinares sectoriales, de implícito carácter moderno, que prescinden o tienden a minusvalorar la dimensión espacial de la actividad cultural en sus análisis (Bourdieu 2002b; cfr. Becker 2008). Con todo, existen algunas excepciones en los trabajos de Thomas Gieryn (2002; 2006) sobre el papel de los laboratorios en los procesos de innovación científica, las investigaciones de Harvey Molotch (1976; 2003; 2002) acerca de la influencia del entorno urbano en el diseño de objetos y los análisis de Arturo Rodríguez Morató (1996; 2001) sobre el impacto de la ciudad en las dinámicas de creación artística.

Por este motivo, la presente Tesis, además de tener como objetivo principal el análisis de la incidencia de lugar en los procesos de creatividad cultural urbana, aspira a elaborar una teoría alternativa que pueda clarificar algunas invariantes que estructuran las dinámicas de interacción social específicas en las que se define la creatividad cultural y como las mismas afectan y son afectadas por el lugar.

C. MARCO CONCEPTUAL Y RESULTADOS PRINCIPALES

El concepto de *ritual de interacción* (Collins 1989; Collins 2005) constituye el punto de partida de esta Tesis para definir los procesos de creatividad cultural urbanos. Esta

noción nos permite entender, desde una perspectiva situacional, la estructuración social de procesos creativos en sus aspectos generales. Con el propósito de dar cuenta de la complejidad de los procesos creativos, a lo largo de la Tesis, introducimos el concepto de *Rituales de Creatividad (RC)*. Por RC entendemos a las interacciones sociales cara a cara (co-presencia física) que tienen por foco de atención algún aspecto (técnico, estético, conceptual o valorativo) de los procesos de creatividad que están en la base de la innovación cultural. Para definir de qué manera estas interacciones focalizadas funcionan dentro de grupos más amplios (de pares u organizaciones) y se relacionan con el lugar, recurrimos al concepto de *marco [frame]* elaborado por Goffman (2006, pp.257–261). En este caso, introducimos la noción de *Marco Creativo (MC)* para analizar las percepciones, reglas, límites y orientaciones creativas que son el efecto de la relación entre los rituales de creatividad y el lugar.

A partir de los aportes de Thomas Gieryn (2000; 2002), entendemos al lugar como una realidad condicionada y condicionante de las interacciones sociales, medible a partir de sus escalas (micro, meso y macro) y aspectos (físico, social y simbólico). Por otra parte, nos servimos de algunos aspectos de la noción de *región [region]* de Goffman (2009, pp.124–160), para entender como los *límites* y el *medio* de los lugares donde ocurren situaciones creativas modifican la conducta [*performance*] de los actores (i.e., *backstage* y *frontstage*). A partir de estos aportes, definimos al lugar donde se celebran de forma recurrente interacciones ritualizadas, que tiene por foco algún aspecto de la creación cultural, como *Escenarios Creativos (EC)*.

La noción de EC funciona como un concepto bisagra que permite articular la realidad espacial y social de los procesos creativos desde una perspectiva situacional. Por un lado, como demostraremos a lo de la Tesis, los EC son producto de los RC que se celebran de forma recurrente en un lugar. En este sentido, el concepto de EC emerge como efecto de lugar producto de determinados RC. Por otro lado, los EC se presentan como una realidad situacional que condensa, en sus límites y medios, el entorno urbano y organizacional donde se emplazan. De esta forma, los EC participan en la estructuración de esquemas mentales y pautas de regulación que terminan por configurar MC asociados al lugar.

La noción de EC resulta un concepto clave que estructura el desarrollo central de esta Tesis. A partir del análisis del material empírico recolectado, en el Capítulo 4, elaboramos una tipología que nos permite distinguir diferentes tipos de EC de acuerdo a la orientación y finalidad de los RC que allí se celebran. De esta forma, distinguimos tres tipos de EC: *abiertos*, *cerrados* y *disonantes*. Definimos a los *EC-abiertos* por su baja orientación y finalidad creativa, lo que los convierte en un tipo de escenario proclive para la experimentación pero con dificultades para el logro de un producto cultural definido, de acuerdo a convenciones específicas de un determinado sector de la producción cultural. Por el contrario, caracterizamos a los *EC-cerrados* por su orientación y finalidad más definidas, lo que le da a este tipo de escenarios una mayor claridad en los productos culturales que allí se gestan. Finalmente, definimos a los *EC-disonantes* como los espacios donde conviven simultáneamente orientaciones y finalidades creativas divergentes, lo que puede generar conflictos y contradicciones entre creadores, pero también potencialidades a nivel de contenidos y formas de los productos o servicios culturales elaborados.

Por otra parte, afirmamos que los EC participan en la estructuración de al menos dos tipos de MC: *experimentales* y *profesionales*. Caracterizamos a los MC-experimentales, asociados a los EC-abiertos, como ensayos o prácticas de preparación creativas y distinguimos dos tipos de sub-marcos según si el modo de regulación de las interacciones se basan en dinámicas *comunitarias* o de *amistad*. A su vez, definimos a los MC-profesionales, asociados a los EC-cerrados, como la adecuación de determinados medios para la consecución de ciertas finalidades dentro de un marco de roles preestablecidos, distinguiendo dos subtipos, según si la finalidad creativa está orientada por parámetros *estéticos* (mercado restringido) o *comerciales* (mercado ampliado).

Sin perder de vista la perspectiva situacional, en el Capítulo 5 de esta Tesis, analizamos de qué manera los distintos tipos de organizaciones creativas (sean centros de creación artísticas, emprendimientos en diseño y productoras audiovisuales) configuran la realidad material de los EC. Para esta finalidad, damos cuenta de las acciones llevadas

adelante por parte del equipo organizacional o de creativos que hacen a la configuración de los *límites* (espaciales, temporales y simbólicos); el *medio escénico* (que configura el decorado y los recursos materiales y humanos de los establecimientos); y la *direccionalidad* (que prefigura las orientaciones creativas) en la que se definen los distintos tipos EC.

A partir de estas dimensiones (límites, medio y direccionalidad) distinguimos entre diferentes tipos de establecimientos creativos según si se celebren recurrentemente RC que definen EC-abiertos, cerrados y disonantes. De este modo, las organizaciones creativas en cuyo interior se celebran RC que configuran EC-abiertos se caracterizan por la existencia de *límites débiles*. Esto quiere decir, que los límites que prefiguran la realidad material y organizacional del establecimiento creativo no separan ni espacial ni temporalmente la realización de actividades creativas de otro tipo de actividad. Por tanto, el medio escénico, que funciona como decorado o recurso del cual se sirven los creadores, tiende a la hibridez. Un *medio escénico híbrido*, se presenta ante los creadores como un entorno donde los recursos materiales, humanos y simbólicos destinados a la actividad creativa conviven con otros elementos no directamente relacionados con tales propósitos. El resultado de este entrono material es una *baja direccionalidad creativa*. Esta situación favorece la configuración de MC-experimentales que dificultan la creación de productos culturales que se inscriban dentro de las convenciones del campo cultural al que pertenecen.

En contraposición a este tipo de establecimientos, las organizaciones creativas donde se emplazan EC-cerrados se caracterizan por la existencia de *límites fuertes*. La existencia de límites fuertes permite separar espacial y temporalmente ámbitos de la organización donde se celebran distintos tipos de RC. Esa situación favorece la existencia de lugares especiales destinados en exclusividad a la realización de actividades creativas. El medio escénico de este tipo de espacio tiende a la funcionalidad y uniformidad. Por este motivo, se lo puede entender como un *medio escénico homogéneo*. Un medio escénico homogéneo se caracteriza por la existencia de recursos humanos y materiales de un solo tipo claramente orientados hacia finalidades creativas específicas. Este tipo de entorno favorece el establecimiento de

direccionalidades creativas definidas. El resultado es la configuración de MC-profesionales que posibilitan la creación de productos culturales inscriptos dentro de códigos y convenciones de un sector cultural determinado.

Finalmente, en los establecimientos creativos donde existen equipos de creadores y organizadores que poseen orientaciones creativas diferentes y divergentes, los elementos que definen la realidad de la organización se convierten en material de disputa. El resultado de este tipo de situación es la existencia de límites espacio-temporales en permanente *conflicto* y un *medio escénico heterogéneo* que dispone elementos yuxtapuestos asociados a distintas finalidades. El resultado es la pre-definición de EC-disonantes y *direccionalidades creativas divergentes*.

Continuando con la perspectiva situacional, en el Capítulo 6 de esta Tesis, analizamos de qué manera los EC, y las organizaciones donde se emplazan, son afectados y afectan el entorno urbano. Para esta finalidad, distinguimos, por un lado, EC vinculados con actividades culturales que son *periféricas* o marginales en relación a otras actividades dominantes del barrio, como el caso del sector artístico de Poblenou en la ciudad de Barcelona. Por otro, aquellos en donde son *centrales*, como el diseño y la producción audiovisual del barrio de Palermo de la ciudad de Buenos Aires. Dentro de los distintos espacios urbanos analizados, identificamos determinadas cualidades del territorio que resultan atractivas para la instalación de emprendimientos creativos. Estas cualidades urbanas o territoriales definen *espacios urbanos de interés* (Simmel 1977, pp.660–663). Los espacios urbanos de interés son puntos fijos anclados al territorio que poseen ciertas cualidades sobre las que se articulan interacciones sociales recíprocas. Las cualidades fijas al territorio pueden aludir a cuestiones meramente físicas (como la existencia de espacios en desuso disponibles para la creación con un bajo coste de alquiler), sociales (vinculadas con la existencia de redes de creadores instaladas en el lugar), políticas (como determinadas acciones de promoción territorial) o simbólicas (relacionadas con el prestigio del lugar).

A partir del concepto de *transposición de clave* [*keyings*] de Goffman, analizamos como los RC que se celebran recurrentemente en determinados puntos fijos del espacio

urbano transforman la realidad del mismo y la inscriben dentro de una nueva clave. En este sentido, la transposición de clave [*keyings*] define el acto por el cual se transforma un elemento de la realidad (física o social) del espacio que ya posee un significado, de acuerdo con un esquema de interpretación diferente (Goffman, 2006, pp. 83–86).

El encadenamiento espacial y temporal entre diferentes tipos de RC, y la transposición de clave que generan, define *procesos de resonancia urbanos*. Entendemos por procesos de resonancia, los efectos recíprocos generados a lo largo del tiempo entre diferentes RC asociados a un lugar. Decimos que un proceso de resonancia es *específico o de corto alcance*, cuando solo afecta a creadores de una misma profesión y/o generación, como en el caso de los artistas del barrio de Poblenou en la ciudad de Barcelona. Por el contrario, decimos que es *transversal o de largo alcance*, cuando afecta a creadores de diferentes profesiones y generaciones, como observamos en el caso de los diseñadores del barrio de Palermo en la ciudad de Buenos Aires.

Finalmente, los procesos de resonancia, específicos o transversales, configuran pautas de interacción dominantes entre creadores, organizaciones creativas y otros actores sociales del territorio que, una vez estabilizados, definen marcos que los regulan. El resultado de este proceso es la generación de redes de relación o conexiones territoriales que, según la pauta de interacción social dominante, definen distintos tipos de *clúster culturales*. Como observaremos en nuestro análisis, en el caso de Poblenou, el proceso de resonancia termina por definir un *clúster de creadores* o *barrio artístico*, regido por pautas de interacción del tipo comunitarias. Este clúster de creadores se ve afectado y transformado por factores exógenos, vinculados con el impacto de un plan gubernamental de regeneración y re-funcionalización urbana (El Plan 22@). En el caso de Palermo, el proceso de resonancia, en un primer momento define un clúster de creadores, basado en un tipo de interacción comunitaria, que luego, por factores endógenos al propio proceso, deviene en un clúster de *industrias culturales (de producción y consumo)*, basados en pautas de interacción propias de las transacciones económicas o comerciales.

En resumen, el lugar, caracterizado como un escenario irreductible de interacciones recíprocas focalizadas, inscripto en una realidad organizacional y urbana determinada, da contenido, modela y orienta los procesos de creatividad cultural urbana. El lugar, entendido como diferentes tipos de EC, funciona, de esta forma, como una huella material y social activa. Esta huella está configurada por la recurrencia de RC pasados que definen MC irreductibles al lugar. Estos MC terminan por estructurar criterios de percepción y pautas de interacción que definen diferentes tipos de orientaciones creativas. El resultado de este proceso es la creación de productos culturales singulares, donde el lugar aparece metamorfoseado en sus formas y contenidos.

D. ESTRUCTURA DE LA TESIS

La Tesis se divide en dos Partes fundamentales. La *Primera Parte*, titulada *Creatividad Cultural Urbana y Lugar*, tienen por finalidad definir las *premisas* sobre las que se fundamenta la presente Tesis. Para este propósito, se realiza un estado de la cuestión sobre las investigaciones que abordan la relación entre territorio, creatividad y sociedad con la finalidad de identificar los vacíos existentes. Enseguida se define el marco teórico y los conceptos de *Rituales de Creatividad (RC)*, *Macros Creativos (MC)* y *Escenarios Creativos (EC)*, categorías fundamentales para el análisis. Finalmente, se explicita el diseño metodológico implementado para la recolección del material empírico. La Primera Parte se divide en tres capítulos, a saber: *1. Creatividad, Territorio y Sociedad; 2. Problematización Teórica y 3. Diseño Metodológico.*

La *Segunda Parte*, titulada *Los Escenarios Creativos*, se exponen los principales resultados de la Tesis. A partir del análisis del material empírico recolectado a la luz de las categorías elaboradas en la Primer Parte de la Tesis se procede a la construcción de una tipología de *Escenarios Creativos* que permita dar respuesta a la relación entre creatividad y lugar desde una perspectiva sociológica. Para esta finalidad, en primer lugar, se define una tipología de EC. Sin perder de vista la perspectiva situacional, en segundo lugar, se analiza de qué manera la realidad material y organizacional de los establecimientos creativos donde se emplazan los EC los afectan. Finalmente, se procede a analizar de qué manera los EC afectan y son afectados por el entorno

urbano donde se inscriben. La Segunda Parte se divide en tres capítulos, a saber: 4. *El lugar como Escenario Creativo*; 5. *El Montaje de los Escenarios Creativos*; y 6. *Los Escenarios Creativos como Espacios Urbanos de Interés*.

En el Capítulo 1, de la Primera Parte, titulado *Creatividad, Territorio y Sociedad* se realiza un estado de la cuestión sobre las diferentes investigaciones que abordan la relación entre creatividad cultural y lugar. El capítulo se divide en dos secciones, a saber: 1.1. *Territorio y Creatividad*; y 1.2 *Creatividad y Sociedad*. En la sección 1.1, *Territorio y Creatividad*, se analizan las investigaciones que amenazan la creatividad a partir de políticas y relaciones económicas que dinamizan procesos de transformación urbana. En la sección 1.2, *Creatividad y Sociedad*, se hace foco en los trabajos que explican la creatividad en relación con variables sociales, sean éstas el contexto social específico donde acontece (vg. ámbito artístico, científico, etc.) o la sociedad en su conjunto. A lo largo de la revisión bibliográfica se demuestra, por un lado, como la mayoría de las investigaciones que atienden a la relación entre lugar y creatividad a nivel territorial tienden a minusvalorar u omitir la dimensión social de la creatividad o simplemente reducirla a aspectos económicos. Por otro, como los trabajos que abordan la dimensión social de la creatividad no dan cuenta de su inscripción territorial. Hacia el final del apartado se explicita la relevancia y necesidad de un análisis sociológico que elabore un marco teórico alternativo que pueda explicar el impacto del lugar en los procesos de creatividad cultural urbana.

En el capítulo 2, *Problematización Teórica*, se definen con precisión los conceptos de *creatividad* y *lugar*. Para esta finalidad el apartado se divide en dos secciones: 2.1 *El concepto de creatividad* y 2.2. *El concepto de lugar*. En la sección 2.1 se define el concepto de creatividad desde una perspectiva sociológica y situacional a partir del concepto de *ritual de interacción* elaborado por el sociólogo norteamericano Randall Collins (2005; 2004) y la noción de *marco* acuñada por Erving Goffman (1974). Se busca que la reelaboración de estos conceptos permita explicar los procesos de creatividad cultural urbana. Del concepto de ritual de interacción se define sus aspectos positivos (permite entender la estructuración social de procesos creativos desde una perspectiva situacional) y negativos (se centra únicamente en aspectos centrales de los procesos

de creatividad). Se opta por acuñar un nuevo concepto, el de *Rituales de Creatividad (RC)*. Se define por RC a las interacciones sociales cara a cara (co-presencia física) que tienen por foco de atención algún aspecto (técnico, estético, conceptual o valorativo) de los procesos de creatividad cultural. Se busca luego definir de qué manera estas interacciones focalizadas funcionan dentro de grupos más amplios (de pares u organizaciones) y se relacionan con el lugar. Para esta finalidad se utiliza el concepto de *Marco Creativo (MC)*. Se define a los MC como las percepciones, reglas, límites y orientaciones creativas efecto de la relación de los RC con el lugar.

En la sección 2.2 se define con precisión el concepto de *lugar* a partir de los aportes hechos en el campo de la sociología de la ciencia por Thomas Gieryn (2000; 2002) y las noción de *región [region]* de Goffman (2009). Siguiendo a Gieryn se entiende al lugar como una realidad condicionada y condicionante de las interacciones sociales. De acuerdo a Goffman se entiende al lugar como el escenario donde ocurren situaciones de interacción que, por sus características, modifican la conducta [*performance*] de los actores. A partir de estos aportes se define al lugar como *Escenario Creativo (EC)*. Por EC se entienden los lugares donde se celebran de forma regular interacciones ritualizadas que tiene por foco algún aspecto de la creación cultural.

El capítulo 3 presenta el *Diseño de Investigación* de la presente Tesis. El capítulo se divide en dos secciones, a saber: 3.1. *Criterios de selección de los casos de estudio y la muestra de análisis*; y 3.2. *Estrategia metodológica y modalidad de análisis*. En la sección 3.1 se presentan los casos de estudios a partir de una caracterización socio-histórica de los barrios de Poblenuu (Barcelona) Palermo (Buenos Aires) y los sectores de actividad creativa que en ellos se desarrollan: el diseño, las artes visuales y la producción audiovisual y se justifica su selección.

En la primera parte de la sección 3.1 se justifican y definen los barrios y sectores de actividad elegidos para el análisis. Se argumenta que los barrios elegidos, Poblenuu (Barcelona) y Palermo (Buenos Aires), resultan significativos, no solo por concentrar actividades artísticas, culturales y creativas, sino además por ser lugares que históricamente han sido afectados por procesos de clusterización del tipo *top down*

(Plan 22@ en Barcelona) y *bottom up* (clusterización de actividades de diseño y audiovisual) que han impactado, directa e indirectamente, en su fisonomía y actividades creativas. Se argumenta que los sectores de producción creativa elegidos: artes visuales, diseño (de indumentarias y objetos) y producción audiovisual resultan relevantes por su cantidad y grado de concentración en cada barrio (artes visuales en Poblenou y diseño y producción audiovisual en Palermo). También porque las actividades elegidas son una muestra significativa de dos sectores importantes de la producción cultural contemporánea: las artes y las industrias culturales y creativas.

En la segunda parte de la sección 3.1 se elabora un perfil de creador (diseñador, productor audiovisual y artista) según barrio y actividad teniendo en cuenta aspectos económicos, geográficos, sociales y culturales. En el caso de los *diseñadores* del barrio de Palermo se procede a clasificarlos según su momento de arribo al barrio distinguiendo entre *diseñadores pioneros*, quienes se instalan en el barrio desde mediados de la década del noventa; *diseñadores fundadores*, profesionales consagrados que ayudaron a crear la identidad del barrio como distrito de diseño en la primera parte de la década de 2000; y *diseñadores advenedizos*, quienes se instalan luego de la consolidación de la actividad. En el caso de los *productores audiovisuales* de Palermo se los clasifica, en primer lugar, según el tipo de producción que realizan: televisión, televisión y cine, cine, publicidad. En segundo lugar, según el tamaño y estructura de la productora en la que trabajan: pequeña; mediana; grande. Finalmente, en el caso de los artistas visuales de Poblenou, en primer término, se define su clasificación según su pertenencia a un centro de creación artística, distinguiendo entre *centros de creación comunitarios, privados y públicos y talleres colectivos e individuales*. En segundo lugar, se los clasifica de acuerdo a su nivel de profesionalidad distinguiendo entre: *profesionales, semi-profesionales y no profesionales*.

En la sección 3.2, *Estrategia metodológica y modalidad de análisis*, se definen la estrategia metodológica a seguir, la operacionalización de las principales variables y el modelo de análisis de los resultados obtenidos. Se explicita que la estrategia metodológica empleada para la recolección de datos fue mayoritariamente cualitativa. Se explica que dentro de esta estrategia la principal técnica de recolección utilizada fue la realización

de entrevistas semi-estructuradas y en profundidad. Se detalla que esta técnica se complementó a partir de la observación, el registro fotográfico y el análisis de documentos y se justifican sus razones. Se definen las principales variables utilizadas y su operacionalización según la dimensión de análisis y el sector de actividad. Finalmente, se explica cómo se procede al análisis de los resultados a partir del uso del programa informático de análisis cualitativo de datos ATLAS.TI.

La Segunda Parte de la Tesis está conformada por los capítulos 4, 5 y 6. En el capítulo 4, titulado *El lugar como Escenario Creativo*, se elabora una clasificación tipológica de EC de acuerdo al grado de funcionalidad, orientación y finalidad creativa que definen los RC que allí se celebran. Así se distinguen entre *EC-abiertos*, *EC-cerrados* y *EC-disonantes*. Esta distinción tipológica estructura las tres secciones que definen a este capítulo, a saber: *4.1 Escenarios Creativos Abiertos*; *4.2 Escenarios Creativos Cerrados*; y *4.3 Escenarios Creativos Disonantes*.

En la sección 4.1 se define a los EC-abiertos como lugares destinados a la producción creativa que tienden a la hibridez en sus formas y la baja orientación y direccionalidad creativa. Se afirma que la baja orientación y finalidad de los RC que configuran a los EC-abiertos les da una potencialidad para la experimentación. Sin embargo, se sostiene que la propia falta de orientación y direccionalidad creativa hace que en estos escenarios no se generen producciones culturales definidas dentro de ciertas convenciones.

En la sección 4.2 se definen a los EC-cerrados. Se afirma que a diferencia de los EC-abiertos, en los EC-cerrados se celebran RC de un solo tipo (técnicos, estéticos, conceptuales o valorativos), funcionales y con una orientación y direccionalidad creativa claramente definida. Se entiende que la funcionalidad de este tipo de escenarios le da una mayor claridad y definición a los productos culturales allí generados, sean estas del tipo estéticas o comerciales. Sin embargo, la falta de flexibilidad e hibridez hace que muchas veces estos formatos no poseen un contenido del todo sustantivo que puedan generar formas alternativas o disruptivas a las ya existentes.

Finalmente, en la sección 4.3 de este capítulo se definen a los EC-disonantes como lugares donde conviven de forma simultánea RC con orientaciones y finalidades divergentes. La divergencia puede ser entre finalidades comunitarias y estético-profesionales o entre finalidades estético-profesionales y estético-comerciales. Se entiende que los EC-disonantes no pueden ser pensados como un espacio intermedio entre los EC-abiertos y cerrados sino como un escenario de tercer tipo caracterizado por la convivencia de RC con distintas orientaciones y finalidades. La coexistencia de RC con distintas finalidades puede generar conflictos y separaciones objetivas entre creadores o ser vividas por los creadores de manera contradictoria. Sin embargo, se afirma que la inestabilidad y el cambio pueden potenciar procesos de creatividad.

En el capítulo 5, titulado *El montaje de los Escenarios Creativos*, se analiza la influencia de las organizaciones creativas (centros de creación artísticos, emprendimientos en diseño y productoras audiovisuales) en la configuración de los EC. Para esta finalidad, se distingue el modo en que este tipo de organizaciones crean el soporte material de los EC a partir de definir sus límites (sección 5.1), recursos (sección 5.2) y prefigurar sus orientaciones (sección 5.3).

En la sección 5.1, titulada *Los límites del escenario*, se analiza de qué manera los límites espaciales, temporales y simbólicos de las organizaciones creativas participan en la configuración de los EC-abiertos, cerrados y disonantes. Así, se distingue entre límites débiles, fuertes y en conflicto según el tipo de EC. Se señala que los *límites débiles* se caracterizan por no separar ni espacial ni temporalmente actividades creativas de no creativas, dentro de los establecimientos analizados. Por el contrario, los límites fuertes se caracterizan por definir claramente las fronteras espaciales que separan las distintas locaciones de las organizaciones. Esta situación permite darles una orientación creativa definida, lo que ayuda a la prefiguración de EC-cerrados. Finalmente, se señala que las organizaciones creativas que congregan en su interior EC-disonantes, se caracterizan por la puesta en duda o la inestabilidad en la demarcación de sus límites espaciales y temporales.

En la sección 5.2 se analiza como los recursos materiales, humanos y simbólicos de las organizaciones creativas, participan en la configuración de los EC. Estos recursos definen el medio escénico, o decorado, de los escenarios donde se celebran los RC. En esta sección se distinguen tres tipos de medios escénicos que caracterizan a los EC y se muestra como estos condicionan los RC que allí se celebran. Así se distingue entre *medio escénico híbrido*, propios de los EC-abiertos, *medio escénico homogéneo*, característicos de los EC-cerrados y *medio escénico heterogéneo*, propios de los EC-disonantes.

Finalmente en la sección 5.3, *La dirección escénica*, se analizan las características de los distintos equipos actorales (managers, emprendedores y creadores) que definen la realidad de las organizaciones creativas analizadas. Se procede a distinguir qué equipo de actores poseen la *direccionalidad creativa* (quienes dirigen los procesos creativos sin participar en ellos) y quienes la *centralidad dramática* (quienes participan de los procesos creativos) de las organizaciones analizadas. Luego se señala las acciones que estos equipos realizan en pos de pre-definir las orientaciones y finalidades creativas de los RC que allí se celebran. A lo largo de la sección se sostiene que las organizaciones creativas en las que se emplazan EC-abiertos poseen una *baja direccionalidad creativa*. Por el contrario, las organizaciones creativas caracterizadas por la existencia de EC-cerrados poseen una *direccionalidad creativa definida*. Finalmente, las organizaciones donde se emplazan EC-disonantes se caracterizan por la existencia de *direccionalidades creativas divergentes*.

En el capítulo 6, titulado *Los Escenarios Creativos como espacios urbanos de interés*, se analizan, por un lado, los factores urbanos que hacen a la existencia, centralidad y resonancia de los EC. Por otro, a los modos de conexión y las pautas de interacción dominantes que definen las relaciones entre creadores, organizaciones creativas y otros actores y organizaciones sociales relevantes dentro del barrio donde se inscriben. Para lograr este propósito el capítulo se divide en dos secciones: *Escenarios Creativos y procesos de resonancia urbana* (sección 6.1) y *Encadenamiento de Escenarios Creativos y clúster culturales* (sección 6.2).

En la sección 6.1 se analizan, por un lado, los factores fijos del espacio urbano que funcionan como puntos de interés para los creadores. Por otro, al modo en que los RC se apropian de los elementos fijos de lugar y los transcriben en una nueva clave vinculada con su actividad creativa. Se señala, a su vez, como el encadenamiento de RC asociados al lugar definen procesos de resonancia específicos o transversales. A lo largo de la sección se distinguen, por un lado los creadores que, a través de la celebración recurrente de distintos tipos de RC, participan de *procesos de resonancia de corto alcance o específicos*, como los artistas del barrio de Poblenou. Por otro, a aquellos creadores que participan en *proceso de resonancia de largo alcance o transversales*, como los diseñadores del barrio de Palermo.

En la sección 6.2 se analiza como los procesos de resonancia, de corto o largo alcance, definen pautas de interacción dominantes y encadenamientos entre EC dentro de un sector urbano delimitado. Luego se define una tipología de clúster culturales de acuerdo a las dinámicas de interacción social dominantes en los barrios analizados, distinguiendo entre *clúster cultural de creadores* (caracterizado por interacciones del tipo comunitarias), como en el caso del sector artístico de Poblenou; y *clúster de industrias culturales* (caracterizado por interacciones del tipo comercial), como el sector de diseño de Palermo.

La *Conclusión* de la Tesis es una síntesis que condensa el desarrollo global de la investigación. Se expone la importancia de la creación de un marco conceptual sociológico que sirva para entender, desde una perspectiva situacional, la incidencia del lugar en los procesos de creatividad urbana extensible a otros casos de estudio.

Primera Parte. Creatividad Cultural Urbana y lugar

CAPÍTULO 1. CREATIVIDAD, TERRITORIO Y SOCIEDAD

La relación entre lugar y creatividad a escala urbana o regional ha sido analizada por numerosas investigaciones. Prueba de esta situación es la existencia de varias publicaciones que, atendiendo a diferentes variables y desde distintas perspectivas, han intentado poner orden a estos trabajos a partir de elaborar un estado de la cuestión sobre el tema (Simmie 2005; Musterd & Murie 2010; Cinti 2008). Sin embargo, son pocos los trabajos que den cuenta de la correlación entre lugar y creatividad desde otras escalas (vg. micro o meso) o lo hagan atendiendo a la dimensión social del fenómeno. Quiénes realizan un estado de la cuestión interesante, teniendo en cuenta variables sociales y simbólicas respecto al lugar, son Thomas Gieryn (2000) y Denise Lawrence y Setha Low (1990). Sin embargo, ninguno de estas dos revisiones le presta atención al impacto que el territorio tiene en la producción cultural.

La finalidad de este capítulo es realizar un estado de la cuestión sobre las diferentes investigaciones que aborden el tema de la creatividad (en distintos ámbitos) en relación al lugar. Con esta finalidad, en la primera parte de este capítulo, *Territorio y Creatividad* (sección 1.1), nos centramos en el análisis de los trabajos que han prestado atención a la correlación entre *creatividad* y *territorio*. Para esta finalidad, distinguimos, en un primer momento, las investigaciones elaboradas principalmente por *policy makers*, que tienen por finalidad explicar cómo determinadas acciones políticas modifican territorialmente algunas ciudades occidentales, dando lugar al concepto de *ciudad creativa*. En un segundo momento, damos cuenta de aquellas investigaciones, provenientes de la geografía y de la geografía económica, que explican cómo diferentes aspectos del territorio (infraestructura, concentración de recursos, medio ambiente, etc.) inciden en los procesos de creatividad e innovación económica, en el marco de la llamada *economía creativa* o cultural.

A partir de realizar una crítica a esta clase de investigaciones, por tender a omitir o minusvalorar la dimensión social del fenómeno, en la segunda parte del capítulo, *Creatividad y Sociedad* (sección 1.2), damos cuenta de los trabajos que han intentado explicar el fenómeno de la creatividad desde una perspectiva social. De este modo, distinguimos, en primer lugar, aquellas investigaciones que explican los factores sociales que hacen al desarrollo creativo en ámbitos específicos de la producción cultural moderna y contemporánea (como la literatura, el arte y la filosofía). En segundo lugar, abordamos aquellos trabajos que destacan la importancia de la dimensión cultural o creativa en las sociedades contemporáneas y la acción social. Finalmente, damos cuenta de los trabajos que analizan la relación entre creatividad y territorio desde una perspectiva sociológica, señalando sus limitaciones.

Como observaremos a lo largo de la revisión bibliográfica la mayoría de las investigaciones que atienden a la relación entre lugar y creatividad a nivel territorial tienden a minusvalorar u omitir la dimensión social de la creatividad o simplemente reducirla a aspectos económicos. Por el contrario, los trabajos que abordan la dimensión social de la creatividad no dan cuenta de su dimensión territorial de una forma exhaustiva. Precisamente los puntos ciegos de estas investigaciones son los que abordaremos para la elaboración de un marco conceptual sociológico que permita analizar la incidencia del lugar en los procesos de creatividad cultural urbana.

1.1. Territorio y Creatividad

Los trabajos de economistas, geógrafos, urbanistas y expertos en políticas públicas y culturales, han elaborado una prolífera literatura sobre la relación entre creatividad y lugar atendiendo a múltiples factores desde un punto de vista crítico, celebrativo, analítico y normativo, a una escala urbana o regional. Estos trabajos se pueden diferenciar según si los mismos entienden al territorio como un objeto transformado por procesos sociales, sean propiciados por políticas públicas y/o culturales o relaciones económicas, vinculados con la creatividad (sección 1.1.a); o como dinamizador de procesos de creatividad e innovación (sección 1.1.b).

1.1.a. El territorio como espacio culturalmente transformado

Durante la primera década del presente siglo han surgido numerosas investigaciones con el fin de analizar o promover transformaciones urbanas donde la noción de creatividad aparece como concepto clave y dinamizador para la regeneración urbana, el desarrollo económico y la inclusión social de las ciudades. Para estas investigaciones este tipo de transformaciones no sólo tienen un impacto positivo a nivel territorial sino que son dinamizadoras de procesos de creatividad e innovación cultural. De esta forma, para esta clase de análisis el territorio emerge como una variable central para entender la creatividad cultural urbana. En esta sub-sección analizaremos éstas investigaciones de acuerdo a si le prestan mayor atención a las políticas públicas o culturales que dieron origen al concepto de *ciudad creativa* (Landry & Bianchini 1995); o a cambios en las relaciones económicas que dieron lugar a la llamada *economía creativa o cultural* (Scott 1999).

Ciudad creativa: Políticas culturales, regeneración urbana y creatividad

Existen una serie de trabajos que analizan el lugar a escala urbana como un ámbito transformado socialmente a partir de políticas públicas y/o culturales que ponen en su centro la noción de creatividad. La razón de esta situación es explicada por un giro economicista y local en las políticas culturales, en donde lo creativo-cultural pasa a jugar un rol clave en el desarrollo y regeneración urbana. Es así como se han elaborado numerosas investigaciones, del tipo analíticas y/o normativas, donde la creatividad, y más específicamente la noción de *ciudad creativa*, juega un rol central en los procesos de transformación de las viejas ciudades industriales tanto a nivel urbano (procesos de regeneración de los centros históricos y antiguos sectores industriales), económico (generación de un desarrollo económico alternativo a través de las industrias creativas y el turismo), como social (inclusión de una capa de la población a las nuevas actividades económico-culturales).

Algunas investigaciones como las de K. Bassett (1993) y Franco Bianchini (1993) han explicado las razones históricas del renacimiento y expansión de las políticas culturales

como un componente central para el desarrollo económico y la regeneración urbana de las ciudades en Europa occidental. El primero de los factores de este renacimiento se vincula con la desregulación y la des-centralización estatal. Así, Bianchini explica como desde la década del setenta, en numerosas ciudades europeas, se expanden el cuerpo de políticas culturales a nivel local y regional por sobre la administración central (Bianchini 1993, pp.6–9).

El segundo factor aparece vinculado con la politización de las políticas culturales urbanas. Bianchini señala como las políticas culturales pasan de ser un área relativamente poco importante y no controversial de las políticas públicas en la década del cincuenta y sesenta a ser más relevantes y controversiales en la década del setenta. Este cambio lo vincula con la influencia de los movimientos sociales post 1968 (feminismo, revueltas juveniles, activismo de minorías étnicas, movimiento gay, ambientalismo, etc.) en las estrategias culturales de las administraciones locales con una orientación de izquierdas existentes en algunas ciudades de Italia, Francia Alemania Occidental y Gran Bretaña. Estos movimientos, asociados a una cultura alternativa (teatro experimental, bandas de rock, cineastas independientes, revistas alternativas, etc.), desafían la distinción entre “alta” y “baja” cultura, politizan el término y ponen en el centro de las prioridades de los sectores de la izquierda tradicional la cuestión cultural. Como resultado de estas transformaciones se realizan numerosos experimentos en políticas culturales con el objetivo de promover la expresión individual y colectiva de las personas, dar a acceso a diversas actividades culturales y públicas a toda la ciudadanía y rediseñar espacios en desuso de la ciudad como viejos edificios industriales a partir de eventos culturales como festivales (Bianchini 1993, pp.9–12).

Finalmente, el tercer factor, aparece asociado a las transformaciones económicas y políticas que, durante la década del ochenta, llevaron a un cambio de estrategia y orientación en las políticas culturales urbanas. Así es como el giro neo-conservador y neo-liberal en las políticas de estado, sumado a la crisis del régimen de acumulación fordista, llevaron a un ajuste financiero de la administración pública. Esta situación provocó un cambio en la orientación de las políticas culturales (de una finalidad social

a otra económica) y del tipo y grado de participación del sector privado (mayor presencia y control). Así las políticas culturales pasaron de hacer hincapié en cuestiones vinculadas con el desarrollo personal, la participación ciudadana, el igualitarismo, la democratización del espacio urbano y la rehabilitación de vida social pública a una orientación que tiene por objetivo la regeneración urbana y económica de las ciudades (Bianchini 1993, pp.12–15). Este giro economicista y local de las políticas culturales ha sido abordado por numerosas investigaciones que describen este proceso en diferentes locaciones como en la ciudad de Barcelona (Rodríguez Morató 2005); Francia (Urfalino 2004); Suecia, Alemania y Estados Unidos (Zimmer & Toepler 1996).

Este nuevo escenario supuso un renacimiento de las ciudades europeas a través de la planificación cultural urbana (Evans 2001). Esta planificación implicó procesos de intervención público-privados que apuntaban a la regeneración del entorno urbano y al desarrollo económico donde la noción de *ciudades creativas* jugará un rol clave. De acuerdo a Allen Scott (2014, p.3), quien por primera vez utiliza la noción de ciudades creativas fue David Yencken (1988). Sin embargo, en el reporte de la consultora COMEDIA, a propósito de la consagración de Glasgow como Capital Cultural de Europa en 1991, se puede apreciar un uso del concepto más próximo al que enmarca este nuevo tipo de políticas. En este reporte se amplía la noción de creatividad a otros ámbitos más allá de las artes, la actividad cultural y artesanal para extenderlo a cualquier tipo de actividad que incluya experimentación, originalidad, capacidad de reformular las reglas, entre otros factores que funcionan como elementos que potencian la innovación, el desarrollo y la generación de valor en las ciudades. En este sentido, una ciudad creativa es aquella que “inyecta creatividad” para hacer funcionar su economía, desarrollar sus dinámicas sociales y manejar su política (COMEDIA 1991, pp.30–31).

De todas formas, quienes sistematizan y dan una formulación coherente a la relación entre creatividad y ciudad fueron Charles Landry y Franco Bianchini en su famoso libro *The creative city* (Landry & Bianchini 1998). En este trabajo Landry y Bianchini sostienen que las ciudades viven en un período de transición marcado por la

desindustrialización y la decadencia de los viejos ritmos compartidos de vida y trabajo, entre otros factores que acarrear numerosos problemas en sus habitantes, como la fragmentación social, el miedo y la alienación, la insatisfacción con el entorno urbano, la ansiedad provocada por fallas en la infraestructura física, la disminución del sentido de identidad local, etc. (Landry & Bianchini 1998). Para dar una solución a estos problemas, Landry y Bianchini elaboran un conjunto de lineamientos donde la creatividad se define tanto como una serie de herramientas de intervención urbana como un capacidad individual y colectiva a potenciar (Landry & Bianchini 1998). Estos lineamientos fueron posteriormente ampliados y sistematizados para que sirviesen como una suerte de manual de intervención para hacedores de políticas públicas y culturales urbanas (Landry 2008 [2000]).

De esta manera, a partir de la década del 2000, se empiezan a articular una serie de intervenciones urbanas para potenciar la creatividad de las ciudades. Estas intervenciones implicaron: el rediseño del entorno urbano (políticas de estetización y conservación del patrimonio existente), la planificación de eventos (como festivales y recitales), la competencia entre ciudades (como el de la capital cultural europea), la creación de una marca de ciudad (branding urbano); políticas de clustetrización de actividades creativos culturales (como el diseño y consolidación de clúster culturales); y la atracción de trabajadores cualificados. Este tipo de intervenciones han sido tematizadas y analizadas desde diversas investigaciones. Prueba de esta situación son los análisis sobre regeneración de las ciudades a través del rediseño del paisaje urbano, la planificación de eventos (García 2004b), y la clusterización de actividades artístico-culturales (Mommaas 2004; Montgomery 2003; Montgomery 2004; Montgomery 1995).

Conjuntamente con estos análisis han surgido numerosos trabajos criticando este tipo de intervenciones urbanas por perseguir intereses económicos en detrimento de cuestiones sociales (García 2004a; Kong 2000; Delgado 2008), por no tener en cuenta la realidad socio-cultural pre-existente (Comunian 2011; van Heur 2009); por su falta de solidez teórica y explicativa (Scott 2014; Krätke 2011); su falta de sostenibilidad (Kagan & Hahn 2011); u ocultar intereses de clase (Julier 2005; Julier 1996). No como

una crítica, pero si como un llamado de atención, Peter Hall enumera aspectos importantes para la creatividad y el desarrollo económico de las ciudades que aparecen omitidos en este tipo de intervenciones como el rol de la comunidad local, el cosmopolitismo, cierta inestabilidad (social o intelectual) y la existencia de algo contra lo que reaccionar (Hall 2000, pp.645–647).

Economía creativa: Relaciones económicas, transformaciones urbanas y creatividad

A diferencia de los trabajos en políticas públicas y culturales, los trabajos en economía, geografía y geografía económica han explicado la emergencia de la relación entre creatividad y ciudad no tanto como un efecto de políticas de intervención urbana sino como un cambio en las relaciones económicas y modos de acumulación a nivel global. Por este motivo, en este tipo de investigaciones resulta más común hablar de *economía creativa* o *industrias creativas* que de ciudades creativas. Dentro de los estudios en geografía, quien más ha investigado sobre la relación entre creatividad y ciudad es el geógrafo norteamericano Allen Scott (2001; 1996; 2010; 2000; 2014) . Sin embargo, son numerosos los economistas y geógrafos económicos quienes señalan la existencia de una correlación entre economía, cultura y ciudad a partir de la década del setenta. En estos estudios se pueden distinguir al menos tres postulados o tesis, a saber: (T1) Desde la década del setenta existe una nueva fase en el modo de producción capitalista en la que adquiere preponderancia un nuevo tipo de relación económica donde la cultura juega un papel preponderante. (T2) Las relaciones sociales que definen esta nueva economía modifican la forma y función de importantes sectores del espacio urbano de las grandes ciudades. (T3) Finalmente, la forma, función y ordenamiento espacial condiciona las relaciones sociales que hacen a los procesos creativos.

La primera de las tesis se relaciona directamente con los cambios en el modo de producción capitalista y sus consecuencias a nivel de las relaciones económicas. Ernest Mandel (1978) es uno de los primeros economistas que define las principales variables (nuevas formas de valorización de capital y desarrollo tecnológico) que configuran una nueva fase del capitalismo a la que denomina *capitalismo tardío*. Para David Harvey (1990) estas transformaciones tienen como consecuencia nuevas

modalidades de trabajo y la configuración de un nuevo tipo de relaciones (sociales) de producción que afecta no sólo la esfera económica en su totalidad sino, y conjuntamente con ella, a la cultura.

Para Frederic Jameson (1996; 1991) este nuevo tipo de capitalismo –a diferencia del capitalismo de mercado de mediados del siglo XIX y del monopolista de finales del XIX– se caracteriza por el predominio de las corporaciones transnacionales y la expansión de los *mass-media*. Más allá de la correspondencia que establece entre esta nueva fase del capitalismo y ciertas características culturales, experienciales, artísticas y filosóficas a las que denomina como posmodernas, resulta relevante destacar la relación que establece entre cultura y economía. Para Jameson, la profusión de mercancías que acompaña la expansión capitalista de finales de siglo XX tiene como efecto una saturación de signos e imágenes, provocando una expansión de la esfera cultural sobre la económica.

Por su parte, Scott (2001) coincide en señalar que en esta etapa del capitalismo existe una convergencia entre la esfera económica y cultural. Esto quiere decir que bastos segmentos de las mercancías producidas por la economía poseen una significación cultural. Estos sectores aparecen vinculados a las industrias de la comunicación (cine, televisión, música y publicidad); los sectores de producción de bienes vinculados a la moda (ropa, muebles, joyería, etc.); diferentes tipos de servicios (como el turismo, industrias del entretenimiento, etc.) y las profesiones “creativas” (arquitectura, artes gráficas, diseño web, etc.) (Scott 2001, p.16). Este segmento de actividades productivas se caracteriza por: (1) Generar bienes y servicios simbólicos. Esto quiere decir que transmiten a los consumidores signos estéticos y semióticos no directamente utilitarios. (2) Incluir relaciones laborales basadas, mayoritariamente, en procesos intelectuales, afectivos y flexibles (en detrimento de aspectos manuales y rutinarios). (3) Estar basados en el uso intensivo de tecnologías digitales. El *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS) londinense en 1998 hizo un aporte para definir estas nuevas actividades al reformular la clasificación de las tradicionales Industrias Culturales en Industrias Creativas, incorporando a otros sectores como el diseño (web, textil, gráfico, industrial), la moda, la publicidad, la fotografía y la arquitectura (DCMS 1998).

La segunda de las tesis se vincula con el emplazamiento de este nuevo tipo de relaciones económicas –culturales o cognitivo-culturales– en el espacio. Esta cuestión representa, propiamente, la dimensión geográfica del fenómeno. Para Scott esta dimensión puede estar inicialmente representada por una grilla de puntos o líneas, más o menos concentrados, dónde se distribuyen una serie de fenómenos como: firmas, trabajadores, escuelas, universidades, laboratorios de investigación, canales de comunicación, asociaciones e instituciones, etc. (Scott 2010, pp.120–121). Desde un punto de vista analítico esta grilla define múltiples niveles de espacialidad y organización que tienen implicancias para el trabajo creativo generado. Estos niveles pueden ser globales, regionales, urbanos e intra-urbanos (distritos).

La escala urbana de estas transformaciones, especialmente la expansión del capital financiero, impacta en importantes áreas de grandes ciudades como Nueva York, Los Ángeles, Londres, París, Amsterdam y Tokio, a las que Saskia Sassen (1991) denomina *ciudades globales*. Para Scott estas ciudades se caracterizan por poseer sectores especializados dónde se concentran actividades vinculadas con la nueva economía (finanzas, diseño, moda, cine, televisión, etc.), al estilo de los distritos industriales británicos de finales del siglo XIX.

La escala del distrito está constituida por una red complementaria de firmas que trabajan en competición y colaboración. Estas redes se caracterizan por transacciones intensivas, una organización no vertical y un alto contenido de capital humano en sus trabajadores. La existencia de diversas unidades de decisión y desarrollo en contacto y comunicación cercana, aumentan la capacidad creativa de las firmas y los trabajadores (Scott 2008; Scott 2010). Scott entiende que estos distritos transforman el paisaje urbano en al menos dos aspectos: (1) La recuperación y mejora de viejas zonas industriales, comerciales y de los antiguos centros históricos. Esta situación, por lo general, es acompañada por políticas públicas que apuntan al reciclaje del patrimonio existente (reacondicionado para el cumplimiento de nuevas funciones) y la construcción de nuevos edificios que funcionan como íconos paradigmáticos que expresan las aspiraciones económicas y culturales de las ciudades (Scott 2007,

pp.1470–1471). (2) El desplazamiento de las clases trabajadoras y marginales, y la ocupación de estos espacios por sectores de clase media, media-alta, vinculados a la nueva economía cultural. En sus estudios, Sharon Zukin le presta especial atención a los efectos no deseados de estas transformaciones en las ciudades como la construcción de una identidad urbana vinculada con lo artificial y con el consumo (estetización) y procesos de desplazamientos en los centros urbanos de los sectores menos favorecidos por sectores de clase media y media alta vinculados con la nueva economía (gentrificación o aburguesamiento) (Zukin 1989; Zukin 1992; Zukin 1995).

La escala del distrito se configura, en su especificidad, en el segundo nivel o escala: la intra-urbana. Scott (1999) define a esta escala a partir del concepto de *campo creativo urbano* [*urban creative field*]. Este nivel es representado como una organización espacial y un sistema de interacciones lleno de tensiones con efectos significativos en el aprendizaje, la creatividad y la innovación. Scott argumenta que las energías creativas de este campo son potenciadas por el sistema de producción de la ciudad. Los campos creativos aportan recursos y señales para la apropiación imaginativa de grupos e individuos. Los individuos inscriptos en estos espacios se convierten, por tanto, en nodos de una red, receptores y emisores de señales cargadas de información. De esta manera, consciente o inconscientemente, absorben elementos epistémicos y tradiciones culturales acumuladas localmente. Las redes de intercambio comercial en este tipo de distritos son efímeras y colaborativas. Su configuración varía de acuerdo al tipo del proyecto. Este tipo de transacciones involucra contacto personal, comunicación e intercambio cara a cara entre trabajadores de diferentes firmas. Estas características incrementan la conciencia y el conocimiento que ayuda en la resolución de inconvenientes.

Finalmente, la tercera tesis refiere a la incidencia del medio espacial en los procesos creativos. Scott argumenta que la creatividad puede ser explicada como un fenómeno social. Sin embargo, considera indispensable indagar sobre la dimensión geográfica dentro de las cuales se inscriben este tipo de relaciones. En este sentido, el espacio de los campos creativos no es entendido únicamente como un agregado de capacidades industriales y desarrollo, sino también como una reserva de conocimiento, tradiciones,

memorias e imágenes. Este conjunto de elementos funciona como fuente de inspiración para artistas, diseñadores, artesanos y creativos (Scott 2010, p.125).

En resumen, tanto la literatura vinculada con la noción de *ciudad creativa* como con la de *economía creativa* tiende a prestar principal atención a los efectos que las acciones políticas y las relaciones económicas generan en las ciudades. En ambas corrientes el concepto de creatividad es reducido o bien a un tipo de acción política o bien a una modalidad de relación económica. De este modo, la literatura sobre las ciudades creativas suele entender a la creatividad tanto como un tipo de intervención urbana como un factor personal y social a potenciar. La mayoría de estos estudios provienen de consultoras relacionadas con la administración pública como el caso de los trabajos vinculados a COMEDIA pero también del sector académico (urbanismo, políticas públicas y/o culturales). En la mayoría de estos trabajos se hace foco en el impacto benéfico o perverso que este tipo de estrategias de intervención tienen respecto a la transformación urbana. En algunos casos, también, se proponen nuevas herramientas [tool kits] o perspectivas a tener en cuenta a la hora de aplicar determinadas estrategias de regeneración urbana. Sin embargo, este tipo de literatura tiende, las más de las veces, a asociar la creatividad con determinado tipo de intervención urbana. En este sentido, lo creativo aparece vinculado a recursos materiales (accesibilidad, infraestructura técnica, urbana y cultural) y simbólicos (diseño del paisaje urbano, íconos arquitectónicos e intensidad de la vida urbana) quedando desprendidos de los procesos sociales que los originaron.

Por su parte, la literatura sobre economía creativa asocia la creatividad a determinados sectores (v.g. industrias culturales, diseños, moda, publicidad, fotografía y arquitectura), potenciados por ciertas transformaciones económicas que generan una nueva modalidad de desarrollo en las ciudades. A diferencia de los estudios sobre ciudad creativa, la mayoría de estas investigaciones proviene de la geografía económica, la economía y los análisis de empresas. Su interés está puesto en las estrategias para el desarrollo económico local en el marco de la llamada economía cultural o cognitivo cultural. La bibliografía sobre economía creativa tiende a reducir su análisis sobre creatividad y ciudad sólo a los procesos de innovación económica

provocados por el intercambio generado entre trabajadores y a las transacciones entre empresas e industrias vinculadas con la llamada economía creativa (v.g. industrias culturales, creativas y del conocimiento). Este tipo de reducción impide la consideración de otras variables que están en juego en los intercambios económicos como las pasiones (energía libidinal), valores morales, el conocimiento de la situación, la confianza, la dependencia histórica, las relaciones de poder, las interpretaciones sobre la economía, etc. (Amin & Thrift 2007).

1.1.b. El territorio como dinamizador de procesos de creatividad e innovación

El lugar a escala urbana o regional, no solo ha sido analizado como un espacio transformado por variables políticas, económicas y culturales, sino que también ha sido entendido como un elemento dinamizador de procesos de creatividad e innovación en diversos sectores industriales. Existe una importante cantidad de investigaciones en geografía, economía y geografía económica que han analizado, a lo largo de la historia, el impacto del territorio en los procesos de creatividad e innovación. Prueba de esta situación es la existencia de diversos trabajos que intentan poner orden a estas investigaciones de acuerdo a una perspectiva *histórica*, como el análisis realizado por Simmie (2005); o *analítica*, como la revisión hecha por Musterd y Murie (2010). La clasificación de las investigaciones realizadas por Simmie y Musterd y Murie resultan del todo útiles para ordenar los trabajos que intentan explicar la incidencia del territorio en los procesos de creatividad e innovación. En esta sub-sección nos serviremos de sus portes para estructurar la revisión de esta clase de literatura de acuerdo a una perspectiva histórica o analítica.

Perspectiva histórica: Teorías Tempranas, Nuevas Geografías industriales, Modernas Teorías Evolutivas

La revisión de la literatura que realiza Simmie se centra en las investigaciones que atienden a las variables espaciales a escala urbana o regional que hacen a los procesos de creatividad e innovación en empresas y emprendimientos de cualquier actividad.

Para esta finalidad, Simmie divide las teorías existentes de acuerdo a su desarrollo histórico, distinguiendo entre *Teorías Tempranas*, *Nuevas Geografías Industriales* y *Modernas Teorías Evolutivas* (Simmie 2005, p.792).

Las *teorías tempranas* son aquellas investigaciones que intentan entender las razones de por qué cierta clase de innovación tecnológica o económica surge en determinados lugares y no en otros. Dentro de estas teorías tempranas, Simmie destaca los trabajos pioneros de Joseph Schumpeter y Alfred Marshall. Schumpeter (1939) centra sus análisis sobre innovación económica en el rol preponderante que juegan los emprendedores y las pequeñas empresas. Marshall (1920), por su parte, señala la importancia de las relaciones sociales locales como elementos clave en la creación de *conocimiento tácito* en sectores especializados como la fabricación de acero.

Hacia la década del ochenta del siglo XX –en un contexto de globalización creciente– surge un segundo grupo de teorías, enmarcadas dentro de las *Nuevas Geografías Industriales*, que entiende al espacio local como un elemento clave para la innovación industrial. Dentro de estas teorías, Simmie (2005) destaca los tempranos aportes de Michael Piore y Charles Sabel, quienes identificaron la desverticalización de las grandes empresas y la necesidad de flexibilizar y especializar la producción como características de las nuevas economías. De acuerdo a Piore y Sabel (1984), esta situación lleva a las empresas a conformar redes de producción local basadas en la especialización flexible, debido a la necesidad de proximidad entre numerosos especialistas involucrados en la cadena de valor. Esta perspectiva teórica abrió dos líneas de investigación que pusieron en estrecha relación la innovación y el espacio local: los *New Industrial Districts* y los *Innovative Milieu* (Simmie 2005, p.801).

Los *New Industrial District* fueron identificados y popularizados por Giacomo Becattini (2004) en la llamada “Tercera Italia”. Estos distritos se caracterizan por ser espacios geográficos definidos que contienen una concentración de pequeñas empresas trabajando en intercambios colaborativos a través de diferentes proyectos de producción. Esta clase de colaboración les permite a las empresas introducir innovaciones y ajustarse rápidamente a los cambios de la demanda. Por su parte, los

trabajos sobre los *Innovative Milieu* fueron elaborados y propuestos por el *Groupement Europeen des Milieux Innovateurs* (GREMI). Esta perspectiva entiende que los numerosos problemas que traen aparejados los procesos de innovación se ven reducidos si las empresas se encuentran en “entornos de innovación”, caracterizados por redes, sinergias y procesos de aprendizaje cooperativo (Aydalot 1986). Este aprendizaje cooperativo se sustenta en la movilidad de los empleados, las interrelaciones entre proveedores y compradores, y las relaciones cara a cara facilitadas por la proximidad espacial (Simmie 2005, p.795).

Simmie identifica dos vertientes críticas de estas corrientes neoclásicas de aglomeración económica, las que explican los procesos de creatividad e innovación a partir de poner en relación la economía y las redes sociales locales. La primera de estas corrientes entiende que toda acción económica se encuentra afectada por el entorno social donde acontece. En un sentido contrario al postulado de Karl Polanyi (1944) - quien afirmaba que la acción económica y la conducta social se tienden a separar paulatinamente producto del desarrollo industrial capitalista- autores como Mark Granovetter (1985) argumentan que se debe entender a la acción económica como embebida [*embeddednes*] del contexto local. Dentro de esta línea de trabajo, se encuadran las investigaciones de Ash Amin y Nigel Thrift (2007), quienes prestan especial atención a la influencia de factores culturales en la actividad económica, como las pasiones, los valores morales, la confianza etc.

La segunda de estas corrientes, está relacionada con el análisis institucional [*institutional analysis*] representado en los trabajos de Ronald Coase y Oliver Williamson y Allen Scott. Para Simmie esta corriente está inspirada en el análisis económico institucional alternativo y en las tesis de la especialización flexible. El argumento principal de esta perspectiva es afirmar que la re-aglomeración de un sector económico resulta fundamental, sobre todas las cosas, para minimizar los costos de transacción entre empresas (2005, p.796). Dentro de esta línea Williamson (1985) entiende que, en contextos locales de intercambio entre empresas, las relaciones económicas son reemplazadas por redes colaborativas de producción, fundamentales para una mayor eficacia en la producción. Por su parte, uno de los principales argumentos de la

Escuela Californiana dirigida por Scott (2010; 2001) es destacar la importancia de la aglomeración de la actividad económica para minimizar los costos de transacción y mejorar las sinergias creativas y de innovación.

Finalmente, el tercer período, *modernas teorías evolutivas*, aparece caracterizado por numerosas aproximaciones teóricas que tienen como principal interés el poder entender la sostenibilidad de procesos de innovación en las empresas a lo largo del tiempo. En un primer momento, y basados en el modelo schumpeteriano que reconoce la importancia que tienen las grandes empresas para sostener procesos de Investigación y Desarrollo, autores como Nelson & Winter (1982) primero, y luego Todtling (1991), destacan el papel clave que desempeñan las Corporaciones Multinacionales a la hora de decidir donde se localizan los procesos de innovación y donde los de trabajo. Dentro de estas perspectivas son las grandes ciudades, nodos de intercambios del flujo global, los ámbitos por donde circulan las últimas ideas, las cuales son explotadas antes que en las regiones periféricas.

En un segundo momento, dentro de las modernas teorías evolutivas, surge la necesidad de explicar la relación entre el corazón de las regiones metropolitanas, la actividad en las grandes y pequeñas empresas, y la sostenibilidad en el tiempo de procesos de innovación. El principal problema se basa en el entendimiento para lograr procesos de innovación durante períodos prolongados de tiempo. Las empresas tienen que tratar con numerosos problemas y dificultades sin la posibilidad de tener un conocimiento completo de sus opciones o de los resultados de sus cursos de acción. Así es como a partir de conceptos claves como la incerteza, la rutina, el *path dependency*, la racionalidad limitada y la selección, estas teorías intentan explicar los patrones de crecimiento y declive de distintos tipos empresas de acuerdo a las localidades donde se inscriben (Simmie 2005, p.802)

Perspectiva analítica: factores hard, soft, clusterización y networkings

La revisión de la literatura que realizan Sako Mustered y Alan Murie (2010) se focaliza en aquellos trabajos que analizan emprendimientos vinculados a la creatividad y el

conocimiento. Para esta finalidad, dividen a estas investigaciones de acuerdo al peso que le dan a factores urbanos o regionales que hacen a los procesos de creatividad e innovación. Así, distinguen entre las teorías que se centran en aspectos *hard* y *soft* de las ciudades y aquellas que lo hacen prestando atención a la incidencia de la *clusterización* y el *networking* urbano.

Mustered y Murie clasifican como *hard condition* a aquellos análisis que se centran en aspectos “clásicos” de las teorías de la locación. Estos autores consideran elementos claves para el desarrollo creativo y la innovación la existencia de capital y fuerza de trabajo especializada; un contexto institucional con regulaciones adecuadas y regímenes impositivos atractivos; y una buena infraestructura comunicativa (sistema de rutas, conexiones de ferrocarril, accesibilidad área y marítima, etc.) (Musterd & Murie 2010, pp.20–22). Dentro de estas perspectivas se destaca la importancia de los recursos humanos y materiales que disponen las grandes ciudades y que resultan claves para el desarrollo innovador, gracias a una nueva centralidad estratégicas de los flujos financieros en las llamadas ciudades globales (Sassen 1991); o su grado de conectividad (Derudder et al. 2003).

El más desarrollado y extenso de los análisis se corresponde a la *cluster theory*. Para esta perspectiva, la aglomeración de recursos en determinados espacios urbanos juega un papel clave para explicar los procesos de creatividad e innovación. Así, la concentración de trabajadores especializados, empresas y emprendimientos de un mismo rubro, favorecen conexiones entre actores y organizaciones y el uso de servicios privados y públicos comunes, que resultan claves para explicar procesos de creatividad e innovación (Musterd & Murie 2010, pp.22–24). Dentro de estas teorías se destacan los trabajos que le prestan especial atención a las dinámicas de gobernanza (Cinti 2008); a la influencia del contexto social (Montgomery 2003; Mommaas 2004); su inserción en la trama urbana (Frost-Kumpf 1998); su tipo (Markusen 1996); el grado de intervención estatal (Wen 2012); su contexto organizativo (Redaelli 2008); o el tipo de interacción social dominante (Zarlenga et al. 2013).

La corriente de los *personal networks* está emparentada con la *cluster theory*. Sin embargo, esta perspectiva le presta una mayor atención al impacto que los lazos personales, las relaciones locales y la afiliación personal tienen sobre los procesos de creatividad e innovación por sobre los factores vinculados con la infraestructura y servicios de la ciudad (Musterd & Murie 2010, pp.24–25). Dentro de esta perspectiva se destacan los trabajos de Grabher (2002) sobre la incidencia del tipo y configuración de redes locales en los procesos de innovación, como la relación compleja entre redes temporarias, propias de los proyectos innovadores, y redes permanentes marcadas por los tiempos de las organizaciones e instituciones.

Finalmente, las *soft theories* están conformadas por aquellas perspectivas que focalizan su atención en aspectos urbanos que ayudan a crear un medioambiente creativo e innovador en las ciudades, pero que resultan difíciles de definir objetivamente y operacionalizar. Así, en este tipo de trabajos se resaltan elementos como el talento personal y los niveles de tolerancia de una ciudad (Florida 2002; Florida 2005), la “atmosfera” o “ambiente creativo” (Currid & Williams 2010; Currid 2007) entre otros factores.

En resumen, las investigaciones que analizan el impacto del territorio en los procesos de creatividad e innovación, más allá del momento histórico de su surgimiento y la dimensión del análisis que privilegian, tienen a centrarse en aspectos principalmente económicos y en una escala de análisis urbana o regional. Así, se destacan elementos como los recursos humanos existentes (talento personal, fuerza de trabajo especializada, etc.); la infraestructura urbana (servicios de los que dispone una ciudad; capacidad tecnológica de las empresas, etc.); elementos intangibles que hacen al ambiente del lugar (como cierta atmosfera o niveles de tolerancia); la agrupación de empresas, instituciones y profesionales en un sector determinado de la ciudad; y los modos en que estos elementos se ponen en relación (a través de redes de cooperación, competencia, intercambio de aprendizajes, etc.).

Estas perspectivas resultan interesantes para entender cómo el territorio incide en los procesos de creatividad e innovación. Sin embargo, existen dos elementos de estos

procesos que este tipo de enfoque tiende a minusvalorar. El primero es la dimensión social del fenómeno. Independientemente de algunos análisis (Granovetter 1985; Amin & Thrift 2007), los aspectos sociales de la creatividad son reducidos a elementos puramente económicos (acciones, transacciones, redes de cooperación económica, etc.). El segundo elemento, tiene que ver con la escala de abordaje de este tipo de investigaciones. La mayoría de los trabajos se centra en el impacto de los factores locales de una ciudad. La escala situacional u organizacional del territorio tiende a ser omitida o subsumida a la escala urbana. En la siguiente sección abordaremos algunas investigaciones que se centran en la dimensión social de los procesos de creatividad cultural urbana y trataremos de entender de qué manera incorporan al territorio en sus análisis.

1.2. Creatividad y Sociedad

La creatividad ha ocupado un lugar central en los estudios en psicología, más que en los de sociología. Hasn Joas señala que la principal razón de este fenómeno se debe a que los sociólogos tienden a estudiar estructuras, instituciones, culturas que constriñen, limitan. Esto explica el carácter marginal de la creatividad en la sociología como objeto de estudio hasta por lo menos la década del sesenta (Joas 1996). Por el contrario la psicología, ha convertido a la creatividad en un tema recurrente de estudio y de análisis muy tempranamente.

Desde la perspectiva psicológica la creatividad es entendida como una capacidad personal. Esta capacidad puede estar vinculada a un talento “natural”, ser adquirida mediante un determinado tipo de aprendizaje o potenciada por el medio social y cultural. La mayoría de los estudios en psicología coincide en señalar que la creatividad involucra, en primera instancia, mecanismos psicológicos que participan en la gestación de nuevas ideas y productos, los cuales pueden estar asociados a dominios específicos o generales (Sternberg 2006).

Más allá de este punto de partida común, los estudios en psicología mencionan otros factores que determinan la creatividad. Así distinguen al menos tres aspectos o

componentes: (1) Un proceso creativo (que incluye las actividades que culminan en la creación de alguna idea o producto creativo). (2) Una persona creativa (que puede tener un talento natural o adquirido mediante un proceso de aprendizaje). (3) Una situación o medioambiente creativo (Brown 1989; Harrington 1990).

El psicólogo Robert T. Brown entiende que una de las principales preocupaciones que tiene la psicología en relación a la creatividad es su mesurabilidad (Brown 1989). Este problema atraviesa las principales corrientes en psicología durante los primeros años del siglo XX –tanto las que entienden a la creatividad como un aspecto de la inteligencia, un proceso inconsciente como un proceso asociativo– y se despliega en la actualidad a partir de varios procedimientos que involucran la reflexión y discusión sobre métodos de medición, validación y ajustes de variables (Glover et al. 1989).

El foco en algunos de los aspectos que definen la creatividad (procesos, personas o entorno) delimita las variables que hacen a su explicación. Así, se distinguen trabajos que explican la creatividad a partir de factores personales y familiares (Albert 1990); la biografía personal (Amabile 1990); los procesos cognitivos (Milgram 1990); y el entorno socio-cultural. También existen enfoques holísticos que explican la creatividad a partir de una multiplicidad de variables que incluyen aspectos individuales y sociales. Un ejemplo de este tipo de enfoque es el trabajo del psicólogo David H. Harrington, quien propone un marco teórico-conceptual en el que se conectan aspectos intra-psíquicos, interpersonales y sociales a partir de una perspectiva ecológica. Desde esta mirada los procesos creativos se retroalimentan a partir de recursos personales y del ecosistema (Harrington 1990).

Más allá de los estudios en psicología, la creatividad ha sido analizada principalmente dentro del sector artístico por las corrientes humanistas y la historiografía del arte. La sociología ha abordado el fenómeno de la creatividad, como creatividad artística, muy tempranamente. Esta clase de análisis luego se extiende a otras esferas de la vida social como la científica y tecnológica. Recién a partir de la década del ochenta, la sociología y las ciencias sociales comienzan a abordar el fenómeno de la creatividad en contextos

no estrictamente artísticos o científicos, vinculándolo a algunas características de la sociedad en su conjunto, a nuevas profesiones y a las acciones sociales cotidianas.

En esta sección analizaremos el modo en que ha sido abordado el fenómeno de la creatividad por parte de sociólogos y científicos sociales. En primer lugar, nos centraremos en los trabajos que analizan el fenómeno de la creatividad en contextos artísticos específicos (sub-sección 1.2.a)². Luego, analizaremos las investigaciones que entienden a la creatividad como parte constitutiva de las sociedades y de la acción social y de una nueva modalidad de profesiones y profesionales (sub-sección 1.2.b). Finalmente, daremos cuenta de algunas reflexiones que, desde una perspectiva social, han intentado dar cuenta del impacto del territorio en los procesos de creatividad cultural (sub-sección 1.2.c).

1.2.a. La creatividad en contextos sociales específicos

Desde la temprana modernidad –cuando el estatus social del arte se modifica, dejando de ser considerada como un arte mecánica y convirtiéndose en un arte liberal– la singularidad de los artefactos fabricados por los artistas comienza a ser objeto de reflexión. El intento de los primeros historiadores del arte es explicar las razones de esta singularidad a partir de variables personales. Es así como un artefacto creativo, la obra de arte, es entendida como producto de una personalidad igualmente creativa, el genio artístico. El historiador del arte Giorgio Vasari, fundador de esta perspectiva, encuentra una correlación entre la biografía de los grandes creadores del Renacimiento y la singularidad de sus obras (Vasari 1960).

Hacia finales del siglo XIX y durante las primeras décadas del siglo XX lo creativo deja de ser entendido simplemente como algo específico de la obra de arte para ser definido como propiedad del estilo dentro de los cuales las obras se inscriben. Por

² Una vertiente importante de la sociología se ha preocupado por el análisis de los procesos de creatividad e innovación en el ámbito de la ciencia y tecnología. Sin embargo, en nuestra revisión nos centraremos solo en aquellas perspectivas que se han preocupado por los procesos de creatividad e innovación en el ámbito artístico y cultural por ser nuestro objeto de análisis. La única excepción la representan los trabajos de Thomas Gieryn debido a su preocupación sobre la incidencia del lugar en la actividad científico-tecnológica.

tanto, el objetivo central para los historiadores del arte y los sociólogos interesados en temas artísticos pasa por entender las variables que explican su emergencia. La importancia del estilo, como verdadero acto de creación, es expuesta por Georg Simmel (2001) en diversos ensayos. Para el sociólogo alemán el estilo es algo que niega la naturaleza particular de la obra en pos de una ley formal y, a la vez, la creación de una forma de expresión propia (el estilo de los grandes maestros) que tiene un origen en la genialidad enteramente individual y que luego es, en tanto que forma, adoptado por otras personalidades artísticas (Simmel 1996). Por tanto, es el estilo singular –que se materializa en la obra y la trasciende– lo que pasa a ser explicado. Así, numerosas corrientes dentro de la historiografía del arte empiezan a explicar el estilo a partir de variables formales (Wölfflin 1952), culturales (Panofsky 2000), económico-sociales (Hauser 1978) y micro-sociales (Gombrich 2000).

El proceso de modernización cultural occidental (Weber 1987) y su correlato, la diferenciación de esferas de la vida social y la instauración del arte como un ámbito autónomo con una pretensión de validez específica e instituciones diferenciadas (Habermas 1999), ponen el valor de lo nuevo en el centro de la escena artística (Frisby 1992; Jauss 1995). Lo nuevo se esgrime como una categoría que define el arte moderno y pone la invención en su centro (Adorno 2004, pp.30–35). La explicación de lo nuevo en arte (pero también en el ámbito científico e intelectual) comienza a ser materia de análisis dentro de numerosos estudios en sociología. La mayoría de los sociólogos que trabajan sobre temas artísticos y culturales entienden que la creatividad artística e intelectual debe ser explicada a partir de la comprensión de ciertas regularidades sociales y culturales que definen las dinámicas específicas del mundo del arte moderno y contemporáneo. Dentro de estos trabajos se pueden distinguir al menos dos tipos de argumentación. Por un lado, están aquellas investigaciones que entienden a la creatividad como producto de relaciones conflictivas o de competencia y, por otro, las que sostienen que la creatividad emergen en relaciones colaborativas o de amistad³. Dentro de la primera línea se destacan los trabajos de Pierre Bourdieu,

³ Un buen itinerario sobre los trabajos en sociología del arte y la cultura desde una perspectiva de la creatividad cultural se puede encontrar en Javier Noya (2010).

Randall Collins y Norbert Elias; en la segunda las investigaciones de Howard S. Becker, Harrison C. Withe, Michael P. Farrell.

Dentro de la prolífera obra de Bourdieu existen números trabajos que tienen por objeto de reflexión los ámbitos artísticos e intelectuales (Bourdieu 2010a; Bourdieu 2002a; Bourdieu 2008; Bourdieu 2010b; Bourdieu 2002b). Bourdieu intenta comprender la creación artística, más específicamente el proyecto creador, a partir de describir y explicar la génesis y el funcionamiento de la red de relaciones sociales e institucionales que definen la producción, circulación y recepción de las producciones simbólicas. Dentro de esta perspectiva el autor francés analiza el funcionamiento del campo artístico e intelectual como instancia mediadora entre el espacio social y las producciones simbólicas. En sus trabajos el campo artístico es entendido como una red de relaciones conflictivas entre agentes (productores, intermediarios y públicos) e instituciones, que posee sus propias leyes de funcionamiento y transformación que estructuran las posiciones, las disposiciones (*habitus*) y tomas de posición de los agentes que en él participan, y a partir de las cuales se define el proyecto creador (Bourdieu 2002a).

Otro aporte interesante en materia de creatividad y pensamiento intelectual o científico lo brinda el sociólogo americano Randal Collins (1987; Collins 2005). Para Collins la creatividad intelectual es un fenómeno social que posee dos aspectos principales: una realidad empírica micro-social, que consiste en acciones individuales producidas en encuentros cara a cara o rituales de interacción; y un aspecto macro-social vinculado a la “estructura”, a partir de los cuales los micro-eventos son conectados unos con otros por patrones o cadenas que se suceden a través del tiempo y del espacio, a las que Collins denomina cadenas de rituales de interacción (Collins 1987, p.47). La posición de los actores al interior de una red intelectual resulta central para la creatividad intelectual en el planteo de Collins. Esto por varios motivos: (1) Al posibilitar la relación entre estudiantes y profesores, lo que proporciona para los primeros, modelos de ambición que definen la energía emocional de los más jóvenes. (2) Al generar competencia entre las distintas eminencias del campo intelectual para

lograr posiciones preponderantes dentro del mercado de oportunidades existentes (Collins 1987, p.48).

Finalmente, dentro de las corrientes agonales, se destacan los estudios de Norbert Elias (1991) sobre la figura de Mozart y la emergencia de la música barroca. Para Elías el surgimiento de la música barroca en Alemania e Italia se centran en la fragmentación y el conflicto. Según Elías es principalmente la competencia entre las cortes la que permite el desarrollo creativo y la innovación en música.

La segunda vertiente explica las nuevas ideas en artes a partir de inscribir los procesos creativos dentro de una compleja red de relaciones de colaboración, que definen el mundo del arte. Dentro de esta perspectiva el sociólogo Howard S. Becker entiende al arte como una actividad donde las ideas y creaciones de los artistas son un componente más, central o periférico, de una red social basadas en vínculos cooperativos que incluyen actividades de ejecución, fabricación y distribución de los materiales para la producción, actividades de apoyo, normas y convenciones, etc. (Becker 2008, pp.17–61).

El sociólogo Harrison C. White tiene en cuenta los aspectos colaborativos mencionados por Becker e incluye aspectos de orden identitario. En este sentido, White considera que la creatividad artística está estrechamente vinculada a dos aspectos: la formación de identidades grupales entre artistas y el diálogo entre los artistas y el mundo del arte (tanto desde un punto de vista material como simbólico y emocional) (White 1993).

Finalmente, para el sociólogo americano Michael Farrell resulta central los lazos colaborativos y de amistad para el desarrollo de trabajos creativos en el ámbito del arte, la ciencia y la política. Desde una perspectiva micro-social, entiende que el trabajo creativo en estos ámbitos es posible gracias a la existencia de pequeños círculos colaborativos basados en relaciones de amistad entre sus miembros. La dinámica de estos círculos genera visiones compartidas que terminan definiendo nuevos estilos en arte y literatura (como la pintura impresionista o los poetas figurativos) y nuevos

paradigmas teóricos en ciencia (como el psicoanálisis freudiano) (Farrell 2001, pp.7–10)⁴.

En resumen, ciertas vertientes de la sociología analizan los procesos de creatividad en sectores específicos de la producción cultural. De este modo, explican la creatividad cultural a partir de ciertas regularidades sociales y culturales que definen las reglas o convenciones que estructuran la realidad de determinado sector cultural. Dentro de estas vertientes, se pueden distinguir principalmente dos corrientes, aquellas que prestan mayor atención al conflicto o la cooperación como elementos centrales que explican los procesos de creatividad. Sin embargo, la mayoría de estas perspectivas tienen a minusvalorar u omitir el impacto del lugar en el desarrollo de los procesos creativos analizados. De este modo, el lugar termina funcionando como el contexto o telón de fondo donde se desarrollan las dinámicas artístico-culturales.

1.2.b. La creatividad como elemento constitutivo de la sociedad y la acción social

Desde la década de los setenta numerosos analistas señalan la existencia de un proceso paulatino de culturalización de la sociedad. Si bien estos trabajos no hacen mención a la creatividad como concepto, sí resultan relevantes sus aportes para entender la nueva relación entre cultura y sociedad. La importancia de estos análisis radica en que comienzan a analizar las razones por las cuales ciertas modalidades de relación social antes circunscriptas al mundo artístico cultural, y asociadas con la creatividad cultural, explican pautas de conductas, nuevas profesiones y modalidades de relación laboral en la sociedad en su conjunto.

Dentro de esta corriente se destacan los aportes de Daniel Bell. El sociólogo norteamericano utiliza el término *sociedad posindustrial* para explicar la emergencia de un nuevo período en las sociedades occidentales. A diferencia de las tesis marxistas, Bell entiende que las transformaciones sociales de los últimos tiempos no se explican

⁴ Dentro de esta línea, pero desde una perspectiva de redes, se destacan los trabajos de Charles Kadushin (1976) y Brian Uzzi y Jarret Spiro (2011).

únicamente a partir de los cambios tecnológicos sino, principalmente, en los comportamientos en el consumo (específicamente los ocurridos en la sociedad norteamericana a partir de la década del veinte). Bell sostiene que las sociedades contemporáneas –a diferencia de otros períodos de la historia– se estructuran, cada vez más, a partir de las pautas culturales que funcionan como fundamento y principio dinamizador de la sociedad (Bell 1976a; Bell 1976b).

La centralidad cultural en las sociedades contemporáneas es explicada por el sociólogo británico Scott Lash a partir de la reinterpretación del principio de diferenciación moderno expuesto por Max Weber (1987). Para esta finalidad, Lash acuña el término de *des-diferenciación*. El proceso de des-diferenciación remite a la pérdida de autonomía de las tres esferas escindidas en el proceso de diferenciación moderno: arte, ética y ciencia. La pérdida de autonomía se vincula, en un primer nivel, con la expansión de una de las esferas –la estética – sobre las otras –la científica y la ética. Esto implica, en un segundo nivel, una articulación entre lo cultural y lo social (Lash 1990).

La expansión de la esfera cultural sobre la sociedad y la economía es interpretada por Mike Featherstone a partir del concepto de *estetización* (Featherstone 1991). Para el sociólogo británico en las sociedades contemporáneas el creciente predominio del valor de cambio de las mercancías oblitera su valor de uso originario reemplazándolo por un valor de cambio abstracto. Esta situación provoca la emergencia de un nuevo valor sucedáneo, el valor signo, expresado en imágenes manipulables mediante la publicidad y el espectáculo organizado basadas en la constante reelaboración de deseos.

Para Arturo Rodríguez Morató las transformaciones económico-sociales ocurridas en las últimas décadas desencadenan un cambio cultural profundo, tanto en los modos de vida como en la esfera de la cultura especializada (Rodríguez Morató 2007). El primero de los cambios aparece vinculado a las transformaciones sociales de las clases medias y su impacto en las pautas culturales. El nuevo entorno ocupacional, definido a partir de credenciales educativas de valor universal, y una socialización cultural desarrollada lejos de la familia, generan nuevos valores culturales que provocan

transformaciones profundas en las pautas de consumo caracterizadas por una mayor reflexividad estética (Rodríguez Morató 2007).

En la esfera de la cultura especializada se produce una desjerarquización de valores – causada por la emergencia de los gestores culturales; políticas inclusivas (estética y socialmente) de las instituciones de la alta cultura (orquestas, teatros, museos) y nuevos modelos de políticas culturales basados en la democracia cultural– y una creciente centralidad de sus dinámicas. Estas transformaciones –sumadas a la expansión de ciertos procesos de la cultura especializada a las esferas de la económica y la política– generan un nuevo orden cultural y social al que Rodríguez Morató define con el concepto de *sociedad de la cultura*. En el contexto de la sociedad de la cultura el mundo de las artes adquiere una relevancia inusitada debido a que la economía y la política tienen a articularse sobre la dinámica de la creación cultural. Esta nueva situación se expresa claramente en las grandes ciudades, donde la creación cultural funciona como recurso para la regeneración de barrios degradados; como potenciación de la imagen de ciudad; y como motor de la economía local (Rodríguez Morató 2007).

La convergencia entre economía, sociedad y cultura tiene como consecuencia cambios en las relaciones laborales y la definición de nuevas profesiones. La organización desjerarquizada, la adaptabilidad constante y la flexibilidad son algunas de estas transformaciones (Sennett 2000). En este contexto la noción de creatividad comienza a utilizarse no solo para explicar el corazón de la nueva economía y el escenario urbano, sino también para definir las actividades y profesionales que la llevan adelante. De este modo, muchas pautas que regían las conductas en el mundo artístico se trasladan a la producción ordinaria (Boltanski & Chiapello 2002).

Mike Featherstone (1991) acuña tempranamente el término de *intermediarios culturales* para definir algunas características de estos nuevos profesionales de la creatividad. Para Featherstone estos intermediarios funcionan como vasos comunicantes entre las antes cerradas áreas de la llamada alta cultura (museos, galerías, teatros, etc.) y el resto de la sociedad. Los intermediarios aparecen vinculados a la aparición y expansión de

una nueva clase media vinculada al sector de los servicios que se convierten no solo en productores y difusores simbólicos sino en potenciales consumidores sensibles a la estilización de gustos y consumos. Como productores y difusores estos intermediarios generaran además nuevos mecanismos pedagógicos capaces de transmitir pautas culturales y gustos que definen la elección de determinados tipos de bienes y prácticas antes vinculados a los participantes activos de la llamada alta cultura (artistas, intelectuales, etc.). Para Featherstone, estos nuevos profesionales desempeñan su actividad en ocupaciones de la cultura de consumo orientada hacia el mercado, como los medios de comunicación, la publicidad, el diseño, la moda, etc. y en profesiones vinculadas a la asistencia, asesoramiento, educación y terapia.

Alguna de las actividades de estos nuevos intermediarios culturales se relaciona con lo que los filósofos italianos Antonio Negri y Maurizio Lazzarato (1991; 1993) denominan como *producción inmaterial*. Este tipo de producción funciona como mediación entre la producción material de los objetos y los consumidores. Su inmaterialidad radica en que la misma producción se basa en las diferentes formas de comunicación y el tipo de relaciones sociales que envuelven a las mercancías antes de que lleguen a manos de los consumidores. En este sentido, la producción inmaterial se define como la integración o relación entre la producción de mercancías y el consumo. Sus productos –la mediación simbólica entre mercancía y consumo– suponen una potencialidad generativa para la constitución de nuevas necesidades en el imaginario y los gustos. Los trabajadores inmateriales aparecen vinculados a la publicidad, moda, marketing, televisión e informática.

Durante la primera década del nuevo siglo los estudios sobre las nuevas condiciones laborales y tipo de profesionales vinculados a la economía creativa se expanden y conjuntamente con ellos la noción de creatividad. Uno de los encargados de esta difusión es el analista americano Richard Florida. Florida acuña el término *clase creativa* para definir al conjunto de personas que, por el tipo de actividades que realizan, se convierten en el centro de la nueva economía. Para Florida la clase creativa está compuesta por personas que incorporan valor a la economía a través de su creatividad (2002, p.68). A partir de una cuestionable utilización del término marxista de clase

social, Florida sostiene que la clase creativa no se define a partir de la propiedad o no de los medios de producción en un sentido físico sino por la propiedad de algo intangible: su capacidad creativa (que descansa en sus mentes). En términos de Florida el grupo de talentosos creativos tienen una función económica específica: la creación de nuevas formas significativas (2002, p.68). Esta capacidad define al núcleo central de la clase creativa (que incluye a científicos e ingenieros, profesores universitarios, poetas y novelistas, artistas, actores, diseñadores y líderes de las sociedades modernas), y se distingue de quienes se encargan de desarrollar y materializar estas nuevas formas: los profesionales creativos (las personas que trabajan en las industrias basadas en el conocimiento intensivo: alta tecnología, servicios financieros, profesiones legales y de salud, administración de empresas, etc.) (Florida 2002, pp.68–69). Los trabajos de Richard Florida han sido fuertemente criticados (Kagan & Hahn 2011; Peck 2005; Markusen 2006). Sin embargo, en la actualidad algunos de sus conceptos como el de *talento* y sus estudios sobre las capacidades de las ciudades para el desarrollo de la creatividad (Florida 2005) siguen ejerciendo una notable atracción en el mundo académico y en importantes sectores de la administración pública.

Como hemos constatado, para algunas vertientes en sociología, el proceso de culturización de la sociedad y la economía tiene consecuencias en las modalidades de relación laboral y en la configuración de un nuevo perfil profesional. De este modo, ciertas pautas de relación propias del mundo del arte, como la creatividad, se trasladan a otros ámbitos de la sociedad. Sin embargo, fue Hans Joas quien, desde la década del setenta, inscribe el concepto de creatividad en el corazón de la propia acción social. Para Joas la creatividad es siempre situada y sus variaciones son el resultado de tensiones y problemas con los que el actor se encuentra en contextos concretos. De este modo, para Joas, toda acción social posee un elemento de creatividad (Joas 1996).

1.2.c. Hacia una articulación entre creatividad, territorio y sociedad

A lo largo de este capítulo pudimos constatar que determinados cambios en las formas de producción, distribución y consumo, ocurridos desde la década del setenta, son entendidos por numerosos especialistas como una nueva fase del capitalismo en

donde la creatividad ocupa un lugar central como modalidad de trabajo y desarrollo económico dentro de las industrias creativas (cine, televisión, publicidad, moda, diseño, informática, arte, ciencia, etc.). Por otra parte, a nivel gubernamental, pudimos observar diversos análisis que dan cuenta de la existencia de proceso de descentralización estatal y programas para el desenvolvimiento de políticas culturales locales que entienden al ámbito urbano como espacio para dinamizar procesos de creatividad. Es así como, desde finales de los noventa y durante la primera década del nuevo siglo, se empieza a definir como objeto de reflexión y acción gubernamental, privada y del tercer sector la relación entre creatividad y territorio.

Sin embargo, como pudimos observar, la mayoría de los estudios que abordan este fenómeno analizan principalmente el impacto del territorio a escala urbana, prestando atención a aspectos puramente económicos del fenómeno. Exceptuando algunos casos, la dimensión social queda omitida o reducida a los modos de intercambios entre creadores, empresas e instituciones. La sociología del arte y la cultura, que podría aportar una perspectiva singular sobre la dimensión social de los procesos de creatividad cultural urbana, poco ha dicho sobre el tema. La mayoría de los estudios se basan en enfoques disciplinares centrados en el análisis de las reglas que regulan una esfera específica de la producción cultural. Para estos estudios el emplazamiento de las relaciones artísticas modernas se caracteriza por la concentración urbana, la especialización funcional y la separación entre los espacios autónomos de la denominada alta cultura y las industrias culturales. Así lo entiende Pierre Bourdieu al analizar la distribución de los teatros comerciales e intelectuales sobre una y otra margen del río Sena (Bourdieu 2010c: 164-65).

Sin embargo, en la primera década del presente siglo, la sociología se hizo eco de la importancia del territorio para entender los procesos de creatividad cultural desde una mirada menos segmentada y funcional. Así, los trabajos de Arturo Rodríguez Morató (2001; 1996) analizan las ciudades y sus distritos como *complejos culturales locales* donde los artistas y creadores pueden encontrar recursos materiales, humanos y simbólicos para la producción cultural. También se destacan las investigaciones de Harvey Molotch (2003; 2002) sobre la influencia de las tradiciones, reglas, tipos de consumo,

corrientes migratorias y hasta el clima de determinadas ciudades en el diseño de objetos que resultan irreductibles al lugar. Los trabajos de Thomas Gieryn (2006; 2002) sobre la incidencia del espacio organizacional de los laboratorios en los procesos de innovación científicos-tecnológicos.

Siguiendo el espíritu de estas investigaciones, la presente Tesis pretende elaborar un marco conceptual alternativo que permita aportar una mirada singular y sociológica sobre la incidencia del lugar en los procesos de creatividad cultural urbana, que cubra el vacío existente sobre el tema. A lo largo de los siguientes capítulos de la Primera Parte expondremos el marco conceptual y el diseño metodológico empleado para tal finalidad. En la Segunda Parte daremos cuenta de los resultados principales de la investigación, basados en el análisis del sector artístico del barrio de Poblenou de la ciudad de Barcelona y el de diseño y producción audiovisual del barrio de Palermo.

CAPÍTULO 2. PROBLEMATIZACIÓN TEÓRICA

La elaboración de un marco conceptual sociológico sobre la incidencia del lugar en los procesos de creatividad cultural urbana supone situar nuestra investigación en un horizonte teórico más basto que nos permita acuñar conceptos clave que sirvan para la comprensión de nuestro fenómeno. Para este cometido algunas perspectivas teóricas neo-durkhemianas, que pone en el centro de su reflexión la noción de ritual de interacción, como un mecanismo social clave para el entendimiento de las solidaridades y emociones que hacen a la generación del lazo social y los procesos de creatividad cultural, resultan del todo relevantes.

En sus estudios sobre religión, Durkheim enfrenta como problema central el hecho de pensar la religión y sus creencias en las sociedades modernas. Para Durkheim, el estudio de la religión no responde a un fenómeno ejemplar a estudiar por la sociología, sino un tema que reviste actualidad. El hecho clave es poder pensar la religión, pero sobre todo, las creencias y sentidos de pertenencia en un mundo desencantado, secularizado y racional (Durkheim 2007, p.228). Durkheim entiende esta situación como un problema funcional de las sociedades modernas. La pregunta central que inquieta a Durkheim es comprender como las sociedades pueden conformar un todo coherente. Para el sociólogo francés, *“todo lo que precisan las sociedades para ser coherentes es que sus miembros tengan fijada su mirada en una misma meta y se reconozcan en una misma fe”* (Durkheim 2007, p.268). Una meta colectiva que se eleve por sobre las metas privadas, una moral.

Durkheim encuentra que el estudio de la religión, y en particular sus elementos fundamentales, los rituales y las creencias, resultan centrales para entender la solidaridad social en las sociedades modernas. Para Durkheim, los rituales son modos de acción determinados que se diferencian de otras prácticas sociales por la naturaleza

del objeto al que se refieren. La naturaleza de este objeto queda reflejada en la creencia, que se traduce en reglas de conducta que prescriben cómo debe comportarse el hombre en relación a las cosas sagradas. Las creencias son un principio de clasificación de las cosas (reales o ideales) en dos términos: profano y sagrado. Este principio de clasificación es jerárquico. En este sentido, lo sagrado se le atribuye una superioridad que las distingue y opone al resto de las cosas profanas.

La mayoría de las perspectivas neo-durkhemianas en sociología recuperan la noción de ritual (como aspecto o tipo de interacción social) para pensar la conformación de los sentidos de pertenencia y creencia en el individuo y en los grupos⁵. Erving Goffman fue uno de los primeros en utilizar el concepto de ritual, desde una perspectiva sociológica, para explicar ciertos aspectos de la interacción social cotidiana que, a través de las situaciones de interacción cara a cara (posturas, deferencias, maneras de proceder), tienden a generar un principio de sacralidad en torno a la figura del individuo (Goffman 1970).

Pierre Bourdieu también se sirve la noción de ritual para analizar ciertas prácticas sociales. Una faceta poco explorada en la obra de Bourdieu es la importancia que el sociólogo francés le asigna a los rituales sociales como fundadores de creencias compartidas, que hacen no sólo a la identidad de los grupos, sino a la creencia en los campos o esferas en que se divide el espacio social. Los rituales son analizados por Bourdieu en diferentes trabajos (Bourdieu 1985b; Bourdieu 1985a), donde presta atención a lo que algunos antropólogos –como Arnold Van Gennep y Víctor Turner– describen como ritos de paso. Bourdieu entiende que la función social del ritual –más que marcar un pasaje entre, por ejemplo, la niñez y la adultez– es la de separar quienes lo han sufrido de quienes no. Por este motivo, prefiere usar el término ritos de consagración o institución, ya que estos rituales instauran y consagran diferencias y, al hacerlo, definen pertenencias.

⁵ Andrew Roth (1995) establece una clasificación interesante de distintos trabajos en ciencias sociales que utilizan como marco de análisis los rituales sociales.

Sin embargo, el sociólogo norteamericano Randall Collins (2009) es quien convierte el análisis de los rituales en una pieza clave de su teoría sociológica. Tomando como referencia los trabajos sobre religión de Émile Durkheim (2007) y los análisis de micro-sociología de Erving Goffman (1970), Collins elabora una *Teoría de los Rituales de Interacción* (TRI) que posee importantes elementos conceptuales para entender los procesos de creatividad cultural en el ámbito filosófico (Collins 2005; Collins 1987).

La noción de ritual será una pieza clave en la construcción de nuestro marco conceptual. Sobre esta noción, iremos articulando una serie de conceptos, como el de marco y escenario, que nos permitirán explicar de una forma precisa y situacional la incidencia del lugar en los procesos de creatividad cultural urbana. En este sentido, la finalidad del presente Capítulo es la elaboración de un marco conceptual que no solo defina la noción de *creatividad y lugar*, pilares fundamentales de nuestro análisis, sino que permita su articulación desde una perspectiva sociológica y situacional. Para lograr este objetivo dividiremos este capítulo en dos secciones. En la primera parte, nos abocaremos a la definición del concepto de creatividad a partir de las nociones de *ritual* de Randall Collins (2009; 2005) y de *marco* de Erving Goffman (2006) (sección 2.1). En la segunda parte, nos centraremos en la definición de lugar, tomando como punto de referencia la noción de *región* de Goffman (2009), las investigaciones de Thomas Gyerin (2000; 2002) sobre la relación entre lugar y creatividad científica (sección 2.2) y algunos aportes de George Simmel (1977) sobre la relación entre espacio y sociedad.

2.1. El concepto de creatividad

El sociólogo norteamericano Randall Collins comparte con las corrientes etnometodológicas y el interaccionismo simbólico el punto de partida para el entendimiento de la vida social: *la situación*, el encuentro cara a cara entre dos o más personas. Si existe agencia en la vida social, afirma Collins, aquí mora. “*La energía del movimiento y el cambio, el cemento de la solidaridad y la inmovilidad del conservadurismo reside en ella*” (Collins 2009, p.17). Este es un punto de partida sugerente para entender las

interacciones sociales que estructuran la creatividad cultural y poder dar cuenta, analítica y metodológicamente, la forma en que estas son afectadas por el lugar.

En esta sección nos abocaremos a elaborar una definición de creatividad cultural que nos sirva para entender no solo como se configuran socialmente los procesos de creación cultural sino también como los mismos afectan y son afectados por el lugar donde ocurren. Con este objetivo presentaremos los conceptos de Rituales y Marcos Creativos (sub-sección 2.1.a); Marcos Organizacionales Creativos (sub-sección 2.1.b); y Resonancia (sub-sección 2.1.c).

2.1.a. Rituales y Marcos Creativos

Randall Collins elabora una explicación sugerente sobre la creatividad filosófica a partir de su teoría sobre los *rituales de interacción* (Collins 2005; Collins 1987). Collins define a este tipo de rituales a partir de la co-presencia física de dos o más personas en un mismo lugar que enfocan su atención en un mismo objeto y se lo comunican y que, al hacerlo, adquieren una conciencia de su foco común de atención (lo que define una situación). El compartir un mismo foco hace que se tenga un estado de ánimo similar y una experiencia emocional común que se plasman en símbolos (íconos, palabras, gestos, ideas) y una moralidad compartida, que no sólo funcionan como emblemas que representan al grupo de creadores; sino, además, como un elemento central para la creatividad cultural (Collins 2009; Collins 2005).

Desde esta perspectiva podemos entender los procesos de creatividad cultural urbana como una sucesión o encadenamiento de situaciones creativas generadas a partir de determinados encuentros cara a cara con un foco de atención común puesto en algunos o varios aspectos de la creación artística, el diseño o la producción audiovisual. Estos encuentros pueden ser circunstanciales o permanentes, esporádicos o prolongados, más o menos pautados y orientados, entendidos como ensayos o prácticas reales. Independientemente de estas características podemos decir que lo importante es el foco de atención que este tipo de interacción suscita sobre determinados aspectos del quehacer creativo. Estos aspectos pueden ser centrales

(como la definición de un tipo de diseño, el concepto o la forma de un artefacto estético o una idea novedosa para el cine) o tangenciales (como la resolución de cuestiones menores, dudas técnicas, etc.); estar referido a cuestiones puramente técnicas (como formas de hacer, recursos disponibles, herramientas etc.), estéticas (sobre determinado estilo o tendencia), conceptuales (sobre la definición de un trabajo), hasta valorativas (modos de apreciación). En nuestro análisis denominaremos a este tipo de rituales como *Rituales de Creatividad* (en adelante RC) para identificarlos, analíticamente, como el primer eslabón de una cadena de creación más basta.

Los RC pueden ser celebrados recurrentemente por el mismo tipo de integrantes, conformando grupos más o menos orgánicos y consolidados de creadores. El sociólogo Michael Farrell acuña el término *círculo colaborativo* para definir grupos primarios que, compartiendo una similar profesión, edad, condición social e interés, desarrollan lazos que facilitan actividades creativas en ámbitos como la ciencia, la política y el arte (Farrell 2001; Farrell 1982). Lo interesante para Farrell es que, a través de largos períodos de diálogo y colaboración, los miembros de un grupo creativo negocian una visión común que guía su trabajo. Esta visión consiste en un conjunto de temas compartidos sobre su disciplina en las que se define que es un buen trabajo, cómo trabajar, en que temas vale la pena hacerlo, y qué tipo de reflexión se debe tener sobre ellos. En este sentido, podemos afirmar que los círculos colaborativos principalmente orientan el foco de la actividad creativa (presentándose como una alternativa u oposición a la actividad dominante en el área o sector donde se desempeñan). Luego, los miembros del grupo elaboran sus propios rituales y jergas y cumplen determinados roles informales que perduran en el tiempo. Inclusive cuando trabajan solos, cada miembro es afectado por el grupo y el rol que ocupa dentro de él. Por este motivo, para los miembros de un círculo colaborativo cada trabajo personal es la expresión de la visión compartida del círculo filtrada a través de su propia personalidad (Farrell 2001, pp.11–17).

Si bien la noción de círculo colaborativo resulta significativa para analizar el funcionamiento de grupos de creadores más o menos consolidados, esta categoría

presenta algunos problemas cuando se intenta comprender colaboraciones creativas esporádicas o no duraderas. Por este motivo, para analizar una situación creativa donde dos o más personas colaboran en un tipo de interacción ritualizada (independientemente si pertenecen a un grupo de creadores consolidado) utilizaremos la noción de *marco*. Siguiendo a Erving Goffman el marco de cualquier actividad se entiende como un contexto y un esquema interpretativo que encuadra una situación social determinada. Goffman utiliza la noción de marco para entender determinados aspectos de una franja de actividad desde un punto de vista simbólico (lo que los actores perciben de una situación), organizativo (las premisas o reglas que las regulan) y de límite o status (el lugar y tipo de relación que determinada actividad establece con su entorno) (Goffman 2006, pp.257–261). En nuestro análisis utilizaremos la noción de *Marco Creativo* (en adelante MC) para definir las percepciones, reglas y límites efecto de la recurrencia de los rituales de interacción focalizados en algún aspecto de la producción cultural.

La relación entre RC y MC resulta de por sí compleja. Desde un punto de vista interaccionista se puede entender a los RC como elementos estructurantes de los MC. Desde esta perspectiva, los MC sería la cristalización objetiva (conjunto de reglas más o menos explícitas sobre los procesos de creatividad) y subjetiva (interiorizadas en los actores que participan) generadas por la rutinización o repetición de los RC. Desde un punto de vista más estructural, el MC define las reglas y percepciones sobre los procesos creativos. Por el momento podemos afirmar que el MC es definido y define las situaciones sociales que tienen por foco la creación cultural. En otras palabras, los RC estructuran y son estructurados por los MC.

El tipo de interacción que regulan los RC pueden ser de colaboración, conflicto y/o dependencia, siendo la posición de los creadores variables según el nivel de *capital cultural* (repertorio de signos cargados de significación grupal) y *energía emocional* (energía generada por la participación con éxito de un ritual social) (Collins 2005, pp.31–37). Por ejemplo: un grupo de artistas que dialogan entre si sobre cada uno de sus trabajos creativos (interacción colaborativa); las relaciones entre maestro-discípulo cuando estas interacciones se enmarcan en un contexto que tiene por foco el estímulo

y desarrollo de una creación, pero en donde el maestro ejerce una notable influencia sobre la labor creativa del alumno (interacción de dependencia); las discusiones sobre las orientaciones artísticas a seguir que se pueden dar en un seminario de arte cuando estas están orientadas a la creación (interacción del tipo conflictiva).

El grado de frecuencia de los RC define la identidad del actor como creador, y se simboliza o exterioriza en un artefacto, discurso o performance artística o de diseño que adquiere cierto grado de sacralidad. La identidad del creador puede moldearse de diferentes maneras según el tipo y grado de intensidad con que se viven los RC (energía emocional según Collins), el capital cultural acumulado y el foco de atención. Teniendo en cuenta estas variables se pueden identificar niveles de profesionalidad, grados de reconocimiento y orientaciones creativas.

Desde un punto de vista sincrónico, los RC se definen en el aquí y ahora de la situación creativa. Esta definición se da a partir de diálogos, discusiones, colaboraciones, etc., que tienen por foco de atención algún aspecto específico de la creatividad cultural (sea técnico, estético, conceptual o valorativo). Desde un punto de vista diacrónico, los RC configuran encadenamientos que, de acuerdo a sus orientaciones y finalidades, definen procesos de creatividad que terminan por cristalizarse en proyectos o artefactos culturales singulares sea en arte, diseño o producción audiovisual.

2.1.b. Marcos Organizacionales Creativos

Las situaciones creativas que definen los RC no se realizan en el vacío. La más de las veces se celebran en determinadas organizaciones (como centros de creación artística, emprendimientos en diseño o productoras audiovisuales) que tienden a afectarlas. Collins denomina a los establecimientos donde los procesos de creatividad se sitúan como *base organizativa*. En su estudio sobre la creatividad filosófica la base organizativa está representada por las universidades, editores, iglesias, mecenas. Collins entiende que las bases organizativas afectan la creatividad (en este caso filosófica) desde un

punto de vista material, al fijar el número de competidores, los canales para seguir la carrera intelectual y estructurar los espacios de atención (Collins 2005, p.52).

La noción de base organizativa resulta sugerente para entender la creatividad filosófica. Sin embargo, en nuestro análisis se requiere una categoría de mayor flexibilidad, que permita analizar procesos creativos diversos (como puede ser el diseño, el arte, o la producción audiovisual), a la vez que establecer una conexión más precisa con los MC y los lugares donde ocurren. Por estos motivos decidimos adoptar nuevamente la noción goffmaniana de marco pero esta vez para analizar de qué manera esta clase de organizaciones afectan las situaciones creativas. Denominaremos como *Marco Organizacional Creativo* (en adelante MOC) a las regulaciones, modos de percepción y límites que estructuran las situaciones al interior de organizaciones creativas sean un centro de creación artística, una empresa de diseño o una productora audiovisual.

En este nivel de análisis entran en juego tanto las reglas implícitas o explícitas del grupo u organización, como la percepción que sus integrantes tienen sobre ésta y sus miembros. Este nivel incluye los rituales de interacción focalizados en algún aspecto de la creación pero no en su especificidad sino como un sub-tipo de rituales que junto a otros rituales definen las diferentes situaciones de la vida del grupo o la organización (como comidas, asambleas, eventos, etc.). Para los creadores miembros de la organización la modulación y frecuencia de las diversas situaciones definidas dentro del MOC generan sentimientos de pertenencia e identidad grupal u organizacional. En este sentido, los diversos rituales de interacción que definen a los MOC pueden generar un objeto sagrado que es la propia organización, que en muchos casos funciona como identidad de pertenencia creativa (sobre todo cuando la identidad como creador individual no posee el reconocimiento suficiente).

El conjunto de interacciones definidas por el MOC pueden ser de conflicto, cuando un creador o grupo de creadores se quejan por las reglas de funcionamiento del grupo u organización; de colaboración, cuando los creadores colaboran y participan de eventos relacionados con el grupo o la organización independientemente de su

actividad creativa; y de dependencia, cuando existe algún tipo de relación contractual con el grupo o la organización (como contratos laborales, becas, subsidios, etc.).

Los MOC funcionan como orientadores de la creatividad a partir de un proceso de *enmarcamiento*. Por enmarcamiento entendemos al conjunto de acciones llevadas adelante por uno o varios equipos que conforman la vida de una organización creativa (sea el gestor o equipo directivo de un centro de creación artística, el dueño de un emprendimiento cultural o sus propios miembros), que tienen por finalidad no solo preseleccionar determinados tipos de lazo social a desarrollarse dentro organización, sino también establecer su forma, salvaguardar su perdurabilidad y legitimarlo. En este sentido, el enmarcamiento remite a ciertos mecanismos sociales desarrollados en el tiempo, a través de los cuales se codifican (a nivel de precepciones y regulaciones), determinado tipo de vínculo o acción social que terminan por pre-definir orientaciones creativas.

2.1.c. Procesos de Resonancia

Hasta aquí hemos definido la creatividad cultural urbana como un proceso estructurado por rituales de interacción social que definen y estabilizan estratos de realidades sociales más bastas a las que hemos denominado marcos (creativos y organizacionales). El resultado de este proceso es la capacidad de generar atención sobre determinados aspectos de una actividad cultural específica (en arte, diseño o producción audiovisual), que se convierte en emblema y foco de atención para el propio grupo de creadores y otros actores sociales.

La noción de *resonancia*⁶ resulta útil para entender los mecanismos mediante los cuales determinados símbolos (sean objetos, discursos o prácticas), generados en RC específicos, traspasan los límites de una actividad o espacio de interés afectando a otras áreas de la vida social y sectores urbanos. Un símbolo o producto cultural generado en un RC afecta a otros actores en su circulación si existe algún tipo de

⁶ Algunas ideas del concepto de resonancia que aquí se desarrollan se basan en el trabajo de Arturo Rodríguez Morató (2013).

asimilación. La asimilación puede variar según su nivel (nula o total) y tipo (rechazo o incorporación). En este sentido, los niveles de asimilación varían entre la indiferencia y la conmoción. Los niveles de conmoción (independientemente si son de rechazo o incorporación) se pueden identificar a partir de dos mecanismos: (1) una puesta entre paréntesis de otros símbolos (aislación), (2) una atención específica (fascinación). En otras palabras, la distinción entre símbolos que resultan significativos y no significativos se produce a través de la atención (de lo primero) y una puesta entre paréntesis (de lo segundo).

Los RC suponen la co-presencia física de dos o más creadores con un foco de atención común en algún aspecto de la creatividad cultural. El resultado del encadenamiento de esta clase ritual tiene por resultado un producto cultural singular, que adquiere cierta sacralidad, pudiéndose convertir en símbolo. El alcance y efecto que puede generar un producto cultural o símbolo creado en un RC depende de su capacidad de absorción (incorporación-integración) por parte de otros rituales. El mecanismo de absorción implica un proceso de aislación-fascinación y un efecto o resultante: la variación del símbolo según el marco desde donde es incorporado. En este sentido, se puede afirmar que el símbolo generado en un determinado RC es variado y transformado por un segundo ritual, creativo o no, según el contexto donde acontece (efecto de traducción). Un ejemplo de este tipo de mecanismo es cuando la producción cultural de un determinado grupo de profesionales, o el lugar donde estos trabajan, es incorporado como material para la creación en RC celebrados por un grupo similar o distinto de profesionales.

Las distancias temporales y longitudinales entre la creación y absorción (incorporación) de los símbolos son variadas. Esta situación convierte al proceso de resonancia en algo espasmódico y de distinto alcance. Cuando la distancia temporal del proceso de resonancia solo afecta a una misma generación o camada de creadores, decimos que es efímera. De manera contraria, decimos que es duradera cuando afecta a distintas generaciones. La variación longitudinal puede ser de corto o largo alcance. Si es de corto alcance decimos que es específica, esto quiere decir que afecta a un

mismo grupo de profesionales. Por el contrario, sí es de largo alcance decimos que es transversal, ya que afecta a distintos grupos de profesionales.

En resumen, entendemos a los procesos de creatividad cultural como un tipo de ritual de interacción social al que denominamos RC. Los RC se caracterizan por encuentros cara a cara con un foco de atención común puesto en algunos o varios aspectos de la creación cultural. La recurrencia de RC, a lo largo del tiempo, configura determinado tipo de MC asociado al lugar. Definimos a los MC como esquemas mentales y pautas de regulación que terminan por definir las orientaciones y tipos de producciones culturales. Para entender de qué modo los RC y MC son afectados por los establecimientos y organizaciones creativas donde se desarrollan utilizamos la noción de MOC. Los MOC refieren a las regulaciones, modos de percepción y límites que estructuran las situaciones al interior de cualquier organización y que, por tanto, enmarcan y estabilizan un tipo de orientación y finalidad creativa. Finalmente, nos servimos del concepto de resonancia para entender los mecanismos mediante los cuales determinados símbolos, producto de RC específicos, se extiende más allá del grupo de creadores que le dieron origen afectando a otros creadores.

Tabla 1: Síntesis del concepto de creatividad (según conceptos de referencia)

Situación creativa	Influencia de las interacciones	Influencia de las organizaciones	Influencia del medio urbano y social general
Conceptos de referencia	Rituales de Creatividad (Collins) / Marco (Goffman)	Base organizacional (Collins) / Marco (Goffman)	Resonancia
Concepto elaborado para el entendimiento de los procesos de creatividad cultural	Rituales de Creatividad (RC) / Marco Creativo (MC)	Marco Organizacional Creativo (MOC)	Procesos de Resonancia

Fuente: Elaboración propia

2.2. *El concepto de lugar*

Los procesos de creatividad cultural se definen a partir de un tipo de interacción específico al que hemos denominado RC, estos rituales definen y son definidos por MC que se inscriben en una realidad organizacional determinada, estructurada por MOC. Ahora bien, los RC y los MC no solo son afectados por las organizaciones creativas donde se celebran sino por otros estratos de realidad física y social. Para Goffman cualquier marco de actividad (en tanto que esquemas mentales y premisas organizativas) supone una localización, un anclaje en un mundo físico, biológico o social específico que termina por afectar al propio marco de referencia (Goffman 2006, p.257).

El anclaje de un marco determinado supone establecer una distinción entre *borde* [rim] y *estrato* [layer] o *capa* [lamination] del propio marco. El borde se entiende como la capa exterior de un marco, y permite indicar el status de la actividad en el mundo real (por esta razón Goffman afirma que conviene referir un marco particular al nombre que le damos a su borde, como por ejemplo marco de ensayo, marco teatral, etc.). Por otra parte, el estrato o capa representa la realidad más profunda, “*la actividad dramática que absorbe al participante*” (Goffman 2006, p.88).

A priori, podemos afirmar que, en nuestra investigación, el anclaje de los RC y MC aparecen vinculados tanto con el mundo del arte, el diseño y la producción audiovisual (cine, televisión y publicidad) como con la realidad del lugar donde estas actividades suceden. Por este motivo, podríamos hablar de un doble anclaje: sectorial (en tanto que actividad específica con sus propias regulaciones) y territorial (en tanto que actividad que se desarrolla en un lugar determinado). El primer anclaje supone inscribir a los RC y MC dentro de un ámbito específico de la producción cultural (sea el mundo del arte, el diseño o la producción audiovisual), estableciendo patrones de interacción con otros actores y marcos organizacionales que participan en las convenciones que definen este tipo de ámbitos. El segundo anclaje, supone su inserción en una realidad espacial concreta, determinada por la propia situación

creativa, la organización donde se inscribe y el entorno urbano donde se emplaza, como estratos concatenados que definen la realidad del lugar a nivel situacional.

Nuestra investigación tiene por objetivo elaborar un marco conceptual alternativo que explique la incidencia del lugar en los procesos de creatividad cultural urbana. Por este motivo, nuestro interés radica en entender el anclaje de los RC y MC en la realidad situacional del lugar. En este sentido, resulta necesario elaborar un concepto de lugar que funcione como una pieza analítica clave que permita articular los RC y MC con la realidad del lugar donde se emplazan. En esta sección se definirá al lugar donde ocurren con frecuencia RC como Escenario Creativo (sub-sección 2.2.a); se darán cuenta de sus principales características (sub-sección 2.2.b); y sus modos de conexión (sub-sección 2.2.c).

2.2.a. Escenarios Creativos

Los RC acontecen en un lugar específico que se vuelve discernible a los ojos de sus participantes a partir de sus límites, los recursos que dispone; su diseño y dimensiones; el tipo y modo de interacciones sociales que permite entablar y las representaciones que suscita. Sin embargo, no deja de ser cierto que la mayoría de las veces la gestación de un artefacto artístico, un diseño o un concepto singular no se puede resumir a un solo momento y lugar. Por el contrario, el proceso de creación cultural puede ser entendido como el resultado de múltiples micro-situaciones, del todo lábiles, que se definen en un continuo del tiempo y que están concatenadas y relacionadas entre sí a través de sus participantes. Sin embargo, en todas estas situaciones, el lugar se puede definir de la misma manera: como el escenario donde se celebran RC que se hace presente para los actores participantes a través de un cúmulo de recursos materiales, sociales y simbólicos inmediatos. De este modo, los RC ocurren en un lugar determinado, de carácter irreductible, al que denominaremos *Escenarios Creativos* (en adelante EC).

El concepto de EC no permitirá entender la relación entre RC y el lugar desde una perspectiva situacional. A partir de la definición de Thomas Gyerin (2000; 2002),

sobre el doble condicionamiento del lugar, podemos entender a los EC como una realidad espacial condicionada y condicionante de las interacciones sociales que tienen por foco de atención algún aspecto de la creatividad cultural. Gieryn entiende que cualquier lugar estabiliza la vida social y creativa al estructurar las instituciones, dar durabilidad a las redes sociales y persistencia a los patrones de conducta. Sin embargo, los lugares son vulnerables a las transformaciones humanas, al ser objeto de reinterpretaciones diversas a partir de narraciones que otorgan múltiples significados (Gieryn 2002). Esta aparente contradicción entre estructura y agencia es resuelta a partir de la inclusión de un tercer momento. De esta manera, Gieryn distingue tres etapas representadas a partir de un movimiento pendular que va de la agencia a la estructura y de la estructura a la agencia. El momento de la agencia humana se produce durante el diseño del lugar. La agencia cambia (analíticamente) hacia el lugar y sus componentes, los cuales estructuran y estabilizan la conducta humana. Finalmente, durante el tercer momento, la agencia retorna a las personas cuando el lugar es narrado y reinterpretado discursivamente (Gieryn 2002).

Desde nuestra perspectiva, por un lado, podemos entender a los RC como acciones recíprocas que configuran y definen los EC cuando, por regularidad y repetición, el lugar donde se celebran adquiere cierta sacralidad asociada a la creación cultural. Esto quiere decir que para los propios participantes del ritual y otros que no han participado en él, el lugar se presenta como un espacio especial, que se define por ser el sedimento material y relacional de los RC que allí se celebran. El punto más alto de la sacralización supone la anulación del lugar para la realización de otras prácticas que no sean las preestablecidas y consagradas por el ritual, adquiriendo cierto carácter exclusivo o cerrado. Por otro lado, podemos afirmar que los EC participan en la configuración de MC. En este sentido, los EC se presentan como una realidad que posee cierta forma y recursos (materiales y humanos) que definen su medio. Los RC incorporan estos elementos del escenario y los devuelven, cambiando su clave, en formas de percepción y pautas de conducta que terminan por definir MC asociados al lugar.

A lo largo de nuestro análisis develaremos la existencia de diversos tipos de EC que se definen de acuerdo a la finalidad y orientación de los RC que allí se celebran. Así, distinguiremos entre EC-abiertos, cerrados y disonantes. Cada tipo de EC define, a su vez, MC diferentes, pudiendo diferenciar, de una manera muy general, entre experimentales y profesionales.

2.2.b. Límites y Medio Escénico

Organizaciones o emprendimientos creativos (independientemente de su tipo, tamaño y complejidad) no solo definen las modalidades encuentro de determinados creadores, generan cierto tipo de solidaridades entre sus participantes y orientan procesos de creatividad, sino que también definen un entorno material en los que se emplazan los EC. En su primera etapa de investigación, vinculada con el interaccionismo simbólico, Goffman utiliza el concepto de *región* [*region*] para definir la locación geográfica o lugar fijo donde ocurren las situaciones de interacción (Goffman 2009, pp.124–161). Los elementos que definen la región resultan de gran utilidad analítica para nuestros propósitos.

Goffman denomina *regiones* [*regions*] al espacio donde los actores o equipos preparan una actuación o se presentan ante un auditorio. Las regiones se caracterizan por la existencia de *límites* o *barreras* que circunscriben espacial y temporalmente las situaciones de interacción y un decorado que define su *medio*. Los límites espaciales se corresponden a barreras físicas (como tabiques o paredes) que aíslan perceptivamente, determinados espacios de otros y ayudan a enmarcan un tipo de situación (Goffman 2009, p.124). Los límites temporales se refieren a los distintos usos de una región a lo largo del tiempo. Las regiones cuentan, además, con ciertos recursos escénicos. A estos recursos Goffman los denomina *medio*. Para Goffman el medio está representado por un equipo de signos estables que define el decorado de una región (Goffman 2009, p.125). El medio resulta importante para que una actuación determinada se lleve adelante sin mucho esfuerzo y problemas.

Para Goffman, los límites y el medio de una región terminan por orientar la conducta del equipo actuante y del auditorio en una situación de interacción. Goffman entiende que las performance de las personas varían de acuerdo a la región donde se desarrollan distinguiendo entre *regiones delanteras* [*front regions*], donde la conducta suele ser más protocolar, y *regiones privadas o trasfondos escénicos* [*back regions*], donde existe una mayor relajación en el comportamiento (Goffman 2009).

En nuestro análisis, las nociones de límite y medio resultan claves para entender de qué manera los EC se definen en su materialidad y, a la vez, participan en la configuración de determinados tipos de MC. A lo largo de nuestra investigación utilizaremos la noción de *límites* y *medio* para entender como los EC participan en la configuración de esquemas mentales y perceptivos propios del lugar.

2.2.c. Encadenamiento de EC y espacios urbanos de interés

Las organizaciones creativas (sean centros de creación artística, emprendimientos en diseño o productoras audiovisuales) y los propios creadores (en arte, diseño y producción audiovisual) establecen redes más o menos estables de intercambios, colaboraciones y dependencias. Si bien se pueden entender a las organizaciones como un agregación de micro experiencias más o menos estables, con ciertas jerarquías, roles formales e informales y determinadas solidaridades (Collins 1988), los representantes o referentes de las mismas, participan de otras micro-situaciones, en donde, en muchos casos, se establecen acuerdos y relaciones posibles. Estas relaciones, si bien virtuales o jurídicamente establecidas y solo activables en micro situaciones concretas, definen un radio más amplio de alcance.

Esta ampliación no solo impacta en los EC sino que habilita, además, nuevos escenarios por donde los creadores pueden transitar. En este sentido, lo que una organización creativa posibilita es la existencia de *encadenamiento de escenarios creativos* presentes y futuros (internos y externos a su arquitectura). El encadenamiento de EC no significa necesariamente cercanía física, sino potencial. Cualquier organización pre-establece tránsitos posibles entre diferentes escenarios (creativos o no) de acuerdo al

tipo de vínculos que establezca con otras organizaciones que repercuten en su interior, orientando de esta manera la creatividad.

Simmel utiliza las figuras del *puente* y la *puerta* para representar las conexiones y límites espirituales, producto de las formaciones sociales, en el continuo espacial (Simmel 2001, pp.45–53). En este sentido, las organizaciones no solo funcionan como puentes, al establecer vínculos de diversa índole con otras organizaciones, lo que le permite extender su radio de alcance, sino como puertas, al definir criterios de quienes están autorizados a participar de las diversas situaciones que se celebran en su interior. Estos criterios pueden ser más o menos flexibles, pero sirven para regular el flujo de intercambio entre distintos EC. Estas regulaciones definen los recursos humanos (tipo de creadores) y materiales (recursos técnicos y profesionales y tamaño y diseño del espacio) y simbólicos (pensados como prestigio de lugar) con que cuenta una determinada organización, lo que repercute en la materialidad y forma de los EC que se emplazan en su interior.

De la misma manera que la influencia del lugar varía si una situación creativa se inscribe en tal o cual organización, lo mismo sucede con el barrio o ciudad donde se emplaza. Un barrio o una ciudad es una realidad compleja y diversa, donde conviven no solo vecinos, sino organizaciones vecinales, empresas, comercios, instituciones públicas, además de actividades vinculadas con el mundo del arte, el diseño o la producción audiovisual. Cada uno de estos actores y organizaciones poseen sus propios rituales, intereses, emociones, sentimientos de pertenencia, objetos sagrados, regulaciones y modos de interacciones específicas. Por estos motivos, un barrio puede ser pensado como un gran escenario donde ocurren en simultáneo múltiples encuentros y situaciones que se afectan mutuamente.

En su análisis sobre la correlación entre espacio y sociedad, Simmel define la *fijación* como una de las cualidades del espacio. El punto de fijación remite al emplazamiento territorial de determinados elementos singulares u objetos de interés de una determinada formación social (Simmel 1977, p.660). Desde el punto de vista simbólico, el punto de fijación es entendido como un *punto de rotación*, esto es “cuando

el contacto o reunión de elementos, por lo demás independientes, solo puede verificarse en un sitio determinado” (Simmel 1977, p.663). Un ejemplo que brinda Simmel para entender el punto la fijación es la política de las Iglesias de establecer capillas en lugares donde haya potenciales adeptos para genera puntos de rotación sobre la misma. Estos puntos de rotación implican la circulación de personas sobre un mismo punto fijo del espacio que reviste un cierto interés pero que, por sus cualidades, resultan inamovibles. Las ciudades, para Simmel, son efecto de múltiples puntos de rotación (permanentes y variables) que definen los tráficos de personas (Simmel 1977, pp.663–664).

Ahora bien, en nuestro análisis podemos identificar determinados *escenarios urbanos de interés*, no necesariamente creativos, que fijan al territorio determinas cualidades que funcionan como puntos de rotación sobre los cuales circulan grupos de creadores comportándose como limaduras de hierro con un imán. La capacidad de generar este tipo de escenarios, que funcionan como puntos de rotación que definen una atención perdurable en el tiempo, se vincula con procesos de resonancia. Los procesos de resonancia son iniciados por RC que tienen la capacidad de convertir el lugar donde se emplazan en determinados símbolos que funcionan como focos de atracción.

En nuestro análisis nos centraremos en los escenarios urbanos de interés que funcionan como puntos de rotación o atracción para los creadores en arte, diseño y producción audiovisual. La formación de los escenarios urbanos de interés, generalmente, se debe a procesos sociales de largo alcance⁷.

Por ejemplo, en el barrio del Poblenuou, la existencia de numerosas naves industriales que quedaron vacías, producto de la deslocalización de la actividad industrial,

⁷ El sociólogo Randall Collins, en diversos artículos, intenta elaborar puntos de conexiones entre los análisis micro y macro sociológicos (Collins 1981; Collins 1988) que le permiten establecer, por ejemplo, determinaciones micro y macro sociales de la creatividad filosófica (Collins 1987). Para Collins el nivel de análisis macro sociológico se puede entender como una recurrencia, agregación o repetición de micro eventos o micro experiencias que se suceden a través del tiempo y el espacio. Lo macro, desde esta perspectiva, se define espacialmente a partir de una escala amplia y temporalmente a partir de procesos sociales de largo alcance (Collins 1981). Para nuestro análisis resulta importante, por tanto, poder identificar los procesos de resonancia que definen determinados escenarios urbanos como puntos de interés para los creadores.

generaron diversos puntos de interés y rotación para numerosos artistas de Barcelona debido a su bajo coste y amplitud. Luego este interés fue retroalimentado por los mismos artistas, en una especie de efecto llamada, incrementándose el número de creadores en el barrio. En el barrio de Palermo, por su parte, se generaron numerosos puntos de rotación o interés para diseñadores debido a las múltiples intervenciones vecinales previas en lo concerniente a eventos culturales y al rediseño del espacio público. Estos espacios de interés también pueden ser generados por intervenciones de la administración pública. Por ejemplo, el programa de Fábricas de la Creación del Ayuntamiento de Barcelona y las intervenciones del Centro Metropolitano de Diseño del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires generaron un interés en artistas y diseñadores por los barrios de Poblenou y Palermo, al otorgar a ciertos espacios recursos, infraestructura y prestigio. Recordemos que un escenario urbano de interés para los creadores culturales no necesariamente implica una mayor focalización en su actividad. Muchas veces puede funcionar como elementos disruptivos de la actividad específica o el cruce con otros tipos de actividades.

En resumen, denominamos como EC al lugar donde ocurren recurrentemente RC. Definimos a los EC como una realidad configurada por los RC que allí se celebran, pero que participan en la configuración de MC. En este sentido, afirmamos que los EC están configurados y a la vez configuran interacciones que tienen por foco de atención algún aspecto de la creatividad cultural. Para nuestra investigación la noción de EC funciona como un concepto clave, ya que permite articular la realidad espacial y social de los procesos de creatividad cultural urbana. Desde un punto de vista material, los EC se definen a partir de su medio (recursos materiales y humanos) y límites; desde un punto de vista simbólico como un espacio reservado para la creación. Por su parte, definimos la conexión entre distintos EC a partir la noción de encadenamiento. También señalamos como, a partir de determinados procesos de resonancia, los EC pueden convertirse en espacios urbanos de interés, que funcionan como atractivos para la migración de creadores al lugar.

Tabla 2: Síntesis del concepto de lugar (según espacio, tiempo, actores y tipo de interacción)

Situación creativa	Influencia de las interacciones	Influencia de las organizaciones	Influencia del medio urbano y social general
Concepto elaborado para el entendimiento del lugar	Escenario Creativo	Límites y Medio Escénico / Encadenamiento de Escenarios Creativos	Escenario urbano de interés
Espacio	Escenario de la situación creativa	Lugares concretos y potenciales de las organizaciones	Espacio urbano
Tiempo	Inmediato	Medio	Largo
Actores involucrados	Creadores	Organizaciones creativas	Asociaciones y Administraciones
Tipo de interacción	Interacciones cara a cara	Acuerdos entre organizaciones	Procesos de Resonancia

Fuente: Elaboración propia a partir de Randall Collins (1981).

CAPÍTULO 3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La elaboración de un marco conceptual que permita responder a nuestro interrogante central, sobre la incidencia del lugar sobre los procesos de creatividad cultural urbana, supone la recolección y análisis de material empírico de algunos sectores de la producción cultural que resultan pertinentes para nuestro propósito. Con esta finalidad, hemos elegido dos barrios de la ciudad de Barcelona y Buenos Aires que se caracterizan por la concentración de creadores, organizaciones creativas e instituciones vinculadas con dos áreas relevantes de la producción cultural contemporánea: las artes y las industrias culturales y creativas.

Dentro de la ciudad de Barcelona hemos elegido el barrio de Poble Nou por ser un barrio con un importante número de artistas visuales que trabajan en centros de creación artística de diversas características. Por su parte, en la ciudad de Buenos Aires hemos seleccionado al barrio de Palermo por ser el lugar donde numerosos diseñadores (de indumentarias y objetos) y productores audiovisuales decidieron abrir sus emprendimientos conformando un verdadero clúster cultural.

La estrategia metodológica empleada para nuestra investigación es del tipo cualitativa y las herramientas de recolección de datos utilizadas son las entrevistas en profundidad y semi-estructuradas, la observación, el análisis de documentos y el registro fotográfico. Para analizar el material empírico recolectado hemos utilizado el programa informático de análisis cualitativo de datos *ATLAS.TI*.

El análisis del material empírico no permitió elaborar una tipología sobre las distintas formas en que el lugar incide en los procesos de creatividad cultural urbana desde una perspectiva sociológica y situacional, prestando atención a: el tipo de actividad (arte, diseño o producción audiovisual); el nivel profesional de los creadores (profesionales,

semi-profesionales o no profesionales); el momento de arribo al barrio (distinguiendo entre creadores pioneros, fundadores y advenedizos); la característica organizacional y espacial de los establecimientos donde realizan su actividad (centros de creación artística, emprendimientos en diseño y productoras audiovisuales); y el entorno y modos de relación dominantes en los barrio donde se emplazan.

El objetivo de este capítulo es dar a conocer el diseño metodológico que guía esta investigación. Para esta finalidad presentaremos, en primer lugar, los criterios y lógica de selección de los casos de estudio y la muestra de análisis (sección 3.1). En segundo lugar, daremos cuenta de nuestra estrategia metodológica y la modalidad empleada para el análisis del material empírico recolectado (sección 3.2).

3.1. Criterios de selección de los casos de estudio y la muestra de análisis

Esta sección tiene por objetivo definir las razones que guían la elección de nuestros casos de estudios y definir el criterio de la muestra de análisis según la actividad y el perfil socio-cultural de los profesionales analizados (diseñadores, productores audiovisuales y artistas). Con esta finalidad dividiremos esta sección en dos partes. En la primera parte, se expone la justificación de los casos elegidos de acuerdo a la finalidad principal que persigue esta investigación (sub-sección 3.1.a). La segunda parte se centra en la definición del perfil de creador de cada uno de los sectores analizados y se presenta la muestra seleccionada para el análisis (sub-sección 3.1.b).

3.1.a. Justificación y lógica de selección de los casos de estudio

Los barrios elegidos, Poblenou (Barcelona) y Palermo (Buenos Aires), resultan significativos, no solo por concentrar actividades artísticas, culturales y creativas, sino además por ser lugares que históricamente han sido afectados por procesos sociales de diversa índole que han impactado, directa e indirectamente, en su fisonomía y actividades. En este sentido, podemos identificar al menos dos procesos sociales relevantes que tienen algún grado de incidencia en la actividad creativa de cada barrio.

En el caso de Poblenou el primero de los procesos tiene que ver con la conformación de una escena artística hacia la década de los ochenta y noventa a partir de la instalación de numerosos artistas atraídos por la existencia de grandes espacios de trabajo y bajos costes de alquiler debido a la disponibilidad de antiguas naves industriales en desuso (Valera 2009). El segundo de los procesos se vincula con la creación, en el año 2000 del Distrito 22@, un nuevo plan de ordenamiento urbanístico y desarrollo económico que tuvo por finalidad convertir la antigua área industrial del Poblenou en un polo de nuevas industrias vinculadas con la creatividad y el conocimiento (Ajuntament de Barcelona 2000), que impacta de manera significativa en el tejido vecinal (Marrero Guillamón 2003), urbano (Mur & Clusa 2011) y artístico del barrio (Marti-Costa & Pradel 2011; Aparici 2011; Casellas et al. 2012; Paül i Agustí 2014).

Palermo sufrirá dos procesos similares al de Poblenou. El primero de estos procesos tiene que ver con la conformación de una escena vinculada con el diseño independiente, la gastronomía de autor y las productoras audiovisuales (Álvarez de Celis 2003; VV.AA. 2003). De aquí los nombres de Palermo “Soho” y Palermo “Hollywood” que se le han dado simultáneamente a dos sectores del barrio durante la primera mitad del nuevo siglo (Durán et al. 2005, pp.416–417). El segundo de los procesos aparece vinculado con la consolidación de esta escena a partir de la instalación de una gran cantidad de comercios de grandes marcas y cadenas comerciales vinculadas con el diseño de indumentaria, objetos, muebles e interiores (Braticevic 2007; Kantis & Drucaroff 2008); la apertura de numerosas galerías de arte; y la creación del Distrito Audiovisual de la ciudad de Buenos Aires (Mignaqui et al. 2005).

El análisis de dos barrios, que concentran actividades creativas y que han sufrido transformaciones urbanas e intervenciones públicas recientes, resulta sumamente relevante para los propósitos de esta investigación. Procesos como el de clusterización de una actividad, el impacto de políticas públicas y la concentración de creadores que realizan una misma actividad, resultan elementos claves para comprender la dimensión urbana del lugar impacta en los procesos de creatividad cultural.

En el barrio de Poblenou hemos centrado nuestro análisis en el *sector artístico*. La razón de esta elección se fundamenta en que el barrio de Poblenou se ha caracterizado por una fuerte aglomeración de artistas y centros de creación en artes visuales desde la década del ochenta y noventa (Valera 2009) que, si bien ha menguando por el impacto del Plan 22@ a partir de 2000 (Marti-Costa & Pradel 2011), se ha recompuesto en parte luego de la crisis europea de 2008 (Aparici 2011, p.63; Paül i Agusti 2014). Además, algunos de los centros de creación artísticas del Poblenou participan de programas gubernamentales (como las Fábricas de la Creación) y la mayoría lo hace en redes o plataformas creativas (como el Mapa Creativo del Poblenou) o tiene un estrecho contacto con el sector vecinal del barrio a partir de actividades conjuntas (como los Talleres Abiertos del Poblenou o la oposición al Plan 22@), lo que da una mayor riqueza a nuestro análisis.

Por su parte, en Palermo, hemos basado nuestra indagación, en los *emprendedores y emprendimientos culturales en diseño, producción audiovisual*. El fundamento de esta elección se basa en la aglomeración que estas actividades tienen en el barrio y el potencial impacto que esta situación provoca en los procesos de creatividad cultural urbana. La tendencia a la aglomeración de este tipo de actividades comienza a finales de la década de los noventa y se expande luego de la crisis Argentina de 2001. Desde ese momento se instalan una gran cantidad de emprendimientos y comercios vinculados al diseño de indumentaria, objetos, muebles e interiores y gastronomía de autor, convirtiendo a Palermo en un barrio asociado al Diseño (Mignaqui et al. 2005; Álvarez de Celis 2003; Braticevic 2007). Paralelamente se abren numerosas galerías de arte, constituyendo al barrio de Palermo como el segundo polo de galerías de la ciudad de Buenos Aires con una tendencia moderna en contraposición a las galerías tradicionales de la ciudad afincadas en el barrio de Recoleta. Finalmente, en el barrio se concentran numerosas productoras audiovisuales vinculadas con el cine, la televisión y la publicidad que, junto a dos canales de televisión y seis radios, forman parte del Distrito Audiovisual de la ciudad de Buenos Aires (Mignaqui et al. 2005).

Los casos elegidos resultan relevantes por ser genéricos e instrumentales, a partir de los cuales pretendemos ilustrar un conjunto de proposiciones sobre la incidencia del lugar en los procesos de creatividad cultural urbana. De naturaleza típica, ya que los casos elegidos poseen ciertas características comunes (creadores que participan en situaciones de creatividad cultural en barrios que aglomeran actividades creativas) aunque diferenciales (por el tipo de creación que realizan: en artes visuales, en diseño y en producción audiovisual; y las ciudades donde se emplazan: Barcelona y Buenos Aires). Teóricamente decisivos, porque permiten generar un marco conceptual alternativo a los existentes sobre la incidencia del lugar en los procesos de creatividad cultural urbana. Fenómenos contemporáneos, que describen algunos mecanismos sociales que ocurren en la actualidad y que resultan relevantes para entender las situaciones de creatividad cultural. Del tipo analítico, ya que a partir de ellos se busca estudiar la correlación entre el lugar y creatividad cultural urbana para formular un marco conceptual alternativo que permita entender la incidencia efectiva del lugar en estos procesos.

La similitud sirve para demostrar que el modo de afectación del lugar en los procesos de creatividad cultural urbanos funciona bajo condiciones parecidas (casos paralelos). Aquí se busca comprobar si este fenómeno se cumple en todos los casos independientemente de todas las diferencias que pueden existir entre ellos y que a primera vista pueden afectar el funcionamiento del fenómeno. Esta forma de proceder permite la comprensión novedosa del fenómeno. Las diferencias entre los casos sirven para observar la variabilidad de condiciones existentes (según el tipo de actividad creativa, el nivel de profesionalidad de los creadores, la estructura y orientación de los emprendimientos y el emplazamiento urbano) en las que ocurren los procesos de creatividad cultural urbana para poder imputar y argumentar, a partir de los factores diferenciales, sus razones.⁸

⁸ Para una explicación más detallada sobre la relevancia de los estudios de caso para las ciencias sociales se puede consultar el trabajo de Xavier Coller Estudios de casos (2000).

3.1.b. Definición y justificación de la muestra

Nuestra *unidad de análisis* se corresponde al conjunto de situaciones creativas que se desarrollan en un escenario creativo determinado dentro de los barrios de Palermo y Poble Nou en los últimos años. Nuestro *universo de estudio* se circunscribe a cada uno de los creadores en artes visuales y emprendedores en diseño y producción audiovisual de los barrios elegidos que participen o hayan participado con cierta regularidad en alguna situación creativa. Finalmente, la *unidad de recolección* se reduce a una muestra significativa de estos creadores. Esta muestra se complementará con otros actores que participan indirectamente de las situaciones creativas analizadas (como directivos de centros de creación, representantes de entidades vecinales, funcionarios de la administración pública, etc.). Esta sub-sección tiene por finalidad definir el perfil socio-cultural y profesional de los creadores analizados y dar cuenta de los criterios empleados para la selección de una muestra significativa de los mismos.

El sector de Diseño del barrio de Palermo

Los diseñadores del barrio de Palermo son muy difíciles de cuantificar y cualificar. Sin embargo, a partir de algunos trabajos en geografía, geografía económica y sociología, sumado a indagaciones cualitativas propias, podemos establecer un perfil socio-cultural de este tipo de creadores que nos sirva para definir un criterio muestral y de selección de entrevistado. Si bien los análisis hechos por geógrafos y economistas no se centran en el perfil del creador sino en los emprendimientos o empresas nos serán de suma utilidad para establecer la orientación, estructura empresarial y locación de los mismos. A estos estudios se le debe sumar el perfil socio-cultural (clase social educación y trayectoria) aportados por los trabajos en sociología de la cultura y del trabajo.

Algunos trabajos de geografía y geografía económica han identificado muy tempranamente el crecimiento de la actividad comercial y de servicios existente en el barrio de Palermo (Álvarez de Celis 2003), y han logrado ajustar este incremento a las actividades vinculadas con el diseño (Braticevic 2007; Kantis & Drucaroff 2008) y el

sector audiovisual (Mignaqui et al. 2005). Todos coinciden en señalar que este crecimiento comercial y de servicios se han agrupado en dos sectores específicos del barrio de Palermo que se han rebautizados por su nuevo perfil con los nombres de Palermo “Soho”⁹ (por la mayor concentración de locales de diseño) y Palermo “Hollywood”¹⁰ (por la concentración de canales de televisión, radios y productoras audiovisuales).

Ilustración 1: Delimitación geográfica de las áreas de Palermo "Soho" y "Hollywood" en la ciudad de Buenos Aires



Fuente: Fernando Álvarez de Celis (2003, pp.12–13)

Basándose en datos del *Censo Nacional Económico* de 1994, el *Directorio de Empresas* (CEPAL) del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA), información catastral de la Unidad de *Sistemas de Información Geográfica* del GCBA, Fernando Álvarez de Celis pudo identificar que, durante el período 1993-2002, hubo un aumento del 64% en la cantidad de locales comerciales y de servicios en las áreas de Palermo “Soho” y “Hollywood”. Así, en 1993 había registrado un total de 758 locales y en 2002 los mismos habían aumentado a 1243 (Álvarez de Celis 2003, p.21). El incremento de los locales de servicios se da principalmente en el sector gastronómico que pasó de 35 a 142 locales (incremento del 305,7%) (Álvarez de Celis 2003, p.37). El de los locales comerciales se da fundamentalmente en los sectores vinculados a la venta de prendas de vestir, pasando de 20 a 84 locales (incremento del 320%); de venta de objetos,

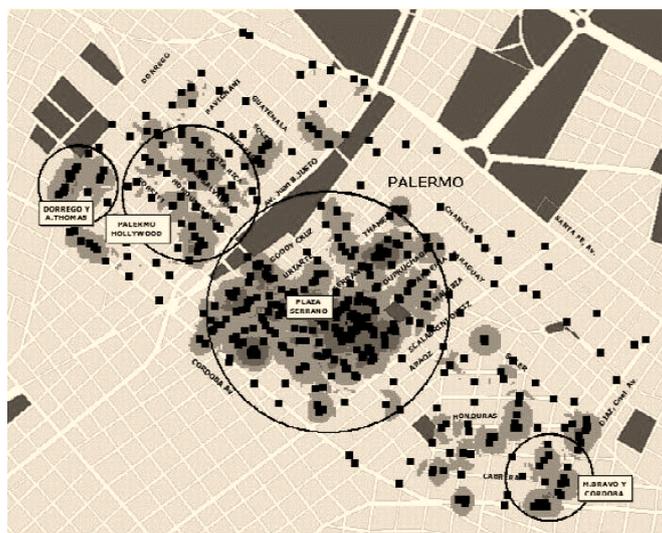
9 El área de Palermo “Soho” también conocida como Palermo Viejo está delimitada por la calle Paraguay y las avenidas Juan B. Justo, Scalabrini Ortiz y Córdoba de la Ciudad de Buenos Aires.

10 El área de Palermo “Hollywood” está delimitada por la calle Paraguay y las avenidas Juan B. Justo, Dorrego y Córdoba de la Ciudad de Buenos Aires.

artesanías y reglaos, pasando de 30 a 73 (incremento de 143%); y de ventas de muebles, de 23 a 45 (incremento del 95,7%) (Álvarez de Celis 2003, p.30).

En base al mismo criterio metodológico y fuentes censales, Sergio Bratisevic (2007) completa los datos estadísticos aportados por Álvarez Celis pero para el cohorte temporal 2006-2007, haciendo foco en lo que denomina como *Complejo de Diseño de Palermo*. Este complejo se define a partir del entramado territorial de locales destinados a la venta de bienes y servicios relacionados con cualquiera de las ramas de diseño en base al siguiente criterio: Diseño de muebles e interiores (producción y venta); Diseño de moda o indumentaria (confección y venta); Diseño gráfico y asesoramiento (servicios de diseño en diversos formatos, gráfica, web, etc.); y Espacios culturales y gastronómicos (espacios que ofrecen actividades o espectáculos artísticos, ferias de diseño y galerías, restaurantes con estética propia y comercios de venta de libros y CDs). De los 4820 locales comerciales y de servicios relevados por Braticevic en las áreas de Palermo “Soho” y “Hollywood” durante el 2006-2007 el 10,4% pertenecen a actividades relacionadas con el Diseño, dando un total de 501 locales vinculados con este sector (Braticevic 2007, pp.315–316). De estos 501 locales, 206 se corresponden a Diseño de muebles y decoración (41,4%), 165 a diseño de indumentaria (32,9%), 102 a Espacios culturales y gastronómicos (20,4%), y 28 a Diseño gráfico y asesoramiento (5,6%) (Braticevic 2007, p.323). La georreferenciación de las actividades en Diseño establecen dos áreas de mayor concentración: en torno a la Plaza Serrano del área de Palermo “Soho” y en el cuadrante delimitado por las calles Gorriti, Honduras, el Salvador y Costa Rica del área de Palermo “Hollywood” (Braticevic 2007, p.324). Si bien el número de locales no nos dice exactamente la cantidad de emprendedores en diseño instalados en el barrio nos brinda una dimensión aproximada de su cantidad y ubicación.

Ilustración 2: Georreferenciación de locales comerciales y de servicios en Diseño en las áreas de Palermo "Soho" y "Hollywood" en la ciudad de Buenos Aires al año 2007



Fuente: Sergio Braticcevic (2007, p.323)

Los trabajos de Hugo Kantis y Sergio Drucaroff analizan el perfil de emprendimientos y emprendedores en Diseño de la ciudad de Buenos Aires estableciendo algunos criterios que resultan relevantes para nuestro análisis. Si bien sus estudios no se centran en el barrio de Palermo sino en la ciudad de Buenos Aires en su conjunto, afirman que de los 1300 emprendedores en diseño existentes en la ciudad en 2005 la mayoría se concentran en este barrio (Kantis 2005, p.59). Si a este número de emprendedores lo contrastamos con los datos de Braticcevic del mismo período podemos afirmar que al menos el 38% de los diseñadores de la ciudad de Buenos Aires se agrupan en Palermo.

Kantis y Drucaroff se centran en el análisis de emprendimientos en Diseño en la Ciudad de Buenos Aires, clasificando a los mismos según su grado de dinamismo. Así distinguen entre empresas o emprendimientos más dinámicos (con contratos de 9 personas directas y 31 indirectas, y con facturación anual de 200.000 U\$S) y menos dinámicos (con contrato de 1 persona directa y 3 personas indirectas, y con una facturación anual 10.000 U\$S) (Kantis & Drucaroff 2008, p.8). Si bien su trabajo se centra en analizar los emprendimientos y no a los emprendedores, trazan un perfil socio-cultural de estos últimos sumamente relevante.

En primer lugar afirman que la mayoría de los emprendimientos fueron fundados por mujeres (76%), especialmente en las firmas menos dinámicas (80% contra 67%). Se trata de emprendedores pertenecientes a familias de clase media y media alta. Principalmente hijos/as de padres profesionales independientes (48%). En emprendimientos dinámicos detectan una mayor presencia de padres con alguna experiencia en el ámbito empresarial, como ejecutivos de empresas (19% contra 4%) o como empresarios (24% contra 14%), algunos con empresas vinculadas con el Diseño (14% contra 8%). El promedio de edad en los emprendedores analizados resulta similar y oscila entre los 35 y 37 años (para 2005). Estos emprendedores comienzan a pensar en generar sus empresas alrededor de los 24 años y fundan la primera a los 29. Un dato relevante es que el 90% de los emprendedores tienen estudios universitarios completos o incompletos. De este total, el 50% tienen formación en carreras vinculadas con alguna rama del Diseño. La principal institución de formación de los emprendedores es la Universidad de Buenos Aires seguida, en menor medida, por la Escuela Nacional de Bellas Artes, la Universidad de Palermo y la Universidad de Belgrano. Finalmente, en lo concerniente a la trayectoria laboral previa a la fundación de sus emprendimientos se destacan los que han trabajado en Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) (52% contra 70%) y en segundo lugar aquellos que lo han hecho en empresas grandes (38% contra 24%) (Kantis & Drucaroff 2008, pp.12–15).

Los trabajos sociológicos, principalmente cualitativos, aportan una dimensión importante a la hora de entender la identidad o perfil de los creadores en diseño de indumentaria. Así los trabajos de Paula Miguel y María Eugenia Correa se focalizan en un segmento significativo de los mismos por ser los actores que pusieron al diseño, “independiente” o de “autor”, en el centro de la escena pública. En distintos trabajos, Miguel elabora la figura de emprendedor creativo que, entiende, puede utilizarse para describir no solo la producción en diseño indumentaria sino otros ámbitos de la producción cultural porteña (Beltrán & Miguel 2011). Esta figura encierra todo un perfil socio-cultural que identifica a partir de algunos rasgos comunes.

En primer lugar, la mayoría de estos creadores son “herederos” de los sectores de clase media urbana que, producto de la crisis de 2001, vieron amenazada su existencia y capacidad de reproducción social, y que utilizaron las prácticas de consumo como estrategia de distinción. En segundo lugar, destaca la valoración que estos creadores tienen de los estudios universitarios como una vía de superación personal. Finalmente, hace énfasis de su capacidad emprendedora y de eficiencia (como efecto del clima ideológico-discursivo neoliberal de los noventa) que, luego de la crisis Argentina de 2001, se trasladó a la idea de la autogestión o micro-emprendimientos, a partir de hacer lo que les gusta. Estas variables explican para Miguel el “espíritu emprendedor” de estos creadores (Beltrán & Miguel 2011, pp.241–246; Miguel 2013, pp.175–197). Este último punto es el que destaca María Eugenia Correa cuando analiza las trayectorias profesionales de los diseñadores “independientes”. Para Correa, luego de la crisis Argentina de 2001, muchos diseñadores titulados, en un horizonte laboral recesivo, apuestan por instancias productivas autogestionadas o micro-emprendimientos de actividades experimentales o vinculadas a gustos subjetivos que alcanzan cierta visibilidad social (Correa 2012; Correa 2009). Para Miguel la mayoría de los emprendedores en diseño encontraron en Palermo un espacio donde instalar sus emprendimientos asociando a parte del barrio con el diseño de autor (Miguel 2009, pp.61–65; Miguel 2013, pp.171–175)

La muestra de creadores en diseño elegida para nuestra investigación se definió de acuerdo al perfil socio-cultural de los diseñadores del barrio: pertenecientes a sectores medios urbanos, con título universitario vinculado con el diseño, que trabajan en emprendimientos (dinámicos y no dinámicos) de los cuales son sus fundadores. Por otra parte, todos los casos elegidos son de diseñadores que apuestan por la creación, diseño y confección de indumentaria u objetos singulares o de “autor” (exceptuando Nike Soho). De los 12 creadores entrevistados, 7 se dedican al diseño, producción y comercialización de indumentaria y los otros 5 al diseño, producción y comercialización de objetos (accesorios, muebles y mobiliario urbano) en el cuadrante denominado “Soho” del barrio de Palermo. La cohorte generacional elegida es amplia (de los 30 a los 40 años) porque hemos optado por seleccionar diseñadores que han arribado al barrio de Palermo en distintos momentos históricos. Este criterio nos

permitió distinguir entre *diseñadores pioneros*, quienes se instalan en el barrio desde mediados de la década del noventa (3 entrevistados: los creadores y diseñadores de Papelera Palermo, Calma Chicha y Diana Cabezas); *diseñadores fundadores*, profesionales consagrados que ayudaron a crear la identidad del barrio en la primera parte de la década de 2000 (3 entrevistados: los creadores y diseñadores de Mariana Dappiano y Caro de Dam y una diseñadora de la Boutique Nómade); y *diseñadores advenedizos*, quienes se instalan luego de la consolidación de la actividad (6 entrevistados: los creadores y diseñadores de Ni Lineal, Kapush, Puro, Chapó Loló y Lala y uno de los encargados del local Nike Soho).

El sector Audiovisual del barrio de Palermo

Los productores audiovisuales son más difíciles de definir porque no tienen un perfil socio-cultural tan homogéneo como el caso de los diseñadores. Sin embargo, uno de los problemas principales dentro de esta actividad es la existencia de múltiples fuentes censales que brindan datos dispares sobre la cantidad, tipo, locación y estructura de las productoras audiovisuales. Por un lado, existen fuentes estadísticas a nivel nacional provenientes del *Instituto Nacional de Cines y Artes Audiovisuales* (INCAA) y del *Departamento de Estudio e Investigación del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina* (DEISICA). Por otro, a nivel de la ciudad de Buenos Aires, existen datos provenientes del *Observatorio de Industrias Creativas* (OIC) y del *Distrito Audiovisual* de la Ciudad de Buenos Aires.

Los estudios de Carolina Barnes, José A. Borello y Adrián Pérez Llahí (2011), centrados en el análisis de las formas de producción y consumo cinematográfico, intentan poner algo de orden a las diversas fuentes estadísticas sobre el sector audiovisual que nos pueden ayudar a clarificar la cantidad de productoras existentes en la ciudad de Buenos Aires. A partir de recopilar las fuentes del INCAA (879 productoras relevadas a nivel nacional en 2010), del OIC (716 productoras relevadas a nivel ciudad en 2009/10), del Censo Económico del año 2004 (135 productoras relevadas a nivel nacional en 2004), de la Guía Audiovisual (96 productoras relevadas a nivel nacional en 2008/2009), y del espacio Cine.ar (164 productoras relevadas a nivel

nacional en 2011), tratan de resolver la disparidad de datos (Barnes et al. 2011, pp.14–15). Para Barnes, Borello y Pérez Llahí, las posibles razones de esta disparidad (particularmente la existente entre el Censo de Empresas y los datos del INCAA y de la OIC) se deben, por una parte, al incremento de la actividad cinematográfica desde 2004 en adelante, y, por otra, al carácter cambiante y flexible de las productoras, muchas de las cuales se montan para proyectos específicos. Independientemente de la disparidad, estos datos nos brindan una cantidad aproximada de las productoras audiovisuales instaladas en la Argentina a nivel nacional y de ciudad que, a nuestros propósitos resultan suficientes.

La mayoría de los estudios en geografía han analizado el emplazamiento de la actividad cinematográfica en Argentina atendiendo principalmente a la distribución de los espacios de exhibición, las formas de representación cinematográficas del lugar, y las políticas de promoción territorial. Una de las pocas excepciones la representa el trabajo de Leandro González, quien a través de diferentes fuentes bibliográficas y estadísticas, realiza un estado del arte sobre la relación entre cine y geografía del todo relevantes para entender el emplazamiento a nivel nacional y local los espacios de exhibición y producción cinematográfica. Dentro de este trabajo se reconoce la relevancia de la ciudad de Buenos Aires como espacio geográfico donde se concentra mayoritariamente la actividad de las productoras audiovisuales (González 2013). Esta aseveración se puede corroborar con los datos expuestos por Barnes, Borello y Pérez Llahí quienes, pese a la disparidad en los datos censales consultados, encuentran una similitud sorprendente en los porcentajes de productoras de acuerdo a su locación geográfica. De hecho, las cuatro fuentes censales consultadas registran la mayor concentración de productoras en la ciudad de Buenos Aires: para el INCAA el 81%, para el Censo de 2004 el 67,41%; para la Guía Audiovisual el 80,21%; y para Cine.ar el 85,37% (Barnes et al. 2011, pp.16–17). Si tomamos los datos de INCAA podemos decir que, para el año 2010, de las 879 productoras audiovisuales relevadas a nivel nacional, se localizan en la ciudad de Buenos Aires un total de 711, un dato muy cercano a las 715 productoras relevadas por el OIC para el mismo período.

Algunos trabajos sociológicos sobre la actividad cinematográfica argentina coinciden en señalar que la sanción de la *Ley de Fomento y Regulación de la Industria cinematográfica* de 1994 (también conocida como “Ley de Cine”) y el advenimiento de la tecnología digital transformaron la industria audiovisual argentina significativamente (Amatriain 2009; Azar & Masera Lew 2011). La ley de cine, entre otras cosas, posibilitó que el INCAA tuviera un aumento presupuestario importante a partir de subsidios derivados del gravamen a los medios electrónicos y una autarquía presupuestaria (Amatriain 2009, pp.21–23). Esta nueva situación, no solo posibilitó una cantidad mayor de producciones audiovisuales y la apertura de numerosas productoras sino que además repercutió en las formas de hacer cine. El trabajo de Azar y Masera Lew brinda datos relevantes de este cambio cuantitativo y cualitativo. A partir de cruzar datos estadísticos del INCAA y de la *Administración Federal de Ingresos Públicos* (AFIP), los autores afirman que desde la implementación de la Ley de Cine en 1995 hasta el año 2010 se fundaron en la ciudad de Buenos Aires un total de 341 productoras (Azar & Masera Lew 2011, p.139). Este periodo coincide con la emergencia de Palermo “Hollywood” como epicentro de la producción audiovisual en la ciudad de Buenos Aires (Mignaqui et al., 2005, pp. 8–9) y con su consolidación, a partir de la creación del *Distrito Audiovisual* en 2011¹¹. Según fuentes del Centro de Atención al Inversor del Ministerio de Desarrollo Económico de la ciudad de Buenos Aires a 2013 existen un total de 101 productoras vinculadas con el cine, la televisión y la publicidad dentro Distrito.

11 La creación de Distrito Audiovisual se corresponde a una política de clusterización de la actividad creativa y tecnológica llevada adelante por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y se enmarca dentro de la ley 3876 de promoción de la actividad audiovisual (cine, documentales, publicidad, televisión, animación, video juegos, y cualquier actividad vinculada con la imagen y sonido) en todas sus etapas (producción, prestación de servicio, procesamiento y posproducción). El principal beneficio de esta ley es la exención del 100% del pago de impuestos a los ingresos brutos por 10 años para todas aquellas empresas que se quieran instalar en el Distrito Audiovisual y del 50% el primer año y 100% a partir del segundo de todas las empresas del rubro ya instaladas. Además de contar con una línea de crédito blanda del Banco Ciudad para la promoción de la actividad audiovisual y la radicación de empresas y salas de exhibición. La ley fue sancionada el 1/09/2011, promulgada el 22/09/2011 y reglamentada el 28/02/2012. El Distrito Audiovisual abarca 550 hectáreas de manzanas de la Ciudad de Buenos Aires, entre los barrios de Chacarita, Villa Ortúzar, La Paternal, Palermo y Colegiales. Sin embargo, la mayoría de las productoras se encuentran instaladas en cuadrante de Palermo “Hollywood”.

Ilustración 3: Georreferenciación de productoras audiovisuales dentro y fuera del Distrito Audiovisual de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Distrito Audiovisual

Hasta el momento dimos cuenta de la cantidad y locación de las productoras audiovisuales instaladas en la ciudad de Buenos Aires y el impacto que tuvo la Ley de Cine en este proceso. A diferencia de los emprendimientos en diseño resulta difícil poder equiparar cantidad de productoras con productores y más aún establecer su perfil socio-cultural. La razón de esta dificultad se debe, en primer lugar, a que las productoras audiovisuales poseen una estructura más compleja que los emprendimientos en diseño. En segundo, porque la cantidad de trabajadores es mucho mayor y diversificada por rama de actividad. Sin embargo, los datos aportados por los anuarios del *Departamento de Estudio e Investigación del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina* (DEISCA) son de mucha utilidad para saber el porcentaje de productores audiovisuales en relación a otros trabajadores de la industria en los rubros largometraje y publicidad.

De acuerdo al anuario de DEISICA consultado se realizaron durante el año 2010, dentro del rubro largometraje, un total de 44 producciones (14 ficciones, 10 documentales, 3 animaciones, 2 cortometrajes y 6 servicios de producción). Para estas producciones se emplearon un total de 1046 personas (386 para ficción, 129 para documentales, 76 para animación, 19 para cortometrajes y 436 para servicios de producción) de los cuales 835 eran técnicos (349 para ficción, 120 para documentales,

62 para animación, 19 para cortometrajes y 371 para servicios de producción). De acuerdo a la demanda de trabajo por rama del 100% de los puestos empleados para la producción de largometrajes tan solo el 16,06% eran productores (del resto de trabajadores, el 20,27% se correspondió a fotografía y cámara; 12,62% a los eléctricos; 9,27% a la dirección; 8,70% al arte; 6,69% a la animación; 6,50% al vestuario; 6,41% al sonido; 4,40% a utileros; 3,82% a maquillaje; 3,15% a peinados; y 2,01% a montaje). Dentro del rubro publicidad se registran un total de 797 producciones (500 para Argentina y 297 para el exterior) y 1095 comerciales (674 para Argentina y 421 para el exterior). Para ambas finalidades se emplearon un total de 24.203 personas (13.441 para el mercado local y 10.762 para el mercado internacional) de los cuales 3658 eran técnicos y sólo el 15,98% eran de producción (el 24,04% de fotografía y cámara, 17,69% eléctricos; 9,68% de arte; 8,04% de vestuario; 7,58% de dirección; 7,37% utileros; 5,11% de maquillaje; 2,74% de sonido; 0,96% relaciones públicas; 0,49% peinados; y 0,32% montaje) (VV.AA. 2010, pp.34–40). Los datos aportados por los anuarios del DEISICA, si bien no incluye a las producciones en televisión, nos dan una idea del porcentaje de productores empleados por año.

Mencionábamos hace unos momentos la importancia que la ley de cine tuvo para el sector audiovisual al incrementar la cantidad de producciones y productoras y además de propiciar un cambio cualitativo en las producciones audiovisuales. Muchos trabajos especializados en cine coinciden en afirmar el impacto que la Ley de Cine, la digitalización audiovisual y la situación cambiaria Argentina (convertibilidad durante la década de los noventa y devaluación luego de la crisis de 2001) tuvo en una generación de productores y cineastas (Amatriain 2009; Azar & Masera Lew 2011). Estos cambios definen un tipo de productores audiovisuales que, al igual que el caso de los diseñadores, se corresponde a una generación definida. La mayoría son jóvenes nacidos durante la década del setenta que realiza sus óperas primas a mediados de los noventa. Proviene de los sectores medios urbanos, que deciden hacer de su vocación una profesión y que asisten a diversas escuelas de cine como un camino para lograrlo (Torre & Zarlenga 2009). Dentro de sus estrategias profesionales la mayoría se inclina por la creación de productoras propias (Azar & Masera Lew 2011). Estos productores

terminan por definir una estética singular de corte “autoral” o “independiente” e instalar sus productoras en el barrio de Palermo.

La muestra de productores audiovisuales elegida para nuestra investigación se definió de acuerdo a su perfil socio-cultural, homologado al de los diseñadores: pertenecientes a sectores medios urbanos, con título universitario vinculado con la actividad, que trabajan en emprendimientos de los cuales son sus fundadores. Sin embargo, el criterio de selección en este caso ha sido diferente al de los diseñadores. En primer lugar, tratamos de privilegiar el tipo de producción a la que se dedica mayoritariamente los productores: televisión (2 productores de El oso producciones y Kapow), televisión y cine (1 productor de Patagonik), cine (1 productor de Sudestada Cine) y publicidad (2 productores de Polimart y Abre Palermo). En segundo lugar, el tamaño y estructura de la productora en la que trabajan: pequeña (Plimart y Abre Palermo); mediana (Kapow, El oso producciones y Sudestada Cine); y grande (Patagonik). Finalmente, la orientación del productor de acuerdo al mercado de trabajo y su relación con el entorno: locales (Abre Palermo y Polimart) y globales (Kapow, El oso producciones, Sudestada Cine y Patagonik).

Si bien en Palermo existe una baja cantidad de creadores en artes visuales trabajando en el barrio hemos elegido dos centros de creación artística de cierta relevancia para nuestro análisis. Aquí hemos optado por realizar 2 entrevistas a los referentes de cada uno de los centros y 7 entrevistas a creadores individuales que trabajan en uno de estos espacios creativos. Por último, para entender la incidencia urbana en las situaciones que definen los procesos de creatividad cultural hemos realizado 12 entrevistas: 4 entrevistas a referentes de la comunidad de vecinos que durante diferentes períodos históricos han realizado intervenciones urbanas y culturales significativas en el barrio (fundación de una sociedad de fomento, organización de festivales y transformaciones urbanas relevantes); 5 entrevistas a responsables de la administración pública que tienen o tuvieron algún tipo de incidencia en la creación y desarrollo del diseño en el barrio (funcionarios y ex funcionarios del Centro de Diseño, del Plan Nacional de Diseño y del Centro Metropolitano de Diseño) y del

sector audiovisual (Coordinadora de la Distrito Audiovisual); y 4 entrevistas a expertos vinculados al mundo académico y a la consultoría privada¹².

Sector artístico del barrio de Poblenou

La cuantificación, emplazamientos y perfil de los artistas visuales en Barcelona resultan, por demás, complejas. Al no tener la producción artística una correlación directa con la actividad económica de una ciudad, región o país, su medición escapa a los estudios en geografía y economía. Sin embargo, el censo realizado por la *Asociación de Artistas Visuales de Catalunya* durante los años 2002, 2005 y 2007 nos da alguna idea aproximada de su número y distribución geográfica a lo largo del territorio español. A estos datos se los puede complementar con algunos trabajos en sociología urbana, geografía y políticas culturales que nos servirán para ajustar estos números a la realidad de Poblenou.

A partir de un relevamiento hecho durante el año 2006 de galerías de arte, salas de exposiciones, museos, asociaciones de artistas, ferias de artes, anuarios y directorios y revistas de arte especializadas, la *Asociación de Artistas Visuales de Cataluña* define la distribución de artistas visuales a lo largo del territorio español según comunidad autónoma. Sobre un total de 22.416 artistas visuales relevados, Cataluña es la Comunidad Autónoma que encabeza el ranking con 4398 artistas residentes (25,1%), seguido por la Comunidad de Madrid con 4022 (22,9%) y Andalucía como 1529 (8,7%) (VV.AA. 2007, p.7). Sin embargo, en relación a la cantidad de artistas por habitante Cataluña figura en tercer lugar con una densidad de 6,16 artistas por cada 10.000 habitantes, precedida por Baleares (8,27 artistas por cada 10.000 habitantes) y la Comunidad de Madrid (6,69 por cada 10.000) (VV.AA. 2007, p.8). Al interior de Catalunya podemos apreciar que la mayor cantidad de artistas se concentra en la provincia de Barcelona (3245 artistas, el 73,8%), seguido por Girona (812 artistas, el 18,5%), Tarragona (218 artistas, el 5,0%) y Lleida (117 artistas, el 2,7%) (VV.AA. 2007, p.10).

¹² La lista completa de la muestra de entrevistados se puede consultar en: Anexo: 2. Lista completa de entrevistados según barrio y sector.

Además de la cantidad y distribución territorial, el censo de artistas de la Asociación de Artistas Visuales de Cataluña elabora un índice de visibilidad de suma utilidad. En base a un criterio compuesto por exposiciones individuales y colectivas, fondos y muestras permanentes en galerías de arte, museos y salas de exposición; y publicidad y reseñas en revistas especializadas elaboran un baremo que va de 1 (baja visibilidad) a más de 30 puntos (alta visibilidad). A partir de este criterio encuentran que de los 22.416 artistas relevados en todo el territorio español, más la mitad (10.711, el 58%) posee una baja visibilidad (entre 1 y 3 puntos); y tan solo un número no muy elevado (1.769, el 9%) posee una alta visibilidad (más de 30 puntos). En el caso catalán la situación es equiparable a la del resto del territorio español: la mayoría de los artistas, 2748 artistas (63,3%) poseen una baja visibilidad (1 a 3 puntos); mientras que tan solo 390 (8,9%) poseen una alta visibilidad (más de 30 puntos) (VV.AA. 2007, pp.15–18).

Estos datos, si bien de 2006, nos dan una idea aproximada de la cantidad, distribución y grado de visibilidad de los artistas visuales en Cataluña y Barcelona. Sin embargo, la situación se vuelve más compleja cuando debemos circunscribirnos a la escena artística de Poblenou. Aquí son pocas las fuentes censales existentes. Diversos trabajos coinciden en señalar a Poblenou como un barrio que se caracterizó muy tempranamente por la existencia de artistas (Almansa Maqueta 1966; Sintés i Bou 2011). Sin embargo, no será sino hacia finales de la década del ochenta y principios del noventa donde su presencia resultará del todo significativa en cuanto a número y diversidad. La mayoría de los estudios consultados coinciden en señalar que las principales razones de la concentración de artistas en el barrio se debe a la existencia de grandes naves industriales (lo que les permitió tener un buen espacio de trabajo), a los costos de alquiler relativamente bajos (lo que hizo que puedan afrontarlos) y a la transformación urbana de otros sectores de la ciudad de Barcelona donde anteriormente residían y trabajaban, como el Raval y el Born (lo que provocó que por el encarecimiento del precio del suelo, muchos de estos creadores decidieran trasladarse a Poblenou) (Valera 2009; Martí-Costa & Pradel 2011; Casellas et al. 2012). Para Sergi Valera (2009), otro acontecimiento a tener en cuenta, y que sirvió como efecto llamada para los primeros artistas, fue la apertura en 1989 del taller de *Palo Alto*

dirigido por Javier Mariscal, reconocido y reputado diseñador y artista de origen valenciano pero asociado al mundo creativo barcelonés a partir del diseño de las figuras representativas de los Juegos Olímpicos de 1992.

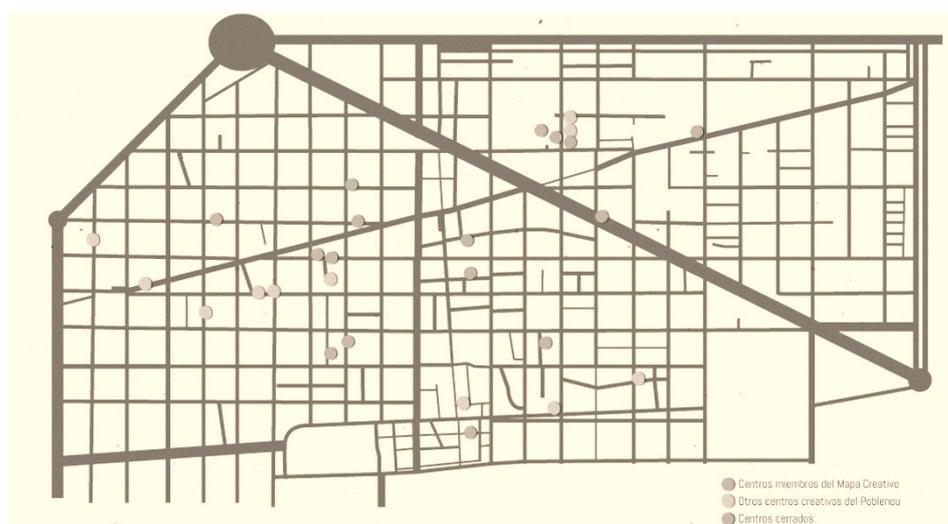
Si bien resulta difícil poder definir el número de artistas residentes en el barrio de Poblenou, a través de su participación en eventos como los *Talleres Abiertos* (donde los artistas abren las puertas de sus espacios de trabajo al público) se pueden cuantificar su presencia. Trabajos vinculados con la gestión cultural, como los de Isabel Aparici (2011), estiman la cantidad de artistas residentes en el barrio de Poblenou a partir de las fuentes que brindan los catálogos de las ediciones de los Talleres Abiertos. De acuerdo a estos datos, Aparici encuentra que para 1996 habían participado en los primeros Talleres abiertos de Poblenou un total de 38 artistas. En 1997 el número sube a 49, y ya para 1998 la cifra de artistas participantes se eleva a 115 (Aparici 2011, p.33). Sin embargo, para el año 1999 el número de artistas desciende a 75, luego se experimenta un leve repunte en 2000 con 81 participantes, un crecimiento espasmódico a 117 en 2001, un declive a 55 artistas en 2002 y, finalmente, una virtual desaparición entre los años 2003 y 2005 (Aparici 2011, p.63).

La explicación de la variación de artistas entre 2000 y 2001 y su tendencia a la baja posterior aparece asociada a los efectos que el Plan 22@ generó sobre el sector artístico al subir los costes de alquiler de los espacios de trabajo, producto del incremento del precio suelo del Distrito (que pasó de 874€ el metro cuadrado en 1992 a 1615€ en 2007) (Casellas et al. 2012). En este sentido, para Marc Marti-Costa y Marc Pradel la suba de precios del suelo generó un cambio de actitud en los propietarios de las fábricas que optaron, en la mayoría de los casos, por dejar de alquilar sus espacios a los artistas, lo que, sumado a una falta de políticas públicas y un baja cohesión entre los espacios de creación instalados, provocó un declive en la actividad artística del barrio (Marti-Costa & Pradel 2011).

Sin embargo, una serie de reivindicaciones provocadas por el intento de expulsión de artistas, pequeños productores y residentes de la fábrica Can Ricart en 2006 colocó en el centro de la escena pública, entre otras cuestiones, la falta de espacios para la

creación artística, poniendo en evidencia los efectos no deseados del Plan 22@ (Guillamon 2008). Esta situación, sumada a la intervención pública destinada a emendar la carencia de espacios para la producción artística en 2006 (como el programa de *Fábricas de la Creación*) y, la crisis española de 2008, que paraliza, en parte, el desarrollo del Plan 22@, provoca una lenta revitalización de la actividad artística en el barrio. Ya en 2006 vuelven a realizarse los Talleres Abiertos del Poblenou con la participación de 9 centros de creación y 13 artistas residentes. El número se eleva significativamente en 2007 a 45 artistas participantes, residentes en 8 centros. En 2008 ya son 56 los artistas que abren sus 9 espacios de trabajo y 67 hacen lo propio en 2009 dentro de 11 centros de creación (Aparici 2011, p.63). De acuerdo a relevamientos propios, hechos a partir de datos brindados por los organizadores del *Mapa Creativo del Poblenou*, contrastados por el catálogo de la edición 2013 de los *Talleres Abiertos del Poblenou* y por un relevamiento en campo propio, podemos afirmar que para el año 2013 existen un total de 18 Espacios de Creación en Artes Visuales (11 centros de creación colectivos, 1 espacio afectado por el programa de las fábricas de creación, 1 fundación y 5 talleres individuales) en los que residen y trabajan habitualmente 103 artistas visuales.

Ilustración 4: Mapa del barrio de Poblenou y Georreferenciación de artistas según espacios de trabajo



Fuente: *Mapa Creativo del Poblenou* (<http://mapacreatiupn.org/es>)

El criterio de selección de los creadores en artes visuales se definió según su pertenencia a un centro de creación artística, la antigüedad en el barrio, su grado de permeabilidad con el entorno urbano y su nivel de profesionalidad. Así, de la muestra de 17 artistas visuales seleccionados para su análisis, 2 trabajan en talleres individuales, 1 en un centro de creación afectado por el programa de Fábricas de la Creación (Hangar), 1 en una Fundación (Palo Alto), y 13 en centros de creación colectivos de diversa índole (Espronceda, Espacio Guanes, Zona Factoría de Art, La Fundició, Colectivo Bajel, Laboratorio Symbolón, Nauart, La Escocesa y La Nave Espacial). Por otra parte, de estos artistas, 6 son *locales* (artistas que por haber nacido en el barrio, por haber vivido mucho tiempo en él, están insertos en redes permeables a las problemáticas territoriales locales) y 6 *globales* (artistas que han venido a trabajar en el barrio y que están más conectados con redes y problemáticas del ámbito artístico). Finalmente, de los artistas seleccionados, 3 son *profesionales* (artistas nóveles en camino de profesionalización, más o menos reconocidos en su ámbito, que han participado de diversas muestras colectivas e individuales, cuyos trabajos han aparecido publicados en revistas especializadas, han recibido premios y distinciones por su trabajo, y que viven principalmente de la actividad artística a través de subsidios, becas o contratos con galerías), 7 son *semi-profesionales* (artistas de diversas edades, no reconocidos, cuyos trabajos no aparecen publicados en revistas especializadas, que han realizado muestras colectivas pero no individuales, que han tenido subsidios y contratos temporales relacionados con el ámbito artístico, que viven de la actividad artística pero no por su labor específica sino por trabajos relacionados con la misma, como asistencia a otros artistas, clases de arte, etc.) y 7 *no profesionales* (artistas de diversas edades, no reconocidos, cuyos trabajos no aparecen publicados en revistas especializadas en artes, que han realizado muestras colectivas pero no individuales, y que su actividad profesional no está directamente vinculada a la actividad artística).

Para entender la incidencia de las organizaciones en las situaciones creativas hemos realizado un total de 14 entrevistas a referentes o directores de centros de creación artística (10 entrevistas) y espacios de exhibición en artes visuales (4 entrevistas). El criterio de selección de los mismos se definió a partir de tres aspectos: (1) el tipo de emprendimientos (centros de creación o espacios de exhibición); (2) su complejidad

organizacional y su finalidad u orientación creativa (espacios profesionales financiados por la administración pública, espacios comunitarios con una fuerte relación con el sector vecinal, colectivos de artistas que comparten un espacio y talleres individuales).

Finalmente, para entender la incidencia del entorno urbano de Poblenou en las situaciones creativas hemos realizado 21 entrevistas: 13 entrevistas a referentes o directivos de entidades vecinales del barrio (según el tipo de orientación de la entidad: Cultural, Social, Política, Económica, Artístico-Cultural); y 8 entrevistas a directivos o responsables de la administración pública local (3 entrevistas a los responsables y coordinadores del Plan 22@, una entrevista al creador y otra al responsable actual del Programa de Fábricas de la Creación, una entrevista al creador del Mapa Creativo del Poblenou y 2 entrevistas a expertos del ámbito universitario sobre el Plan 22@).

Tabla 3: Muestra de entrevistados según barrios y sector

	Sectores	Creadores	Referentes de organizaciones creativas	Referentes de Instituciones públicas y entidades vecinales	Subtotal sector
Barrio de Poblenuou	Sector Artístico	17 creadores en artes visuales	14 responsables de organizaciones creativas (10 Centros de creación artística y 4 Espacios de Exhibición)	-	31
	Sector Vecinal	-	-	13 responsables de entidades vecinales	13
	Sector Público	-	-	8 representantes de la administración pública	8
Barrio de Palermo	Sector Artístico	7 creadores en artes visuales	10 responsables de organizaciones creativas (2 Centros de creación artística y 8 Espacios de Exhibición)	-	17
	Sector Diseño	12 creadores y emprendedores en diseño de indumentarias y objetos	-	-	12
	Sector Audiovisual	6 productores y emprendimientos audiovisuales (en cine, publicidad y televisión)	-	-	6
	Sector Vecinal	-	-	4 representantes de la comunidad de vecinos activa	4
	Sector Público	-	-	9 representantes de la administración pública	9
Subtotal escalas		42	24	34	100

Fuente: Elaboración propia

3.2. Estrategia metodológica y modalidad de análisis

Esta sección tiene por finalidad presentar la estrategia metodológica utilizada en nuestra investigación y la modalidad de análisis de los resultados obtenidos. Con este propósito, en la primera parte, presentaremos la estrategia de investigación adoptada,

las técnicas de recolección de datos empleadas, y las principales variables que definen el armado de los cuestionarios (sub-sección 3.2.a). En la segunda parte, describiremos la forma en que se procesaron y analizaron los datos obtenidos (sub-sección 3.2.b).

3.2.a. Estrategia metodológica y técnicas de obtención de datos

La *estrategia metodológica* que hemos empleado para la recolección de datos fue mayoritariamente cualitativa. Dentro de esta estrategia la principal *técnica de recolección* utilizada fue la realización de entrevistas semi-estructuradas y en profundidad. Esta técnica se complementó a partir de la observación, el registro fotográfico y el análisis de documentos. Las *entrevistas semi-estructuradas* y en *profundidad*¹³ se realizaron a creadores y organizaciones creativas en arte, diseño y producción audiovisual y a las organizaciones vinculadas con el sector vecinal y la administración pública de ambos barrios con la finalidad de entender la incidencia del lugar en la situaciones de creatividad cultural. Con esta finalidad, se han realizado un total de 100 entrevistas entre ambos barrios (52 en Poblenuou y 48 en Palermo).

Las principales variables utilizadas en las entrevistas semi-estructuradas se definieron según si la entrevista se realizaba a creadores (en arte, diseño o producción audiovisual) o a gestores o referentes de organizaciones creativas (centros de creación artística, emprendimientos en diseño y productoras audiovisuales) a partir de cinco dimensiones comunes: (1) Perfil del actor o la organización creativa (2) Lugar: en tanto que red de relaciones al interior del barrio y con otros lugares (3) Lugar: en tanto que recursos materiales y humanos disponibles (4) Lugar en tanto que formas de representación del espacio de trabajo (5) Descripción del procesos de creatividad cultural.

A nivel de los creadores (en arte, diseño y producción audiovisual) las variables refieren a la posición social y cultural, su relación con el lugar en tanto que interacciones sociales, recursos y representaciones y los procesos de creatividad

¹³ Los guiones de entrevistas utilizados se pueden consultar en: Anexo: 4. Guiones de entrevistas y cuestionarios según barrio y sector.

cultural atendiendo principalmente a la situación de creación y el impacto que en ella provoca el lugar, las redes cercanas y lejanas, la base organizacional, sus representaciones y los pequeños rituales y eventos significativos en los que participa.

A nivel de las organizaciones (centros de creación artística, grupo de artistas, emprendimientos y empresas vinculadas al diseño y al sector audiovisual) las variables refieren al tipo y modo de organización, su relación con el lugar en tanto que relaciones e interacciones sociales, recursos disponibles y reputación y su participación en procesos de creatividad cultural atendiendo principalmente al impacto que en ella provocan las redes de relaciones cercanas y lejanas, la base organizacional y la participación u organización de eventos significativos.

A nivel urbano hemos optado por la realización de entrevistas en profundidad con la finalidad de re-construir la vida social y cultural del barrio y su impacto en las situaciones creativas a partir de los siguientes ejes: (1) Actores, (2) Actividad, (3) Relaciones, (4) Lugares, (5) Eventos significativos, (6) Significados sobre el barrio¹⁴.

Como complemento a las entrevistas (en profundidad y semi-estructuradas) hemos utilizado otras técnicas de recolección de datos cualitativas como la observación, el registro fotográfico y el análisis de documentos. La *observación* tuvo por finalidad entender el foco sustancial y el tipo de interacciones que se generan entre los creadores y el lugar en cada una de las situaciones creativas. El *registro fotográfico* sirvió para poder registrar aspectos singulares de las dinámicas de interacción entre los actores en cada una de las situaciones de creativas, prestando atención a su movimiento (kinética), uso del espacio (proxemia), ritmos (prosodia), y el diseño del entorno. Finalmente, se realizó un *análisis de documentos, registros, materiales oficiales (públicos y privados), censos y geo-referenciaciones de actividades* para atender procesos sociales más generales y su impacto en las situaciones creativas.

14 El detalle de las principales variables y su operacionalización se puede consultar en: Anexo: 3. Principales variables y su operacionalización.

3.2.b. Planteamiento de análisis

El procesamiento del material empírico recolectado se realizó a través del programa informático de análisis cualitativo de datos *ATLAS.TI*. Dentro de este programa se codificaron las 100 entrevistas realizadas tanto a artistas visuales, diseñadores y productores audiovisuales, como a responsables de organizaciones creativas, entidades vecinales y miembros de la administración pública de cada uno de los barrios analizados. Además, se incorporó como documentos para su codificación, las descripciones realizadas durante las observaciones y parte del registro fotográfico.

El criterio de codificación se basó en tres grandes dimensiones, a saber: *urbana*, *organizacional* y *situacional*. Si bien el foco de análisis siempre ha sido la situación creativa, esta codificación permitió separar analíticamente variables que aludían a la dimensión urbana, organizacional y situacional de los procesos creativos analizados. Dentro de estas tres grandes dimensiones, se elaboró un segundo criterio de codificación basado en los aspectos materiales, sociales y simbólicos de cada una de las dimensiones mencionadas.

Así, pudimos codificar, dentro de la dimensión urbana y material, aspectos vinculados con la atracción física de los distritos analizados; el grado de influencia del entorno urbano en sus aspectos materiales, tanto a nivel de la organización como de los propios creadores; y la existencia de determinados recursos físicos que resultan atractivos para los creadores. La codificación de los aspectos urbanos vinculados con la dimensión social se centró básicamente en los vínculos existentes al interior de cada distrito analizado entre creadores, organizaciones de diversa índole y la administración pública. Finalmente, dentro de los aspectos simbólicos de la dimensión urbana, se prestó atención a cuestiones que atendían a los modos de representación del entorno urbano; la identidad y el prestigio del barrio; y los espacios significativos o relevantes.

Dentro de la dimensión organizacional, y teniendo en cuenta aspectos materiales, se prestó atención a elementos que dieran cuenta de los recursos humanos y materiales que disponen las organizaciones creativas analizadas. En relación a la dimensión social

de las organizaciones, se codificó aspectos que hacen a el asesoramiento, la comunicación, las metas, el tipo y modo de relación dominante, las jerarquías y roles, los mecanismos de selección de creadores, las orientaciones creativas, y el tipo y modo de vínculo que existen entre organizaciones. Finalmente, en lo concerniente a los aspectos simbólicos de las organizaciones creativas estudiadas, se prestó principal atención a las representaciones, identidades, y principios de solidaridad que generaban en sus miembros.

Por último, a nivel situacional, y dentro de la dimensión social, se han codificado diversos aspectos que definen los vínculos que se establecen entre creadores cuando tratan aspectos que hacen a su quehacer creativo. Particularmente se prestó atención a los focos de atención que definen la situación creativa; a las colaboraciones, conflictos y dependencias entre creadores; a sus modalidades de comunicación; a las influencias mediatas e inmediatas; y a las solidaridades generadas. En lo que respecta a la codificación material, se ha prestado atención al modo en que el entorno inmediato los influencia, los recursos de los que se sirven y los que devuelven al medio. A nivel simbólico, se codificó los modos de representación del lugar y sus integrantes en relación a los proyectos creativos que desarrollan los sentimientos de pertenencia y la identidad del lugar.

Tabla 4: Resumen de las principales categorías de codificación del material empírico

Situación Creativa	Incidencia situacional	Incidencia organizacional	Incidencia urbana
Aspectos materiales	Influencia del entorno inmediato Recursos utilizados Materiales generados	Recursos materiales y humanos de las organizaciones	Elementos de infraestructura urbana que funcionan como atractivo para los creadores Elementos y recursos urbanos que influyen a los creadores
Aspectos sociales	Foco de atención Colaboraciones, conflictos y dependencias entre creadores Modalidades de comunicación Influencias mediatas e inmediatas Solidaridades	Asesoramiento Comunicación Metas Relación dominante Jerarquías y roles Mecanismos de selección de creadores Orientaciones creativas Tipo y modo de vínculo entre organizaciones	Tipo y modo de vínculo entre creadores, organizaciones y administración pública dentro de los barrios
Aspectos simbólicos	Modos de representación del lugar y sus integrantes en relación a los proyectos creativos desarrollados Sentimientos de pertenencia Identidad del lugar	Representaciones Identities Principios de solidaridad	Modos de representación del entorno urbano Identidad y prestigio del barrio Espacios significativos o relevantes

Fuente: Elaboración propia

Una vez codificado el material empírico recolectado procedimos a su análisis. La primera de las dimensiones que hemos tenido en cuenta fue la situacional. Dentro de esta dimensión, establecimos una primera correlación entre el perfil profesional de los creadores analizados (sean artistas, diseñadores o productores audiovisuales), el foco de atención que definen las situaciones creativas en las que participan, el tipo de vínculo generados dentro de estas situaciones, la orientación y finalidad que los guiaba y la organización en la que trabajaban.

Este análisis arrojó como primer resultado dos grupos de creadores claramente opuestos. Por un lado, se podían diferenciar aquellos creadores que no tenían una orientación creativa clara de los que sí. Enseguida pudimos identificar que dentro de

los primeros creadores existen o bien un tipo de vinculación que se basaba en lazos de amistad y confianza y otros que se regían por un criterio más comunitario. Dentro del segundo grupo de creadores, pudimos distinguir entre aquellos creadores que tenían una finalidad creativa definida según parámetros estéticos, de los que se guiaban según criterios más comerciales. Estos agrupamientos coincidían con las organizaciones o emprendimientos creativos donde se desempeñaban.

Sin embargo, nos encontramos con un tercer grupo de creadores que no entraban dentro de las clasificaciones previas. De esta forma, pudimos identificar, por un lado, creadores que, o bien daban cuenta de orientaciones creativas que resultaban contradictorias o que claramente marcaban un antes y un después en sus procesos de creación cultural. Por otro, a grupos de creadores que trabajaban en un mismo establecimiento pero con criterios divergentes, lo que muchas veces derivaba en conflictos abiertos.

Este análisis nos permitió elaborar una tipología de escenarios creativos atendiendo a las orientaciones y finalidades que guiaban a los creadores en cada una de las situaciones creativas en las que participaban. También poder definir el tipo de marco creativo que estructuraban sus percepciones y modos de regulación. Esta construcción tipológica de escenarios y marcos creativos, según la finalidad de los rituales de creativos celebrados, resultó central para el análisis posterior.

La segunda etapa del análisis se centró en la incidencia de las organizaciones en las situaciones creativas. En base a la tipología de escenarios creativos construidas en la primera fase de nuestro análisis identificamos tipos de organizaciones creativas (sean centros de creación artísticas, emprendimientos en diseño y productoras audiovisuales). En esta segunda etapa, para nuestro análisis, referimos tanto a las respuestas dadas por los propios creadores, como las obtenidas de los gestores, referentes y directivos de los establecimientos creativos analizados. Además, completamos nuestra información con las observaciones y el registro fotográfico.

En esta etapa del análisis tratamos de identificar cómo la arquitectura de las organizaciones creativas, sus recursos, modos de organización y las acciones de sus directivos o referentes afectaban las situaciones creativas que allí acontecían. Para definir de qué forma esto sucedía, pusimos en correlación ciertos elementos de la arquitectura del lugar, los recursos materiales y humanos con los que contaban los establecimientos, los criterios de selección de creadores que se empleaban y las acciones que, considerábamos, tendían a enmarcar las orientaciones y finalidades creativas.

A partir de estos criterios definimos de una manera sintética tres elementos fundamentales de la realidad material de los escenarios creativos: sus límites (espaciales, temporales y simbólicos), su medio (definido a partir de los recursos materiales y humanos disponibles) y su direccionalidad (determinada por una serie de acciones que tendían a enmarcar modos de interacción y orientaciones creativas al interior de los establecimientos).

Finalmente, en la tercera etapa de nuestro análisis, procedimos a identificar algunas variables urbanas que afectaban las situaciones creativas analizadas. En esta etapa del análisis se recurrió a las entrevistas realizadas a creadores, directivos de organizaciones creativas, referentes vecinales y funcionarios de la administración públicas. Estas entrevistas se complementaron con el análisis de documentos y fuentes secundarias que nos permitieron reconstruir la historia de los barrios analizados.

A diferencia de los análisis previos, esta etapa se centró en los barrios elegidos (Poblenou y Palermo) más que en las situaciones creativas. La finalidad perseguida era poder identificar factores urbanos que afectaran de forma directa o indirecta estas situaciones. Para esta finalidad, tuvimos en cuenta elementos físicos, sociales, culturales y políticos que permitieran explicar las razones de los creadores para instalarse en cada uno de los barrios analizados. También se tuvo en cuenta la forma en que el entorno urbano funcionaba como recurso para la creación cultural. Por último, se identificó el tipo de vínculos existente entre creadores, organizaciones

creativas, entidades vecinales y la administración pública con la finalidad de analizar las pautas de interacción social dominantes en cada barrio.

Segunda Parte. Los Escenarios Creativos

CAPÍTULO 4. EL LUGAR COMO ESCENARIO CREATIVO

El postulado que sostiene que la aglomeración de recursos (materiales y humanos) vinculados con una misma actividad dinamiza procesos de creatividad, como la mayoría de las teorías de la clusterización sostiene, no resulta del todo falsa pero tampoco puede ser afirmada como una verdad sin cuestionamientos. Lo que la cercanía espacial produce es la posibilidad de encuentros recurrentes que pueden tener por foco de atención algún aspecto (central o marginal) de la producción cultural. No hay nada necesariamente físico que explique este tipo proceso, ni siquiera la propia aglomeración de actores y organizaciones. La cercanía de diseñadores y productores audiovisuales en un mismo barrio como Palermo o de artistas visuales en determinados centros de creación de Poblenou no es garantía de encuentros que, por su recurrencia, intensifiquen y dinamicen procesos creativos vinculados con sus actividades. La dimensión social de los proceso de creatividad cultural tiene que decir algo al respecto.

El problema de las perspectivas que explican socialmente los procesos de creatividad es que tienden a omitir la dimensión territorial del fenómeno. Los enfoques más relevantes, dentro de la sociología de la cultura y el arte, explican la creatividad a partir de su inserción en una compleja trama de relaciones sociales que tienen en común similares convenciones (Becker, 2008) o que se disputan un capital específico (Bourdieu, 2002) lo que definen realidades más bastas como mundos o campos. Sin embargo, por más que el campo artístico pueda ser definido como una realidad analítica de posiciones objetivas de actores y organizaciones que prefiguran determinado tipo de relaciones, el lugar es una realidad irreductible donde las mismas se emplazan.

Lo importante, por tanto, pasa por entender de qué manera se eslabona y conectan la dimensión espacial y social en los procesos de creatividad cultural urbana. Desde nuestra perspectiva, el lugar se presenta como una realidad doble. Por un lado, el lugar es definido por los propios actores en sus interacciones sociales focalizadas. Por otro, el lugar incide sobre las propias interacciones sociales cuando se presenta asociado a unos contenidos específicos que lo define tanto desde un punto de vista estático (recursos y límites) como dinámico (movilidades y tránsitos posibles).

La construcción de *tipos ideales* de espacios de creación resulta un instrumento clave para entender el grado de incidencia del lugar en los procesos de creatividad cultural urbana desde una perspectiva sociológica. Los tipos ideales son construcciones sociológicas que sirven para comprender, de manera clara y evidente, determinadas acciones en un estado puro, difíciles de hallar en la realidad empírica pero que sirven para su explicación (vease Weber 1999, pp.6–18). En nuestra investigación esta tarea implica la interpretación y análisis del material empírico recolectado durante el trabajo de campo con los conceptos de Rituales de Creatividad, Escenarios Creativos y Marcos Creativos elaborados en la Primera parte de la Tesis.

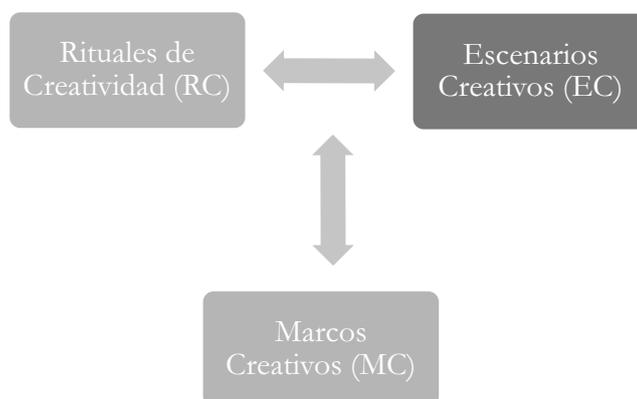
El concepto de *Rituales de Creatividad* (RC) lo diseñamos para definir y entender las interacciones sociales cara a cara (co-presencia física) que tienen por foco de atención algún aspecto (central o tangencial) de los procesos de creatividad cultural. Siguiendo a Collins (2005; 2009) los RC se definen por encuentros cara a cara de dos o más personas que tienen por foco de atención aspectos técnicos-profesionales de la actividad creativa. Estos aspectos pueden ir desde cuestiones puramente técnicas (como formas de hacer, recursos disponibles, herramientas etc.), estéticas (sobre determinado estilo o tendencia), conceptuales (sobre la definición de un trabajo), hasta valorativas (modos de apreciación).

Los RC aparecen sustentados por un *tacit knowledge* que, por razones históricas específicas o determinadas regulaciones, es irreductible al lugar donde se emplazan. Para dar cuenta de la dimensión espacial donde se inscriben los RC hemos acuñado el concepto de *Escenarios Creativos* (EC). Los EC están estructurados por los diversos

tipos de RC que allí se celebran pero a su vez intervienen en los procesos de creatividad al pre-definir los actores, la forma y el contenido de los encuentros. No es que el lugar prefigure las interacciones *per se*, sino que interacciones pasadas hacen que el lugar aparezca asociado a potenciales interacciones futuras.

Para entender de qué manera los EC participan en los procesos de creatividad hemos definido el concepto de *Marco Creativo* (MC). Los MC no son otra cosa que esquemas mentales y regulaciones específicas de una actividad creativa asociada a un lugar¹⁵. En este sentido, las solidaridades y sentimiento de pertenencia de los propios creadores prefiguran un horizonte maleable de posibles encuentros técnicos-profesionales y también su contenido específico. Este tipo de interacciones focalizadas, y su relación con el lugar, interviene en las orientaciones y direccionalidad de la creatividad cultural al darle una forma específica al producto creativo.

Ilustración 5: Esquema conceptual de la relación entre Rituales Creativos, Escenarios Creativos y Marcos Creativos



Fuente: elaboración propia

La construcción de tipos ideales de EC resulta un elemento central para explicar la relación entre interacciones sociales, procesos creativos y lugar. El inconveniente de esta tarea pasa por la definición de los criterios adecuados para su elaboración. Una primera posibilidad es la confección de tipos de EC de acuerdo al foco de atención

¹⁵ Véase la noción de marco de Goffman (2006).

específico de los RC. De acuerdo a este criterio se pueden diferenciar aquellos espacios donde se celebran con cierta recurrencia intercambios creativos del tipo técnico, estético, conceptual, informativo, etc. Sin embargo, este tipo de clasificación resulta demasiado efímera y poco precisa. La existencia y perdurabilidad de los EC quedan completamente subordinadas a los propios RC y a su recurrencia. Una segunda alternativa es clasificar los EC según la función preestablecida por el espacio más amplio donde se desarrollan. Desde esta perspectiva, la función de los espacios puede aparecer definida previamente por recurrencia (repetición de una misma actividad creativa), etiquetaje (consagración del espacio para la realización de una actividad) o regulación (definido por normas o estatutos). Bajo este criterio se pueden distinguir espacios canónicamente definidos como los lugares destinados a la enseñanza (como el aula de una escuela de arte o diseño), los espacios de trabajo (como un taller colectivo o individual) o exhibición (como galerías o *show rooms*). Sin embargo, el problema de este criterio de tipologización es que resulta demasiado rígido. Desde esta perspectiva se perderían de vistas otros intercambios creativos existentes pero que no se adecuan a la funcionalidad del espacio.

Más allá del tipo de rituales y de la funcionalidad preestablecida del lugar, los EC se pueden diferenciar por su grado de flexibilidad y orientación creativa. Esta clasificación tipológica resulta más adecuada a nuestros propósitos. De acuerdo a este criterio podemos distinguir entre tres tipos de EC: *abiertos*, *cerrados* y *disonantes*. Los *EC-abiertos* son los espacios menos funcionales, por tanto más flexibles para la realización de cualquier proceso creativo pero con poca claridad en su orientación. Por el contrario, los *EC-cerrados* son espacios donde se celebran interacciones muy funcionales, claramente orientadas y direccionadas hacia finalidades creativas específicas. Finalmente, los *EC-disonantes* representan un tercer tipo de escenario caracterizados por la convivencia conflictiva entre distintas orientaciones creativas.

El grado de apertura de un EC no se define según la funcionalidad preestablecida del espacio. Por tanto, no se puede afirmar que los espacios de trabajo (como los talleres) sean abiertos en contraposición a los espacios de enseñanza (como las aulas) entendidos como cerrados. Pueden existir espacios de trabajo tanto abiertos como

cerrados. Los EC-abiertos son los lugares de mayor flexibilidad y, por tanto, los que poseen una mayor capacidad para la hibridez en los tipos de intercambios. Por el contrario, los EC-cerrados son los espacios que tienden a la uniformidad y funcionalidad. La capacidad de apertura y cierre; hibridez y funcionalidad de los EC está configurada por las interacciones sociales pasadas que afectan las presentes a la hora de definir qué es lo que se debe hacer y cómo en cada lugar.

En este capítulo nos limitaremos a analizar cómo se estructuran y definen estos escenarios y como inciden en los procesos de creatividad cultural según el tipo de actividad, nivel de profesionalidad y organización creativa. Dividiremos el capítulo entre tres secciones de acuerdo a si el tipo de EC analizado es *abierto* (sección 4.1), *cerrado* (sección 4.2), o *disonante* (sección 4.3). En el Capítulo 5 de esta Tesis analizaremos cómo las organizaciones creativas (emprendimientos culturales; centros de creación en artes visuales, etc.) intervienen en la estructuración material de los EC. En el Capítulo 6, cómo los procesos sociales de largo alcance a nivel urbano los afectan.

4.1. Escenarios Creativos Abiertos

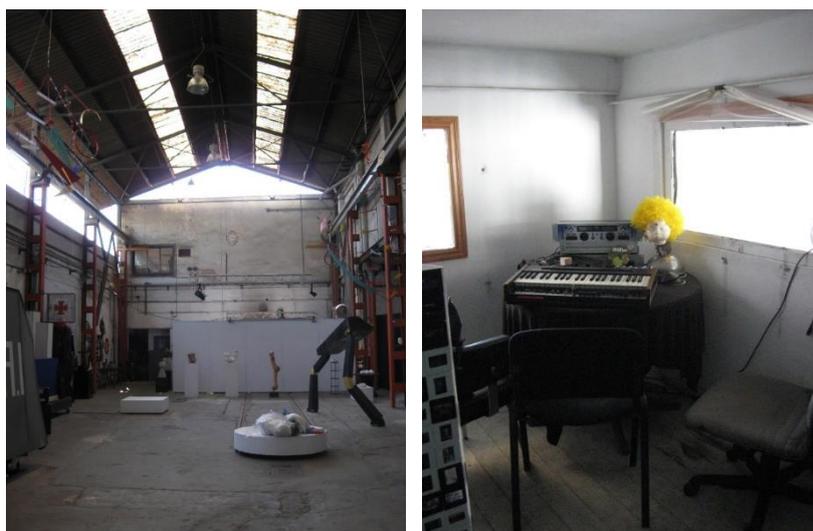
Los EC-abiertos son aquellos espacios permeables a la celebración de diversos tipos de encuentros relacionados, directa e indirectamente, con la creatividad cultural. Los RC que definen este tipo de escenarios tienen por foco de atención distintos aspectos técnico-profesionales de la creatividad cultural. Los EC-abiertos son los lugares en donde se aprende una técnica, se discute cuestiones estéticas y conceptuales, o se asesora sobre determinado tipo de proyecto o emprendimiento creativo. Las interacciones focalizadas entre creadores que estructuran este tipo de encuentros se basan en colaboraciones entre colegas profesionales o no profesionales que tienden a la hibridez y altruismo en su forma. Este tipo de interacciones definen al lugar como permeable a diversos intercambios no claramente orientados a una finalidad creativa concreta. En este sentido, por más que el foco de la interacción esté puesto en algún aspecto de la creación, su orientación no resulta necesariamente dirigida hacia alguna finalidad específica que trascienda el propio encuentro. Se pueden distinguir dos tipos

de EC-abiertos según se rijan por dinámicas comunitarias (sub-sección 4.1.a) o de amistad (sub-sección 4.1.b).

4.1.a. EC-abiertos y MC-experimental comunitario

Un primer tipo de EC-abierto lo observamos en espacios destinados a la producción artística en organizaciones creativas con un bajo nivel de burocratización y muy permeables a los problemas de la comunidad local donde se inscriben. Este es el caso de los espacios de trabajo de Centros de Creación Artística del tipo comunitario como *La Fundició* o *La Nave Espacial* en Poblenou. El primero de los centros cuenta con un total de 11 artistas residentes dedicados a la producción en artes visuales. El segundo de los centros se especializa en artes del circo y no tiene un número definido de creadores fijos, ya que es un espacio de puertas abiertas y poco regulado. Se estima que en el centro practican más de 20 artistas regularmente. En el caso de *La Fundició* coexisten artistas que no son profesionales con otros en vías de profesionalización. También se advierte una heterogeneidad en los formatos artísticos que allí se producen, distinguiéndose entre esculturas, instalaciones, pinturas, video instalaciones, etc. En el caso de *La Nave Espacial* los niveles de profesionalidad son también variados: desde jóvenes que recién inician sus estudios hasta profesionales que trabajan en importantes compañías de circo.

La morfología espacial de los dos Centros es abierta y amplia. Ambos Centros se localizan en antiguas fábricas en desuso que han sido cedidas u ocupadas por los propios artistas. El espacio interior es abierto y no segmentado. Por lo general, los creadores que trabajan en estos espacios no tienen un lugar específico asignado. En este sentido, la locación específica de los EC-abiertos no es fija ni está del todo preestablecida. La propia situación de interacción focalizada define al escenario creativo en cualquier parte del espacio arquitectónico de la organización. Además, en ambos casos hay espacios destinados a la exhibición y barra de cocina compartida.

Ilustración 6: Espacios de trabajo de La Fundició

Fuente: Fotografías Propias

En este tipo de ámbitos el lugar se convierte en un espacio propicio para RC centrados principalmente en aspectos técnicos: aprendizaje de un modo de hacer, utilización de determinadas herramientas, intercambios específicos de conocimiento, etc. Los participantes de este tipo de RC suelen ser de diversa procedencia creativa y niveles de profesionalidad dispares. Las interacciones focalizadas en aspectos técnicos en este tipo de escenarios toman la forma de intercambios dialogados de conocimiento no necesariamente orientados más allá del foco de atención que la propia interacción recíproca define. La disparidad profesional en este tipo de intercambios suele beneficiar a los recién iniciados que pueden aprender técnicas y recursos de los más avanzados.

Éste chico, por ejemplo, viene de la gimnasia, ha empezado aquí a hacer trapezio, y ya tiene más conocimiento, entonces un poco es esto, verás que aquí se trabaja mucho con el intercambio de conocimiento. Ahora, si tú sabes hacer malabares y yo sé hacer malabares, nos ponemos ahí, nos juntamos y compartimos conocimientos. Eso ya es un gran aprendizaje, porque vas a ver gente con muy

buen nivel, otros con poco nivel, y ahí está el incentivo (AV24¹⁶, Artista Circense y referente, La Nave Espacial, Poblenou).

Si analizamos los RC desde una perspectiva sincrónica, su orientación y finalidad se define en el aquí y ahora de la situación. Por ejemplo, cuando dos creadores se juntan a dialogar sobre determinada técnica pictórica o escultórica, el foco y la finalidad inmediatos del diálogo los define la propia situación. Sin embargo, se puede observar que los mismos participantes de ese diálogo intervienen en otros RC similares o distintos a lo largo del tiempo. Desde una perspectiva diacrónica, estos encuentros conforman un encadenamiento que define orientaciones y finalidades que exceden el aquí y el ahora de la situación (Collins 2009). En este sentido, cada una de las interacciones recíprocas que tienen por foco de atención algún aspecto de la creación cultural puede ser entendida como parte de un proceso más vasto orientado hacia una finalidad creativa específica como el desarrollo de un proyecto artístico, la participación en una exposición, el concurso para una beca, etc.

Cuando decimos que los EC-abiertos tienen una orientación creativa difusa, entendemos que los mismos están definidos por la recurrencia de RC que no forman parte de un encadenamiento mayor con una finalidad artística específica. Por ejemplo, los creadores y administradores de los Centros mencionados suelen tener una estrecha relación con la comunidad local. Si tomamos el caso de *La Fundició*, su director es, aparte de escultor, presidente de la *Coordinadora de Entidades Vecinales* del Poblenou. Además, *La Fundició* funciona como sede del Centro Cultural *La Raspa*, que participa activamente en las fiestas mayores del barrio. Esta situación genera, al interior del Centro, otro tipo de interacciones que tienen por foco aspectos de la creación no necesariamente orientadas hacia finalidades artísticas. En este sentido, la falta de una orientación creativa específica convierte a los EC-abiertos en espacios híbridos donde se celebran RC que forman parte de otras finalidades extra-artísticas.

¹⁶ La modalidad de codificación de los entrevistados al igual que sus características profesionales y socio-espaciales se puede consultar en el Anexo 2 “Lista de entrevistado según barrio y sector” de esta Tesis.

Aquí todo el mundo [del barrio] me reconoce. Así que si quieren preguntarme cualquier cosa o si necesitan algo que se pueda saber me consultan. Por ejemplo, sobre moldes, o sobre vestuario, o sobre todo lo que hago como artista. Estoy abierta y siempre comparto. Me manejo también por el trueque, hago bastante trueque. Es utilidad: viene alguien y me dice ‘tengo un cinturón que lo quiero cortar y no sé qué’, yo le digo ‘vente para acá y lo vemos’, ‘quiero hacer un molde para una movida, ¿cómo puedo hacer?’. A este tipo de cosas yo siempre estoy abierta, es que me preguntan de afuera y siempre algo tengo pensado hacer, o podría hacer (AV6, Artista Visual residente, La Fundició, Poblenu).

La recurrencia de RC en un EC concreto define y estabiliza determinado tipo de MC. Siguiendo a Goffman los marcos de cualquier actividad son esquemas mentales y regulaciones de la conducta que guían las acciones de los actores en cada una de las interacciones en las que participan (Goffman 2006). Como afirmábamos en la Primera Parte de esta Tesis, para Goffman cualquier marco de actividad supone una localización, un anclaje en un mundo social específico (Goffman 2006, p.257). Para esta tarea Goffman distingue entre borde [*rim*] y estrato [*layer*] o capa [*lamination*] del marco. El borde es la capa exterior de un marco, lo que permite indicar el status de la actividad en el mundo real. La capa de un marco representa el estrato más profundo, “*la actividad dramática que absorbe al participante*” (Goffman, 2006, p. 88). En nuestro caso el MC es producto del anclaje entre las interacciones sociales focalizadas en algún aspecto de la creatividad y el lugar donde estas interacciones ocurren. En este sentido, los RC que definen los EC-abiertos estabilizan un tipo de MC al que llamaremos experimental¹⁷.

Los MC configurados por EC-abiertos son experimentales porque los creadores perciben y regulan sus interacciones focalizadas en aspectos de la creatividad como si las mismas fueran un ensayo, práctica o preparación para producciones futuras. Al no estar los RC orientadas a finalidades creativas definidas, las formas de interacción y los esquemas mentales que regulan la situación se relajan y resultan más abiertos a la

¹⁷ Goffman afirma que conviene referir un marco particular al nombre que le damos a su borde, como por ejemplo marco de ensayo, marco teatral, etc.

experimentación y a la prueba. Una cosa es participar de un proceso creativo en el marco de una finalidad profesional concreta, donde el tiempo y el formato del producto son definidos, y otra muy distinta es hacerlo cuando estos criterios no rigen. La ausencia de un para qué concreto más allá de la interacción focalizada relaja las formas y abre el camino a búsquedas no convencionales. Se puede objetar que el ensayo o la experimentación pueden ser vistos como parte de un para qué concreto vinculado con la preparación para producciones culturales futuras. Sin embargo, y siendo este el caso, esta preparación no es vista como una finalidad inmediata por los actores participantes, por lo que los tiempos y los formatos no juegan un papel preponderante en el aquí y ahora de la situación creativa.

En centros de creación artística como *La Fundició* y *La Nave Espacial* los MC-experimentales, a su vez, estructuran tipos de interacción donde prima la reciprocidad y las relaciones del tipo comunitarias entre los creadores y los vecinos del barrio. Por este motivo llamamos comunitarios a los MC-experimentales de este tipo, siguiendo la noción de comunidad acuñada por Tönnies (2002). Los MC-experimentales del tipo comunitario se basan en relaciones duraderas donde priman los lazos sentimentales, afectivos y personales entre los creadores y la comunidad local.

Colaboración, organización, amistad, porque nos conocemos, somos del barrio, y es algo así, muy natural. No hacemos nada súper serio, sólo un poquito de asamblea y ya está (AV6, Artista Visual residente, La Fundició, Poblenou).

Los MC-experimentales comunitarios orientan los procesos creativos hacia problemáticas locales. El barrio aparece como contenido y forma en muchas de las producciones artísticas de los creadores de *La Fundició*. Por ejemplo, a nivel formal, las esculturas hechas por el administrador del espacio son figuras abstractas en hierro y piedra que rememoran el pasado fabril del barrio. Las fotografías hechas por uno de los creadores del centro muestran las consecuencias negativas del proceso de transformación del barrio de Poblenou ocasionadas por el plan 22@. Este tipo de producciones, si bien pueden ser expuestas dentro del mundo profesional del arte, se inscriben dentro de un marco político-reivindicativo en estrecha relación con la comunidad

local. Un claro ejemplo de esta situación es que el panel que muestra las fotografías que enseña los cambios del barrio de Poblenou se exhibe permanentemente en la entrada del Centro. En este sentido, la finalidad de la producción artística no toma el contenido local para inscribirse en el circuito global del arte. Por el contrario, toma el contenido barrial como elemento para la reivindicación local.

Ilustración 7: Escultura y Panel de Fotografías de La Fundició



Fuente: Fotografías Propias

4.1.b. EC-abiertos y MC-experimentales basados en dinámicas de amistad

Un segundo tipo de EC-abiertos lo encontramos en los espacios de trabajo de talleres colectivos de no más de 10 personas como el taller *Zona Factoría de Art* en Poblenou o el colectivo de artistas de *Casa San Crespín* en Palermo. Estos talleres, a diferencia de los centros de creación comunitarios, suelen estar conformados por creadores con un nivel de profesionalidad similar que deciden juntarse para alquilar un espacio común para trabajar. La motivación principal que lleva a los creadores a congregarse en este tipo de ámbitos es la necesidad de un lugar lo suficientemente amplio para la producción creativa. Sin embargo, la afinidad estética y empática entre los creadores resulta un factor igualmente determinante a la hora de decidir con quienes juntarse.

El taller de *Zona Factoría de Art* está conformado por 5 artistas visuales dedicados a la producción pictórica y escultórica de edad y nivel profesional similar. En el Taller de *Casa San Crespín* trabajan regularmente 10 artistas visuales, escultores, pintores, video-artistas, que participaron en la edición 2012 del *Programa de Artistas* de la Universidad Torcuato Di Tella en Buenos Aires.

El tamaño de este tipo de talleres suele ser más pequeño que el de los centros de Creación del tipo Comunitarios. Por lo general son espacios que han tenido un uso previo como vivienda o pequeña fábrica. El taller de *Zona Factoría de Art* se emplaza en una antigua fábrica del Poblenuo y el taller de *Casa San Crespín* en una ex-productora audiovisual de Palermo. El espacio interior aparece compartimentado y cada uno de los creadores dispone de un espacio propio para trabajar. Además, en ambos casos se dispone de lugares comunes como una cocina y un espacio expositivo.

Ilustración 8: Espacio de trabajo de Zona Factoría de Art y Casa San Crespín



Fuente: Fotografía propia y página web Casa San Crespín (<http://cargocollective.com/sancrespin/About-Casa-San-Crespin>).

El mismo nivel de profesionalidad, la afinidad estética y la empatía entre un número reducido de creadores en un espacio igualmente reducido resultan elementos claves para entender la recurrencia de RC técnico-profesionales que allí se celebran. A diferencia de los centros de creación artístico del tipo comunitario, el foco de atención de los RC no se circunscribe únicamente a cuestiones técnicas de la creación sino que se diversifica y complementa con otros aspectos como los estéticos, conceptuales o valorativos. Esto quiere decir que además de diálogos sobre el uso de determinada

técnica o material, se generan recomendaciones estéticas, consejos sobre el sentido y valoración de lo hecho durante el proceso de creación.

La propia agrupación y el intercambio constante entre creadores en ámbitos pequeños de trabajo intensifican y diversifican las modalidades de interacción. El intercambio dialogado se complementa con la visibilidad generada por la mera presencia del otro. En actividades creativas como las artes visuales la puesta en escena y visibilidad del trabajo de los otros creadores que comparten el espacio juega un papel importante en el proceso creativo. La producción artística del otro creador se convierte en foco de atención de quienes comparten el espacio de trabajo. Esta situación genera una interacción focalizada entre creadores mediada por el objeto estético. En este sentido, podemos afirmar que existen dos modalidades de RC en artes visuales que se dan en este tipo de EC-abiertos. Una modalidad de RC es a través de diálogos sobre algún aspecto de la creatividad donde el objeto estético está ausente. La otra modalidad de RC puede ser dialogada o no, pero se define por la presencia del objeto estético que funciona como elemento de atracción e influencia.

Viendo trabajar a la gente o trabajando con gente, lo piense conscientemente o no, siempre vas a estar haciendo algo que viste que hizo el otro, o porque está usando ese material y lo ves y te gustaría usar ese material, o porque viste una forma y por ahí ni siquiera te das cuenta y después estás haciendo esa forma (AV20, Artista Visual residente, Casa San Crespín, Palermo)

Acá es todo más social constantemente, aun cuando estás trabajando encerrada. Es como que todo el tiempo ves la obra de los demás y te influye, porque encontrás soluciones a cosas tan solo de ver la obra de los demás. Algunos te afectan más otros menos. Pero sí, es como que te cambia un montón, y después en lo cotidiano también. Los chicos a mí me ayudan a ver las cosas, es como que tenés soporte (AV19, Artista Visual residente, Casa San Crespín, Palermo)

La producción artística (efecto individual de rituales de interacción creativos previos) funciona como elemento que atrae a otros actores y habilita a su portador a participar en otros rituales y a trasladarse entre diferentes escenarios creativos sean proyectos

de producción o exhibición. En muchos casos los RC, que tienen por foco de atención el diálogo sobre los objetos creados, son los que funcionan como generadores de solidaridad o afinidad esporádicas que habilitan y orientan otros encuentros y escenarios de interés futuros, sean tanto de creación como de subsistencia. La solidaridad por amistad derivada de la repetición de los RC también funciona como un elemento central a la hora de establecer y orientar tránsitos posibles dentro de la actividad creativa.

También definimos a los EC donde se emplazan este tipo de rituales como abiertos ya que, por lo general, los procesos creativos que se desarrollan en este tipo de espacios no están claramente orientados a una finalidad artística particular. La mayoría de los artistas que aquí trabajan lo hacen en creaciones artísticas individuales o colectivas que no se inscriben directamente en un proyecto creativo pre-definido por alguna institución u organización del mundo del arte. Esto no significa que luego lo producido no forme parte de una futura muestra en una galería u estén motivados por otra finalidad artística que exceda a la creación misma. Lo que quiere decir es que esta finalidad específica no aparece como móvil al momento de emprender el proceso de creación. Esta situación otorga una mayor flexibilidad y apertura para la experimentación en los diferentes eslabones que conforman el proceso creativo. Por este motivo, podemos también definir como MC-experimentales a la relación entre RC y EC-abiertos que se dan en estos ámbitos de trabajo. Esta situación hace que los creadores perciban y regulen sus interacciones focalizadas en los distintos aspectos de la creación cultural como un ensayo experimental, lo que genera una mayor distensión y relajación al momento de crear.

Por ahora casi todos los artistas de aquí estamos en esa fase de producir para uno mismo. Claro que a todo el mundo le gusta vender y sentirse valorado, pero ese sentirse valorado, por ahora, no me ha llegado (G8, artista visual y referente, Zona Factoría de Art, Poblenou).

A diferencia de los centros de creación comunitarios, en los talleres colectivos de arte, como *Zona Factoría de Art* y *Casa San Crespín*, los MC-experimentales estructuran,

regulan y definen un tipo de interacción creativa fuertemente entrelazada con lazos de amistad. La recurrencia de RC entre pares de una misma generación e inclinación artística conlleva muchas veces a que se establezcan amistades entre los creadores que comparten el espacio. Charlas, comidas compartidas e inquietudes profesionales y vivenciales comunes alimentan lazos de amistad que refuerzan y sostienen los procesos creativos. Por estas razones, en este tipo de espacios de creación, se aprecia una complementariedad entre interacciones creativas (sean técnicas, estéticas, conceptuales y valorativas) e interacciones no creativas basados en dinámicas de amistad entre los propios creadores.

Siempre podemos comentar el trabajo el uno del otro, vamos viendo el proceso creativo de cada uno. Además, siempre estamos aprendiendo algo, nos inspiramos un poco aquí. Es algo que crece, es algo mutuo, cuando estás creando en un espacio compartido siempre compartes más que una simple relación de amistad, también se genera una relación profesional. Puede empezar con simples herramientas, que se puedan prestar, pero pasa también por discusión de ideas: ‘que lo cuelgues aquí, que hagas esto, o que lo pintes de este color...’ y vamos creciendo (AV5, artista visual residente, Zona Factoría de Art, Poblenu).

Los lazos de amistad entre creadores resultan un elemento clave en los procesos creativos en cualquier ámbito social. El sociólogo norteamericano Michael Farrell es quien ha resaltado la importancia de las *dinámicas de amistad* para la dinamización de procesos creativos de grupos de pares en ámbitos como la ciencia, la política y el arte (Farrell 2001; Farrell 1982). Para Farrell la confianza que el círculo de colaboradores y amigos genera resulta un elemento clave para orientar y definir procesos creativos y de innovación. En talleres colectivos como el de *Casa San Crespín*, la amistad entre los creadores potencia el trabajo individual al funcionar como soporte para la experimentación. La confianza en los criterios estéticos y valorativos de los creadores-amigos que trabajan en el mismo espacio permite la apertura a procesos experimentales aunque los mismos se desarrollen individualmente.

Me parece indispensable la confianza. Que exista un colchón de amigos trabajando en un mismo espacio ayuda a la creatividad, pero también hay una parte que es muy solitaria del arte. Cuando creas estás metida en una cueva y ahí estás sola, pero para llegar a esa etapa antes estuviste captando todo eso y bajándolo para poder meterte en esta cueva y sacar lo que vos querés sacar de ahí. Obviamente estar acá me da mucha más confianza para hacerlo (AV18, artista visual residente, Casa San Crespín, Palermo).

En algunos casos los MC-experimentales basados en dinámicas de amistad disponen a la realización de proyectos colectivos conjuntos entre los propios creadores que comparten el espacio de trabajo. La propia aglomeración de creadores en un espacio determinado, sumado a la empatía personal y una similar posición dentro del mundo del arte, hace que sea posible la generación de proyectos artísticos colectivos. No es solo el lugar, tampoco las interacciones o la posición dentro del mundo del arte por sí mismos los que potencian este tipo de proyectos. Por el contrario, el eslabonamiento de todas estas dimensiones juntas, que se inscriben y toman cuerpo en determinados escenarios creativos, es la que lo hace posible. Las interacciones prefiguran al lugar pero el lugar prefigura las interacciones cuando se inscribe en los marcos perceptivos de los creadores, orientando de esta forma su conducta.

La idea del proyecto era que teníamos este espacio y cada uno de nosotros tenía dos días para intervenir, sin saber lo que se iba a encontrar. Empecé yo, tuve dos días para intervenir, luego vino un colega mío, vio lo que yo había dejado y vino con material, y dos días después otro, y otro, y otro, y así hasta el final. Se nos ocurrió en asamblea. Era un poco nuestra primera exposición como colectivo y queríamos experimentar. Y se nos ocurrió que era una buena forma de crear conjuntamente” (AV5, artista visual residente, Zona Factoría de Art, Poblenou)

La mayoría de los creadores que trabajan en este tipo de talleres son artistas noveles en vías de profesionalización. La confianza y ayuda mutua no solo redundan en la producción artística individual o colectiva sino también en orientaciones y consejos profesionales que sirven para el ingreso al mundo artístico. En estos lugares se comparte información no solo sobre modos de hacer sino también sobre galerías

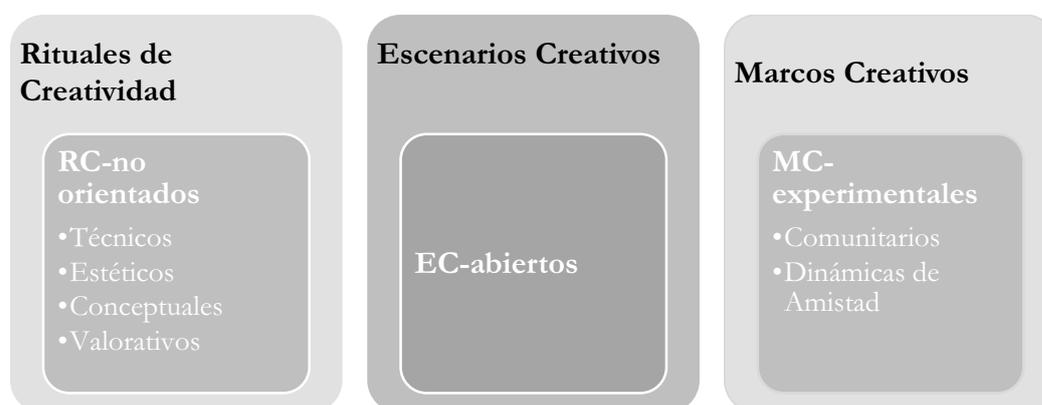
donde exponer, clínicas a las que asistir, becas y cualquier tipo de información que ayudan a la inserción en el mundo profesional. Este tipo de intercambio se enmarca dentro de dinámicas de amistad y en lógicas de reciprocidad que retroalimentan y dinamizan la información. Por todos estos motivos, el lugar, entendido como los diversos escenarios donde este tipo de interacciones ocurre, emerge como un símbolo de la profesionalidad y un anclaje de la identidad creativa. En primer lugar, porque estos escenarios definen un espacio delimitado y claramente diferenciado de otros tipos de escenarios. En segundo, porque son escenarios donde se celebran recurrentemente RC que amplían el espectro profesional de los creadores e impactan en su producción individual o propician producciones colectivas.

Yo me acuerdo cuando entraba a mi taller antes, ya entraba como muy ansioso por hacer, una efervescencia pero por cien. Ahora la efervescencia la tengo pero hay una especie de paz y algo de amistad que me da mucha tranquilidad y contención. Hay más herramientas, se me amplió el espectro técnico también, si tengo consultas técnicas todos saben, digamos alguno va a saber resolver el problema técnico que tengas, el problema estético, o te va a saber decir algo si estás confundido y siempre hay alguien para tomar mate. Entonces me cambió, yo creo que en todo aspecto, me cambió un montón (AV17, artista visual residente, Casa San Crespín, Palermo).

En resumen, los EC-abiertos son lugares destinados a la producción creativa que tienden a la hibridez en sus formas y la baja orientación y direccionalidad creativa. Los RC que estructuran este tipo de escenarios tienen por foco de atención aspectos vinculados con la actividad creativa sean técnicos, estéticos, conceptuales y valorativos mediados o no por el objeto estético. Los MC resultantes en este tipo de escenarios son del tipo experimental (ensayos o prácticas de preparación) y se distinguen según el tipo de regulación en las interacciones que generan, sean estas basadas en dinámicas comunitarias o de amistad. Los miembros que participan en este tipo de RC suelen ser semi-profesionales y establecer interacciones focalizadas en aspectos creativos del tipo horizontal o no jerarquizado con orientaciones y finalidades no del todo definidas. La poca definición de las orientaciones y finalidades tienen un doble

resultado. Por un lado, un refuerzo en la intensidad de los RC que emergen como una finalidad en sí misma. Lo que se trasluce en el soporte personal al aquí y ahora de la creación (que puede culminar o no en proyectos creativos colectivos). Por otro, la apertura a otras finalidades no necesariamente creativas como la ayuda a la comunidad local. La baja orientación y finalidad de los RC que definen a los EC-abiertos les da una potencialidad para la experimentación. Por lo tanto, este tipo de EC es proclive a la fermentación de nuevos contenidos creativos. Sin embargo, al no poseer una orientación y direccionalidad tan clara hace que los mismos no alcancen una forma creativa del todo definida.

Ilustración 9: Esquema conceptual de la relación entre RC-no orientado, EC-abiertos y MC-experimentales



Fuente: elaboración propia

4.2. Escenarios Creativos Cerrados

A diferencia de los EC-abiertos, los EC-cerrados son lugares donde se celebran RC de un solo tipo que tienden a la funcionalidad y homogeneidad en sus formas. En los RC que definen los EC-cerrados participan profesionales en relaciones jerarquizadas con una finalidad clara y precisa vinculada con la profesión creativa (sea en arte, diseño y producción audiovisual). Este tipo de EC suele estar definido por interacciones unívocas que dejan poco margen para la hibridez en sus formas. Por lo general, el tipo de intercambios establecidos en estos escenarios se basan en la prestación de servicios entre creadores con una finalidad profesional estética o comercial. Por ejemplo, las alianzas comerciales entre diseñadores que impactan en la confección de algún

producto; la asistencia técnica en proyectos creativos en artes visuales; etc. Dentro de esta clase de EC podemos distinguir dos tipos, según si la orientación creativa es profesional-estético (sub-sección 4.2.a) o profesional-comercial (sub-sección 4.2.b).

4.2.a. EC-cerrados y MC-profesional-estético

Un primer tipo de EC-cerrado lo observamos en lugares destinados a la producción artística en organizaciones creativas con un alto nivel de burocratización y profesionalización, como el centro de creación artística *Hangar* en Poblenou. *Hangar* es un espacio de residencia artística para creadores especializados en artes visuales. Gestionado por la *Fundación de Artistas Visuales de Catalunya* y bajo el marco del programa *Fábricas de la Creación* del Ayuntamiento de Barcelona, *Hangar* se especializa en la investigación, pre-producción, producción y pos-producción en artes visuales. Actualmente posee un sistema de residencias para intercambios artístico y cuenta con un total de 19 artistas rotativos que trabajan en proyectos individuales o colectivos en diferentes espacios de la organización orientados para tal fin: talleres individuales, laboratorios técnicos y tecnológicos, un *set*, etc.

Hangar está ubicado en un antiguo complejo fabril de mediados del siglo XIX en el barrio de Poblenou de Barcelona. El centro se distribuye a lo largo de diferentes naves que distinguen espacios destinados a la residencia de artistas, talleres individuales, zonas administrativas, espacios comunes, espacios polivalentes y laboratorios. Cada uno de estos espacios está dividido funcionalmente, por lo que los distintos escenarios donde se celebran interacciones creativas están claramente segmentados.

Ilustración 10: Espacios de trabajo de Hangar



Fuente: Fotografías Propias

Los artistas que residen en el centro son artistas n6veles en v1as de profesionalizaci3n elegidos por un jurado de expertos. La elecci3n de artistas mediante este mecanismo da cierta homogeneidad profesional al grupo de creadores residentes. Esta situaci3n convierte a Hangar en una plataforma donde se emplazan numerosos RC que tienen por foco de atenci3n aspectos t6cnico-profesionales de la creatividad sean del tipo t6cnicos, est6ticos, conceptuales o valorativos. De esta forma, Hangar se convierte en un ecosistema creativo que brinda recursos t6cnicos y humanos para la creaci3n (ver Cap1tulo 5 de esta Tesis).

La segmentaci3n y funcionalidad de los espacios de Hangar tienden a inscribir las interacciones focalizadas en aspectos de la creatividad como intercambios de servicios entre profesionales altamente cualificados del centro. El foco de atenci3n est1 puesto en el proyecto creativo del artista residente sobre el cual se estructuran microrituales de asistencia t6cnica, est6tica, valorativa y conceptual. En este sentido, las interacciones creativas son menos proclives a darse entre creadores miembros del centro (en un sentido horizontal) y m1s entre creadores y asistentes t6cnicos o los propios directivos del espacio (en un sentido vertical) con una orientaci3n y direccionalidad profesional-est6tico definida.

[En Hangar] tenemos mucho asesoramiento a la producci3n, desde el inicio del proyecto, la b1squeda de un presupuesto, etc. Despu3s tambi3n estamos ofreciendo un servicio de asesoramiento a proyectos residentes, que es otro tipo

de residencia. Están los artistas residentes y proyectos residentes; a estos proyectos residentes lo que sí que se les piden es que ofrezcan servicios como contraparte por estar aquí. Se les pide una contrapartida a la comunidad. Entonces, por ejemplo, *Hamaca* ofrece cada jueves, aprovechando lo que son los preceptos de Hangar, asesoramiento respecto de lo que son derechos de autor en el ámbito de lo que es audiovisual. *Identidad*, que es también un proyecto de artistas de público, ofrece también asesoramiento gratuito en temas de espacio público, usos del espacio público. *Mini Pimer*, que es un proyecto de *streaming*, ofrece usos de las tecnologías de la comunicación, desde la perspectiva de género. Y del *Faco*, que ofrecen asesoramiento en temas de experimentación sonora y construcción de todo lo que es el aparataje en experimentos sonoros (G4, Directora, Hangar, Poblenu).

Decimos que este tipo de RC define EC-cerrados por dos razones. La primera tiene que ver con la orientación y direccionalidad de los RC que allí se celebran más allá de la propia situación creativa. Los múltiples encuentros donde se dialoga o intercambia información sobre algún aspecto de la creación artística –sea referido a cuestiones técnicas, estéticas, valorativas o conceptuales- son eslabones de una cadena más basta que se estructura en torno a un proyecto artístico definido. Cuando este tipo de rituales se rutiniza y estabiliza en determinados espacios del centro, los mismos se convierten en escenarios cerrados donde el creador tiende a pensar y actuar en pos de la finalidad de su proyecto artístico o creativo. La segunda de las razones tiene que ver con la funcionalidad que adquieren los escenarios donde este tipo de rituales acontece. El tiempo acotado de estancia, sumado a los distintos servicios y recursos artísticos del centro, hace que todos los intercambios artísticos que allí se llevan a cabo tiendan a ser funcionales. Esto quiere decir, que se adecuen a una función claramente preestablecida de antemano. Por tanto, los escenarios terminan adquiriendo un carácter funcional.

La funcionalidad y direccionalidad de los EC-cerrados no imposibilita la existencia de otro tipo de interacciones. Un EC-cerrado no es un espacio unidimensional. Sin embargo, resulta poco probable la existencia de otras dinámicas por fuera de las preestablecidas por el propio Centro. La distribución de los creadores en el espacio del

Centro, su selección y tiempo de residencia evitan que se conformen dinámicas comunitarias o relaciones de amistad que puedan funcionar como soporte para la experimentación creativa. Como contraparte, la propia misión del centro cumple una función orientadora a la hora de seleccionar a los creadores y direccionar, en un sentido profesional, su actividad. Esta situación genera una menor conciencia de grupo de pares y una mayor identidad con la propia organización (Ver Capítulo 5 de esta Tesis).

Establecemos pocas colaboraciones aquí, o hay algunos con los que estableces más afinidad que con otros. Quizás soy la que tengo más conocimiento de Hangar porque de los artistas locales soy quizá la más mayor. También con las líneas de trabajo [de Hangar], como tiene un componente de investigación y estudio más fuerte que otros, hay muchas complejidades. Pero sí que me gusta venir aquí porque veo a otros artistas y me encanta. Entonces sí a hay una abertura y hay una entrada de input. También están los otros artistas que pasan por aquí, que son de afuera, que también tienen bastante que aportar, y los conoces, y de pronto cenas con ellos un día o tomas unas birra, o compartes el material de aquí. Pero no se ha producido una sinergia importante, eso pasaba antes (AV16, artista visual residente, Hangar, Poblenou).

Los MC que se desarrollan en este tipo de escenarios cerrados son del tipo *profesional*. Esto quiere decir que los creadores perciben y regulan sus acciones de acuerdo a un principio de cálculo racional entre determinados medios disponibles para la consecución de un fin de acuerdo a una actividad especializada (vease Weber 1999, p.111). Al estar lo RC orientados a una finalidad específica, los escenarios creativos emergen como los lugares donde esa finalidad se realiza de acuerdo a un eslabonamiento más o menos preestablecido. Esta situación estructura determinados esquemas mentales en los que existe una cierta exigencia y racionalidad a la hora de desarrollar un proceso creativo determinado. El espacio y tiempo para la experimentación o el ensayo existe, pero no son las dominantes del proceso. Los mismos aparecen acotados a un momento específico en un encadenamiento de mircorituales de creación prefigurados.

Decimos que este tipo de MC-profesional es estético porque la orientación que guía la finalidad de los actores, en cada una de las situaciones creativas que participa, es artística. De este modo, los MC-estéticos profesionales que se definen en cada situación terminan por estructurar esquemas mentales y regulaciones vinculadas con determinadas convenciones del mundo del arte-profesional que se asocian al lugar donde se desarrollan. En otras palabras, inscriben y emplazan en el micro-mundo situacional el macro-mundo artístico. Esto supone, entre otras cosas, un ajuste de los formatos estéticos de acuerdo a las reglas y *convenciones* que dominan en el *mundo del arte* (vease Becker 2008), apuntando principalmente a un mercado de compradores restringido o de expertos (vease Bourdieu 2002b). Mediante diálogos, consejos, soportes, ayudas se establecen conjeturas sobre cuál es el estado actual del arte, que es lo que falta y que es lo que sobra, cuales son los lugares más prestigiosos para trabajar o exhibir, etc.

Los MC-profesional-estéticos definen y orientan un tipo de producción que se adecua formalmente a lo esperado por el mundo del arte. Si en espacios como *La Fundició* el barrio aparece en la producción artística como contenido reivindicativo, en las creaciones de los artistas de *Hangar* el barrio puede ser usado como un elemento formal que se adecúa a las reglas y convenciones del mundo artístico. La dimensión local de lugar se convierte así en un elemento formal para la creación. Existe un interés y preocupación por las transformaciones no deseadas en el barrio, pero este interés es llevado a un aspecto formal de las producciones artísticas con la finalidad de incorporarlo al mundo artístico profesional.

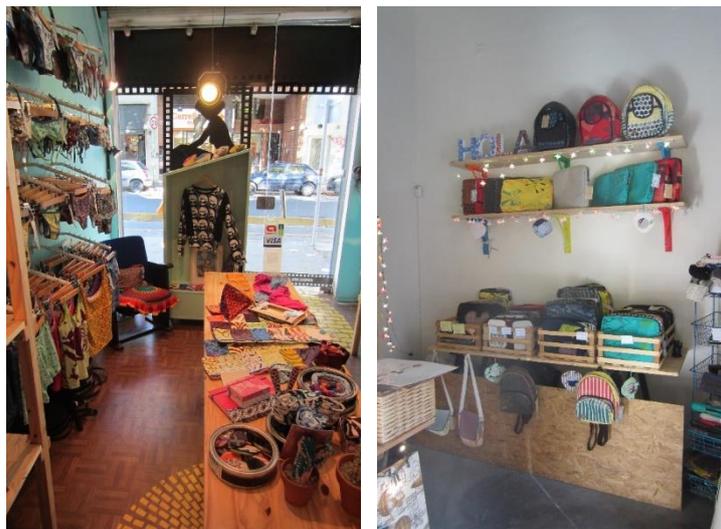
En la propuesta que he hecho para Can Felipa he llevado objetos del antiguo bar, que se llamaba bar Paco's que había aquí en la plaza. He conseguido entrar con la complicidad de una gente de seguridad y he trasladado objetos que llevan ahí seis años abandonados como mesas, dispensadores de servilletas que tienen polvo y demás (AV16, artista visual residente, Hangar, Poblenu).

4.2.b. EC-cerrados y MC-profesional-comercial

Un segundo tipo de EC-cerrados lo observamos en los espacios de producción y comercialización de emprendimientos vinculados con el diseño de objetos e indumentaria. En nuestro análisis encontramos este tipo de escenario en aquellos emprendimientos en diseño del barrio de Palermo con un bajo nivel de complejidad organizativa, dirigidos y administrados por *diseñadores advenedizos*, como los emprendimientos de *No-Lineal*, *Puro*, *Kapush*, *Shapó Loló* o *Lala*.

Este tipo de emprendimientos se instalan en el barrio de Palermo cuando la actividad del diseño se encuentra consolidada. Por lo general, en estos ámbitos existe una clara distinción entre los espacios destinados a la creación, el desarrollo y la venta de los productos. En el caso de *No-lineal* -un local dedicado al diseño de indumentaria femenina- el espacio está dividido en dos secciones: al frente el espacio de venta y atención al público, detrás el espacio destinado a la creación y desarrollo de los productos. Por el contrario, los emprendimientos de *Puro*, *Kapush*, *Lala* y *Shapó Loló* -dedicados al diseño de calzado, de indumentaria femenina y objetos respectivamente- emplazan en distintos locales los espacios destinados a la venta, la creación y confección de sus diseños.

Ilustración 11: Interior de los locales de No Lineal y Lala



Fuente: Fotografías Propias

Los diseñadores que están al frente de estos locales son jóvenes entre 30 y 40 años que llegaron a Palermo tardíamente (luego de 2007) atraídos por el flujo comercial del barrio. A diferencia de los diseñadores *pioneros* o *fundadores* su orientación creativa tiene en cuenta no solo cuestiones puramente estéticas sino comerciales. En este sentido, es que se puede afirmar que las interacciones focalizadas en aspectos estéticos, conceptuales o valorativos de la creatividad (más que técnicos) están orientadas hacia una finalidad profesional-comercial. Esta direccionalidad comercial define e inscribe la modalidad y los participantes de los RC técnico-profesionales que estructuran este tipo de EC-cerrados. Así es como en estos escenarios encontramos interacciones ritualizadas que tienen por foco de atención aspectos técnicos y estéticos de la creatividad cultural que se definen en un marco de intercambios de servicios entre profesionales. En este tipo de interacciones lo estético-formal no resulta tan importante como la manera en que el producto o servicio resultante puede ser comercializado. Por tanto, la experimentación creativa resulta baja pero la efectividad del producto terminado para su comercialización alta.

Nos contactamos con una chica que hace bolsos para bicicletas. Ahora ella está armando un prototipo con unas telas que le dimos y puede venir al taller a estampar. Nosotros al tener el taller generamos una reacción rápida, porque vos generás productos y tenés las telas y yo te digo: ‘venite al taller un día y estampás y te llevás las telas para poder sacar una muestra y a partir de ahí hacemos algo. Después lo comunicamos en Facebook y como a vos te sigue gente que no me conoce a mí y a mí me conoce gente que no te conoce a vos, desde lo comunicacional ya es positivo’. Después, el segundo paso, es el comercial, va a haber gente que ya se empieza a cruzar al público, y gente que va decir: ‘ah, mirá qué bueno, y a parte tenés todo esto’ (D7, diseñador y propietario, *No lineal*, Palermo).

Otro tipo de EC-cerrados lo encontramos en empresas destinadas a la producción audiovisual. Este es el caso de productoras audiovisuales como *Kapow*, *Sudestada Cine* o *El Oso Producciones* en el barrio de Palermo. En este tipo de organizaciones los procesos de creatividad aparecen segmentados y organizados jerárquicamente. La definición del contenido y la forma de un programa de televisión, un corto publicitario

o un film requieren múltiples interacciones focalizadas que atienden cada una a distintos momentos del proceso creativo. Por tanto, las micro-situaciones creativas se estructuran en encuentros funcionales entre diferentes profesionales con una finalidad acotada según el aspecto a tratar. En este tipo de procesos creativos existe un verdadero encadenamiento coordinado de forma contractual entre distintos tipos de RC. Existen actores que funcionan como portavoces de los resultados de rituales de creatividad previos que afectaran el modo y la estructura de los ulteriores. Esta situación implica una coordinación más o menos fluida que articule las partes en un tipo de encadenamiento jerarquizado. Los EC-cerrados de este tipo resultan muy específicos y funcionales, pero a la vez intensos y claramente orientados a una finalidad muy concreta que no puede variar porque afecta el resto del proceso.

En mi productora en particular, el liderazgo surge desde los dueños, llegamos a un acuerdo entre los dueños y eso se traslada directamente al director creativo, y él a los ejecutivos. Parece que fuese un tercer mando de distancia, pero la verdad es todo muy cercano, tenemos reuniones semanales cuando no más fluidas, sobre el tono del programa. Y también la dirección del canal, no somos los únicos que opinamos, el canal también tiene su editorial y nos va a decir cómo tratar determinadas cosas, con nuestro tono. Nosotros imprimimos el tono, pero después el canal nos puede llegar a tirar una temática que es importante para ellos (PA3, productor audiovisual y propietario, Productora Kapow, Palermo).

Actividades creativas con una orientación comercial definida, como el diseño y la producción audiovisual, suelen diferenciar entre EC destinados al intercambio técnico de aquellos otros espacios destinados a intercambios del tipo estético. Esta situación ocurre menos en las artes visuales que, como vimos, tienden a no distinguir o fusionar estos espacios en un solo lugar. Esta cuestión resulta no menor a la hora de definir la orientación de cualquier actividad creativa. Por ejemplo, para los diseñadores, la diferenciación de EC según el tipo de actividades técnico-profesionales puede vivirse como una contradicción entre una orientación estética y otra más comercial o reproductiva de su trabajo.

Los roles y jerarquías dentro de un emprendimiento en diseño o una productora audiovisual son muchas veces los que terminan por definir y distinguir el emplazamiento de uno y otro tipo de interacciones. Las organizaciones más jerarquizadas tienden a segmentar el tipo de intercambios y, por tanto, a diferenciar más nítidamente las fronteras de los espacios que se definen por intercambios del tipo técnico de aquellos puramente estéticos. En este sentido, el lugar, en tanto que organización que define actividades, estipula y regula las fronteras entre los espacios destinados al intercambio técnico del estético (ver Capítulo 5 de esta Tesis).

Empecé trabajando para Dupont, con una beca para el área textil. Trabajé para una persona que empezaba hacer colecciones, como asistente. Tuve la suerte de trabajar para una marca, para una empresa vertical, donde se diseñaba desde la paleta de colores de los hilados y que me marcó mucho en lo que soy hoy. La verdad es que era una empresa que tenía tejeduría, hilandería, super vertical. Tenía la licencia de Lacoste pero a mí me llamaban para un proyecto que era con artistas plásticos reconocidos, de acá de Argentina, Marta Minujín, Nicolás García Urriburu. Lo que tenía que hacer era bajar sus obras a indumentaria, entonces necesitaban alguien que también tuviese un nexo, que entendiese cómo es su lenguaje (D4, diseñadora y propietaria, Mariana Dappiano, Palermo).

Los EC-cerrados de esta clase se caracterizan principalmente por su especificidad, intensidad y finalidad concreta y parcial. En este tipo de escenarios, si bien el grado de experimentación es bajo, el conocimiento específico del aspecto creativo a tratar es alto. Un creador que participa en RC con un mismo foco de atención de manera repetitiva y sistemática, dentro de una cadena creativa, gana un expertizaje que luego pude aplicar a otros procesos creativos donde su rol sea más global y menos segmentado. Muchos diseñadores que tienen un rol subordinado y repetitivo en RC celebrados en EC-cerrados adquieren un capital cultural específico que luego trasladan a sus propios emprendimientos o procesos creativos.

La experiencia resultó interesante porque veíamos todo el proceso de elaboración del producto: nosotros cortábamos, tizábamos, estábamos también en el desarrollo. Era una empresa muy chica y éramos todas chicas recién

recibidas las que trabajábamos ahí. Eso fue como que me dio la idea y la experiencia de como poder desarrollarlo yo misma: desde elegir las telas, hasta hacer la moldería (D8, diseñadora y propietaria, *Kapush*, Palermo).

Los MC que se desarrollan en este tipo de escenarios cerrados son del tipo *profesional*. Las interacciones focalizadas en algún aspecto de la creatividad que allí se emplazan suelen estar preestablecidas y regularizadas por algún tipo de contrato o acuerdo que pre-define los roles de los creadores. Por ejemplo, a partir de un contrato laboral donde se prefiguran puestos y actividades a desarrollar; un acuerdo comercial, donde se definen y dividen tareas y actividades, etc. El rol prefijado de los creadores dentro de un marco claramente preestablecido inscribe a la actividad creativa dentro de las convenciones y reglas que regulan el mundo del diseño y la producción audiovisual en este caso.

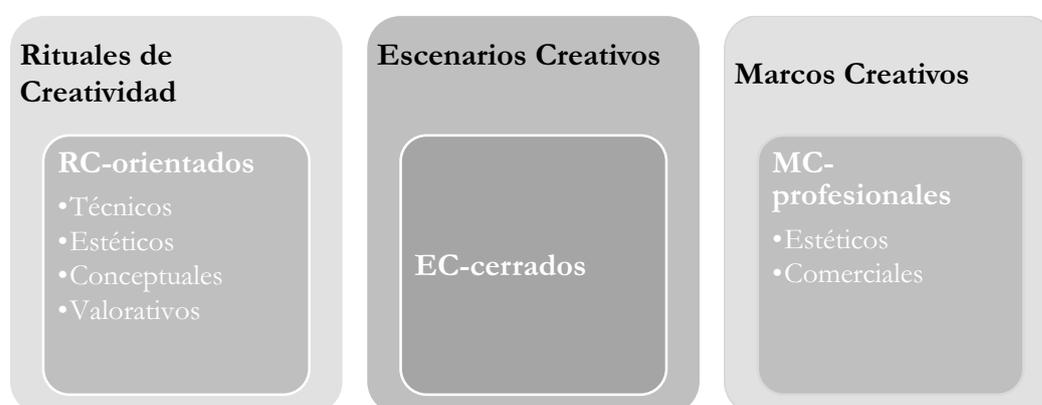
Decimos que este tipo de MC-profesional es *comercial* porque la finalidad principal que guía el proceso creativo es la venta de determinados productos o servicios culturales (una prenda, un objeto, un formato televisivo, una película, etc.) en un mercado de consumidores amplio, no necesariamente especializado (vease Bourdieu 2002b). Las interacciones sociales se enmarcan así dentro de una lógica comercial-utilitaria propia de las transacciones económicas. Por este motivo, el tipo de regulación dominante dentro de este marco se puede caracterizar a partir de la noción de *sociedad* de Tönnies (2002): un tipo de interacción en el que priman las relaciones económico-profesionales y no puramente estéticas, comunitarias o basadas en dinámicas de amistad. En los MC-profesionales comerciales el encadenamiento de micro-rituales de creación se regulan en base a proyectos estético-comerciales definidos. Esto no quiere decir que los esquemas mentales resultantes no se guíen por pautas estéticas específicas o singulares sino que las mismas se adaptan a una potencial demanda.

Ahora estando más en el local también tengo más respuesta del público y eso es lo que me hace variar o no los productos. La funda de computadora es algo que hago todo el tiempo, las mochilitas de chicos también. Cuando abrí empecé con un modelo de bolso, que empezó a salir mucho como bolso de maternidad. Ese

es otro bolso que también queda como fijo, y después sí, en general hago dos o tres recambios de modelo por año. Nunca es como que se terminó esto y viene lo otro, siempre hay un modelo nuevo y hay un momento en el que están superpuestos (D12, diseñadora y propietaria, *Lala*, Palermo).

En resumen, los EC-cerrados son lugares destinados al tratamiento de algún aspecto de la producción creativa. A diferencia de los EC-abiertos, en los EC-cerrados se celebran RC de un solo tipo (técnicos, estéticos, conceptuales o valorativos), funcionales y con una orientación y direccionalidad creativa claramente definida. Los participantes de los rituales que configuran este tipo de escenarios suelen tener un nivel de profesionalidad relativamente alto y establecer interacciones jerárquicas con roles definidos en un marco del tipo contractual basadas en el intercambio y prestación de servicios. Los MC emergentes son del tipo profesional (adecuación de determinados medios para la consecución de ciertas finalidades dentro de un marco de roles preestablecidos), y se pueden distinguir según la finalidad creativa esté orientada de acuerdo a parámetros estéticos (mercado restringido) o comerciales (mercado ampliado). La funcionalidad de este tipo de escenarios brinda una mayor definición a los productos culturales elaborados, estén orientadas por finalidades estéticas o comerciales. Sin embargo, la falta de flexibilidad e hibridez hace que muchas veces estos formatos no posean un contenido del todo sustantivo que puedan generar formatos alternativos o disruptivos a los ya existentes.

Ilustración 12: Esquema conceptual de la relación entre RC-orientados, EC-cerrados y MC-profesionales



Fuente: elaboración propia

4.3. Escenarios Creativos Disonantes

Hasta el momento pudimos distinguir dos tipos de EC (abiertos y cerrados) de acuerdo al grado de funcionalidad y orientación que definen los RC que allí se celebran. Sin embargo, lo abierto y cerrado de los EC no representa una realidad unívoca sino gradual. La distinción dicotómica entre una y otra forma de escenario sirve sólo a fines analíticos y funciona como un tipo ideal que permite entender de forma clara una dimensión de la relación entre creatividad y lugar. En nuestro análisis pudimos observar que existen sub-tipos de EC-abiertos y cerrados. Estos subtipos se definen por un mayor o menor grado de apertura o cierre y según los MC que resultan. En un polo encontramos a los espacios de trabajo de centros de creación artísticas del tipo comunitarios con un grado considerable de apertura. En el otro polo se dibujan los espacios de empresas con un grado significativo de complejidad, como las productoras audiovisuales. Entre uno y otro extremo se despliegan distintos ámbitos de trabajo como los talleres colectivos, los centros de creación públicos y los emprendimientos en diseño. A medida que nos movemos hacia el polo de lo abierto la funcionalidad, orientación y finalidad de los RC se vuelve más difusa. Por el contrario, cuando nos desplazamos hacia el polo de lo cerrado estas cualidades son más claras y precisas.

Ahora bien, dentro de esta gradación existen zonas intermedias de difícil catalogación ya que comparten características de uno y otro tipo de escenario. Por lo general, estos EC intermedios se definen en los lugares de trabajo de organizaciones que han sufrido importantes transformaciones en su estructura y finalidad pero que conservan elementos residuales de su pasado reciente que todavía siguen activos. Esta situación genera la superposición en un mismo lugar de RC de diverso tipo que se complementan de manera conflictiva y que definen distintas orientaciones y finalidades creativas. Llamamos a este tipo de espacios *EC-disonantes*, entendiendo por disonancia la co-presencia conflictiva entre elementos, orientaciones y categorías

nuevas y viejas vinculadas con la producción cultural¹⁸. Se pueden distinguir al menos dos tipos de EC-disonantes de acuerdo a los MC que combinan: estético-comunitario (sub-sección 4.3.a) y estético-comercial (sub-sección 4.3.b).

4.3.a. EC-disonantes y MC-estético-comunitario

Un primer tipo de EC-disonante lo encontramos en los lugares destinados a la producción creativa de centros de creación artística semi-públicos como *La Escocesa* en Poblenou, donde trabajan 20 creadores de diversos niveles de profesionalidad. En este tipo de centro conviven dos dinámicas de organización que coinciden con dos momentos históricos del centro. Un pasado comunitario (más próximo al de centros de creación como *La Nave Espacial* o *La Fundició*) y un presente profesional (cercano a *Hangar*) (Ver Capítulo 5 de esta Tesis).

La Escocesa está emplazada en una antigua nave industrial del Poblenou. Dividida en dos plantas, cuenta con espacios individuales para el trabajo de cada uno de los artistas residentes y espacios comunes como cocina, lugares de estar y una sala de exposición. Además, cuenta con un espacio destinado a las actividades administrativas de la organización, y patios y terrazas compartidos que han sido objetos de intervenciones artísticas. El nivel de profesionalidad de los artistas que trabaja en el espacio es heterogéneo. Sin embargo, se pueden distinguir dos tipos de artistas: los profesionales o en vías de profesionalización y los amateurs o no profesionales. Los segundos son los artistas que llegaron a *La Escocesa* cuando era un espacio ocupado, donde predominaban dinámicas comunitarias muy permeables a las problemáticas locales. Los primeros, son de llegada más reciente, a través de un concurso público, en el momento en el que el centro comienza a profesionalizarse y a querer formar parte del programa de las *Fábricas de la Creación* de la ciudad de Barcelona (Ver Capítulo 5 de esta Tesis).

¹⁸ Nos servimos de la idea de disonancia que Michael Hutter y David Stark (2014) utilizan para definir el conflicto existente en los procesos de valoración entre el advenimiento de nuevas ideas y su conflicto o contradicción con las categorías ya existentes en arte y producción cultural.

Ilustración 13: Espacios de trabajo de La Escocesa



Fuente: Fotografías Propias

Esta situación provoca la convivencia de dos tipos de RC con modalidades, orientaciones y finalidades divergentes. Por un lado, existen RC focalizados en aspectos técnicos y estéticos entre creadores con un bajo nivel de profesionalidad que tienen por finalidad la ayuda a la comunidad local. Sin embargo, este tipo de colaboraciones, a diferencia de *La Fundició*, se inscriben dentro de un marco artístico que se estructura a nivel de las propias organizaciones (como por ejemplo el armado de muestras o exposiciones para centros vecinales o comunitarios o el participar en eventos reivindicativos del barrio). Este tipo de situaciones afecta los propios procesos de creatividad al orientar la producción hacia otros horizontes no necesariamente estéticos-profesionales. Esto se refleja en RC que tienen por foco aspectos técnicos profesionales de la creatividad pero que se orientan luego a la ayuda comunitaria.

Con Can Felipa, siempre en las fiestas de Poblenou, se ha colaborado en montar exposiciones; muchas veces vienen colectivos de vecinos que tienen que ver con el barrio y que vienen a hacer visitas, y hacemos vistas y esas cosas (AV15, artista visual residente, La Escocesa, Poblenou).

Por otro lado, existen numerosos RC que tienen por foco de atención aspectos técnicos, estéticos, conceptuales o valorativos de la actividad creativa con una

orientación profesional-estético definida. De este tipos de rituales participan creadores del centro con un nivel de profesionalidad relativamente alto. Al igual que en los talleres colectivos como *Casa San Crespín* en Palermo y *Zona Factoría de Art* en Poblenuu este tipo de rituales tiene por finalidad el soporte para la creación y la colaboración para proyectos colectivos motivado por afinidades estéticas y de amistad. Sin embargo, a diferencia de los talleres colectivos, existe un criterio de selección por parte de los creadores para definir con quien colaborar. Los creadores con un mismo nivel de profesionalidad y una orientación profesional-estético más clara y definida tienden a participar de este tipo de rituales en contraposición de quienes no. Sin embargo, este tipo de rituales no llega a un grado de segmentación y profesionalización tal para que las mismas interacciones creativas focalizadas se estructuren como intercambio de servicios entre profesionales en el marco de una asistencia técnica como en el caso de *Hangar*.

Al principio iba a hacer una reproducción de este arco de una manera más hiperrealista, y en cambio mi compañero de espacio, que tiene una visión más de artista urbano me dijo: ‘¿por qué no lo hacés más esquemático?’, o sea que ya estamos tocando el tema estético, ‘y que sea desmontable’. Claro, él está acostumbrado a ir afuera, monta cosas, estructuras y es algo que no es perpetuo, y yo tiendo más a eso, como me manejo más en un ámbito de galerías o de bienales. Él, en cambio, tiene esta cosa más práctica, porque está obligado por las cosas que hace. Él me ayudó, por ejemplo, a proyectar este trabajo de una manera mucho más práctica a lo que yo tenía pensado [...] Y cuando expone en galerías el proceso es inverso. Es divertido (AV10, artista visual residente, La Escocesa, Poblenuu)

Tuvimos una invitación a participar en un pequeño festival durante diciembre, que tenía por tema la navidad. Cada uno recibió una invitación por separado, para participar, y un día lo hablamos y nos pareció interesante que esta invitación, una para él y una para mí, se juntaran para hacer algo juntos. Mi compañero de espacio ya tenía experiencia en este tipo de cosas, yo no. En mi caso también era una situación para aprender [...]. Él y yo aquí tenemos una relación de respeto y de curiosidad, con ganas de hacer algo juntos [...] Fue un ida y vuelta en el que

uno lanzaba una idea y el otro la cogía, la elaboraba y añadía algo (AV13, artista visual residente, La Escocesa, Poblenu).

En este tipo de ámbitos conviven y se superponen diferentes EC-abiertos que tienden a cerrarse y segmentarse en la medida que la propia organización se profesionaliza y complejiza (Ver Capítulo 5 de esta Tesis). La recurrencia de RC con finalidades diferentes (comunitarias o profesional-estéticas) basadas en dinámicas de amistad o de intercambio entre profesionales trae consigo numerosos problemas entre los propios creadores que se trasluce en rivalidades y conflictos de organización. No es la indefinición de los EC-disonante los que generar este tipo de conflicto, sino la convivencia superpuesta y simultánea de lógicas creativas divergentes en un mismo lugar de trabajo. Estas lógicas dicotómicas son generadas por la recurrencia de RC con distintas orientaciones y finalidades que agrupan y oponen a creadores de distintas procedencias. En este punto no se debe confundir los EC-abiertos con los EC-disonantes. Los EC-abiertos son efectos de RC que poseen una indefinición en sus formas y orientación. Los EC-disonantes son producto de la complementariedad de dos (o más) tipos diferentes de RC con orientaciones divergentes que conviven en un mismo tiempo y lugar.

La doble valencia en la orientación de los RC estructura EC opuestos que participan en la configuración de MC divergentes. Por un lado, encontramos a artistas que guían y regulan su conducta de acuerdo a MC-estético profesionales. Esto quiere decir que propician situaciones creativas estructuradas por reglas y convenciones del mundo del arte. Por otro, a artistas que regulan sus relaciones de acuerdo a MC-comunitarios-experimentales con una fuerte empatía por problemáticas locales. La convivencia y estabilización de estos dos tipos de MC agrupan y separan a la vez a creadores de un mismo Centro. Esta situación inestable y conflictiva a nivel organizativo puede generar potencialidades a nivel creativo. La inestabilidad sumada a la mixtura de dinámicas creativas puede fermentar en contenidos y formas novedosas y disruptivas.

Siempre hubo en La Escocesa una parte de los artistas que trabaja con un ideal de solidaridad, de comunidad y, por otra parte, están los artistas más interesadas

en un camino individual vinculado con sus intereses artísticos [...]. Es muy diferente la vinculación de los que estaban aquí antes, cuando había gente que quería echarse, y luego los que entran cuando esto está más tranquilo y seguro. Los artistas nuevos, cuando entran, tienen un punto de vista completamente diferente, no entran para tener solidaridad, entran para tener un taller [...] Yo creo que los primeros, por lo menos, son como los que tienen esta experiencia, esta visión que les permite darles una perspectiva a los nuevos. Los nuevos entran a un centro de creación del Ayuntamiento buscando un taller en el que se pague poco. Pero aquí hay gente muy diferente, entonces entra en un proceso colectivo, y empieza a ser solidario. [Este proceso se da] porque hay una buena respuesta, hay una voluntad y un interés por parte de todos los artistas de participar, por supuesto, con formas de ver, de pensar diferentes. Esto resulta efectivo en el límite de lo posible. [Los nuevos se integran] como en una familia: con peleas, discusiones, consejos e intercambios de información. Por supuesto que hay mucho que decir sobre la forma de organizar un grupo y de cooperar (AV13, artista visual residente, La Escocesa, Poblenu).

Los escenarios creativos en sus distintas locaciones y aspectos funcionan como espacios socializadores. En los creadores en artes visuales el “cemento” que solidifica un sentimiento de solidaridad perdurable, que ata simbólicamente al creador a un lugar o series de lugares concatenados entre sí a través de sus propios tránsitos, tiene que ver con la calidad de los intercambios en materia profesional, de sustento y de camaradería. Los intercambios profesionales son los que generan estímulos que después repercutirán en la labor creativa, como el trabajar para un artista de renombre, o el servirse de los intercambios con colegas de un mismo centro u organización creativa. Por su parte, los intercambios en materia de sustento son los que brindan recursos monetarios para los creadores y que funcionan como base para el seguir estando o permanecer.

Este tipo de intercambios funcionan como “calentadores” del lugar. Esto quiere decir que el lugar, en tanto que soporte o base de esas interacciones, se carga de un contenido y se eleva como símbolo de esa solidaridad. Si los rituales son los suficientemente intensos el lugar se “calienta” en un sentido metafórico y se presenta

como cobijo para la creación. Sin embargo, en espacios como *La Escocesa* existe una variación según el nivel de profesionalidad y tipo de espacio de trabajo que definen las modalidades de permanencia. Mientras más profesional se es como creador, resultan más relevantes los intercambios profesionales, y menos los comunitarios o de camaradería. Esto quiere decir que subjetivamente, o dentro de sus esquemas mentales, los más profesionales tienen a privilegiar el intercambio artístico-profesional en detrimento de los comunitarios. Esta situación puede derivar en conflictos manifiestos entre los distintos tipos de creadores.

[Los conflictos aparecen] por maneras de hacer, por dinámicas. Si yo he estado todo el día viajando por aquí y por allá, yo no voy a decir que están celosos, pero que no entienden, la gente de aquí no lo entiende. Claro, si están todo el día en un trabajo, y vienen aquí, y pensarán: ‘estos chicos acaban de llegar’, ‘están todo el día viajando, traen gente’. La realidad es que creamos como un flujo, una dinámica que la gente que está aquí hace 10 años no está acostumbrada. Esto antes era un taller de artista como de abuelo. Aquí era como pintar al óleo. ¡Y aquí no se mueve nada! De la puerta a la calle nadie sabe que existimos. Esta era la realidad anterior [...]. Yo ahora estoy programando como una exposición aquí abajo, y un concierto como medio acústico en el patio, algo que es factible, se puede hacer y tampoco molesta, no requiere de grandes cosas técnicas. La gente antigua no quiere hacer este tipo de cosas [...] Estamos aquí pero esto no es nuestro, esto está cedido. La idea, cuando a esto lo cedieron, era que rotaran, pero hay gente que lleva aquí entre 8 años y 10 años. Eso no se llama rotar, se llama estancarse. Entonces, es malo para su misma carrera artística, si es que la tienen, porque te crea como una comodidad y ya vienes y es como tú casa, entonces no trabajas, vienes aquí a sociabilizar (AV14, artista visual residente, La Escocesa, Poblenu).

La transformación de la organización por parte de los creadores es variable y se puede medir tanto a nivel físico y organizacional. La variabilidad depende del momento del arribo a la organización. En el caso de *La Escocesa*, los artistas más antiguos del espacio tienen mayor capacidad o agencia para reconvertir el espacio y sus reglas. Por el contrario, aquellos creadores que llegan tardíamente, o que no han participado del

momento fundacional, esta situación se vuelve más compleja. Sin embargo, independientemente del momento del arribo, la transformación del entorno genera un sentimiento de pertenencia al mismo. El modificar el espacio de creación, el acondicionarlo para tal fin, puede ser entendido como una de las etapas previas para convertir el lugar en emblema de creatividad a partir de un sentimiento de pertenencia, que emerge efecto de esta transformación.

4.3.b. EC-disonantes y MC-estético-comercial

Un segundo tipo de EC-disonante lo podemos observar en lugares destinados a la producción y venta de diseñadores *fundadores* y *pioneros* del barrio de Palermo, como los emprendimientos de *Mariana Dappiano*, *Caro de Dam* o *Calma Chicha*. Estos emprendimientos se instalan en Palermo a fines de la década del noventa y comienzo del año 2000 cuando la actividad del diseño no existía en el barrio, de aquí su caracterización como diseñadores pioneros o fundadores.

Al igual que los diseñadores advenedizos, los diseñadores pioneros y fundadores tienden a diferenciar el lugar de creación, desarrollo y venta de sus diseños. Esta situación sucede tanto en los casos de los diseñadores propietarios de los locales de *Mariana Dappiano* y *Caro de Dam*, para el diseño de indumentaria femenina, como el de *Calama Chicha* para el diseño de objetos de decoración. Sin embargo, a diferencia de los diseñadores advenedizos, estos diseñadores apuestan por una identidad estética propia que redefine al diseño como diseño de *autor* y al barrio de pertenencia como de diseño.

La centralidad de una actividad en el momento de su consolidación, como lo fue el diseño en el barrio de Palermo a mediados de los años 2000, hacen extensible los encuentros que tiene por foco los intercambios técnico-profesionales a la escala barrial. Esta situación es diferente en las actividades no centrales de un barrio, como el caso de las artes visuales en Palermo. Como observamos en el caso de los artistas de *Casa San Crespín* este tipo de intercambios se concentran en las organizaciones creativas, como el taller colectivo donde trabajan, u otro tipo de lugares específicos

no asociados directamente con el barrio o la ciudad. La percepción del lugar como un horizonte posible para el intercambio técnico-profesional define también su contenido. Mientras más amplia sea la escala percibida del lugar menos asociada aparece a intercambios técnico-profesionales específicos sobre los quehaceres creativos y más relacionados con cuestiones generales de los mismos. En el caso de los diseñadores pioneros y fundadores de Palermo se puede observar que la percepción de la escala del lugar donde se emplazan este tipo de encuentros aparece asociada tanto el lugar específico donde acontecen, hasta realidades más amplias como la propia organización creativa o al barrio de pertenencia.

Antes era más una cuestión de cómo nos definíamos, de cómo nos ayudábamos en el surgimiento de los nuevos locales: ‘cómo va tu cuadra, y qué hago, porque no sé si abrir acá o abrir a la vuelta’, más como desde ahí (D4, diseñadora y propietaria, Mariana Dappiano, Palermo).

En estos casos, la recurrencia de diversos RC en distintos EC estabiliza unos MC asociados al lugar de creación. Los MC hacen posible la creación de determinados bienes (como prendas y objetos de diseño) que toman elementos de los escenarios urbanos donde se gestaron. Lo que emerge como emblema entonces no es sólo el producto de diseño sino también el lugar donde esta actividad se emplaza: el barrio (Ver Capítulo 6 de esta Tesis).

Te diría que más que nada el trabajo nuestro fue definiendo al barrio como barrio de autor. [...] Haciendo diseño alternativo, de autor absolutamente. Realmente haciendo algo muy diferente de lo que son las marcas comerciales. Y todo, desde la comunicación, cómo se comunicaba, también la idea era despegarse, ser alguien diferente: ‘me estoy despegando’ (D4, diseñadora y propietaria, Mariano Dappiano, Palermo).

La gente no sabía ni cómo llegar acá. Venían diciendo: ‘no, me pierdo acá, cómo tengo que hacer para llegar’. Pero bueno, la realidad es que nosotros nos sirvió porque de alguna manera fuimos construyendo nuestra identidad también, fue como una construcción en conjunto, de hecho hay gente hoy dice: ‘los

diseñadores de Palermo' (D4, diseñadora y propietaria, Mariano Dappiano, Palermo).

Los RC recurrentes en un mismo escenario generan transformaciones físicas: en tanto que aglomeración de creadores que luego se articulan en redes más o menos estables. Si la intensidad de los RC se estabiliza en MC que por su repetición se asocian a un determinado EC, el lugar emerge como uno de los efectos de las rituales elevándose a la categoría de emblema. Cuando esto sucede las redes de creadores que funcionan como estabilización de la actividad creativa no son necesarias. El propio “carisma” del lugar genera un efecto de resonancia que provoca atracción y a la vez estabilización. Esta situación marca una diferencia fundamental entre los creadores en artes visuales de Poblou y los diseñadores de Palermo. Mientras los primeros no lograron estabilizar MC, las redes o plataformas de creatividad (como el Mapa Creativo de Poblou) o los eventos (como la celebración de los Talleres Abiertos) se convierten en centrales. Por el contrario, los diseñadores de Palermo no necesitaron articularse en ninguna red para potenciar y estabilizar su trabajo creativo. El lugar, elevado emblema por RC exitosos, genera un efecto de resonancia lo suficientemente estable y perdurable para tal fin.

Esta situación convierte al EC en un escenario de interés no solo para el público consumidor ávido de buen diseño¹⁹ sino también para otros emprendimientos comerciales que no están asociados directamente con el diseño de autor. Estos emprendimientos, por lo general vinculados con las grandes marcas comerciales, intentan, por presencia física en el lugar, tomar para sí o absorber el halo generado en los RC de los diseñadores pioneros y fundadores.

Esa situación pone en evidencia que, en el caso de Palermo, lo que emerge como emblema también es el lugar o escenario creativo que se convierte en escenario de interés o punto de rotación para otros diseñadores o emprendimientos. Uno de los principales efectos de esta situación es la expulsión de los diseñadores de autor del

¹⁹ Ver los procesos sociales que posibilitan esta emergencia de consumo específico en Paula Miguel (2013).

barrio por el aumento de precios del suelo y la pérdida de prestigio. El límite de la resonancia es la incorporación para sí de otros actores u organizaciones que no participaron de los RC ni ayudaron por su recurrencia a regenerarlo. De esta forma si Palermo había funcionado como un escenario de interés para los diseñadores de autor, luego del arribo de los locales comerciales de grandes marcas, el prestigio del barrio se pierde, ya no aparece asociado al diseño, a la vez que los alquileres suben por la presión inmobiliaria generado por el interés de las grandes marcas (Ver Capítulo 6 de esta Tesis).

El segundo efecto de la inflación de locales de diseño y el encarecimiento de los alquileres es el cambio en el tipo de orientación creativa, la cual pasa a estar regida cada vez más por un criterio comercial. En la actualidad en los diseñadores pioneros y fundadores de Palermo conviven RC con dos orientaciones divergentes: una puramente estética y otra comercial. Esta divergencia puede atribuirse a la propia especificidad de la actividad de diseño que oscila entre un criterio de validación puramente formal y otro funcional de acuerdo al potencial mercado de compradores. Sin embargo, desde una perspectiva micro-situacional se puede calibrar con mayor precisión el peso de una u otra orientación a la hora de analizar la producción creativa de los diseñadores. En este sentido, los RC técnico-profesionales que definen la actividad de los creadores en diseño pueden estar guiados de una forma preponderante por una u otra finalidad sin por esto perder profesionalidad. Un ejemplo de esta situación lo marca el pasaje del diseño de prenda única al diseño masivo de acuerdo al número de ventas.

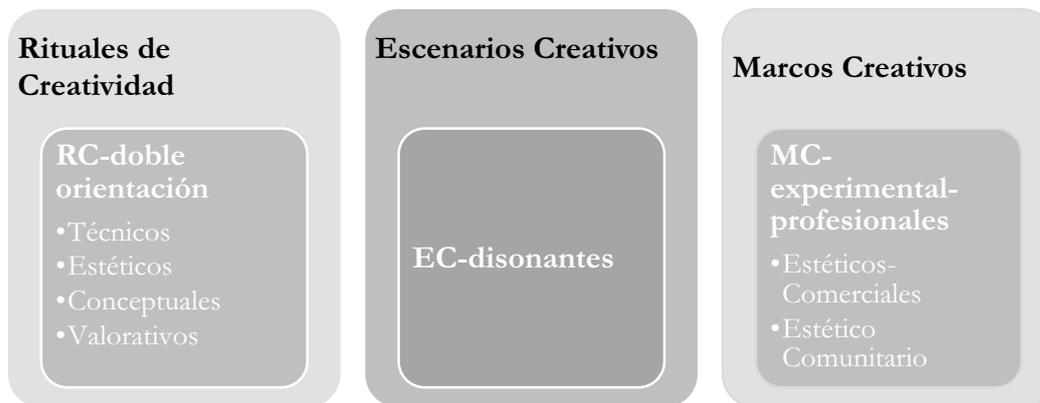
Mi proceso de creación no cambió. Lo que cambió mucho es el resultado de eso. Antes mi proceso terminaba en objetos mucho menos... no sé cómo explicarlo, había menos backup. Lo que hacía era como más prueba y error. Y ahora hay un lugar en el que ya hay con 12 años de trayectoria, hay un target un poco más definido, entonces ya ese proceso creativo está en pos de un producto con un objetivo más claro. No sólo hago esto porque me estoy definiendo como diseñadora y esto es lo que tengo para decir. Ahora el mismo proceso creativo

termina en algo en donde pienso quién es el que lo va a consumir. Hay una cosa más comercial (D4, diseñadora y propietaria, Mariana Dappiano, Palermo).

La recurrencia de RC en un mismo lugar estabiliza determinado tipo de EC. Sin embargo, estos escenarios nunca son del todo fijos o inmóviles. Por el contrario, mutan y se transforman al compás de las interacciones que lo definen. Tanto los EC-abiertos como los cerrado se delimitan a partir de cierto grado de estabilidad y recurrencia de interacciones focalizadas dentro de un proceso de largo alcance. Por el contrario, un EC-disonante es definido por los momentos donde los cambios se hacen más evidentes hasta el punto de la contradicción o el conflicto. Por tanto, los EC-disonante más que la transición entre un EC-abierto hacia otro cerrado representan la convivencia simultanea de dos tipos de interacciones focalizadas con orientaciones divergentes en un mismo ámbito de trabajo. En el caso de los diseñadores pioneros y fundadores del barrio de Palermo supone la convivencia entre MC *profesional-estético* y otro *profesional-comercial*. Sin embargo, a diferencia de los artistas visuales que trabajan en *La Escocesa*, los diseñadores viven este conflicto dentro de sus propias prácticas creativas. La contradicción entre los dos tipos de MC son entendidas como un proceso de madurez cuando se asimila o de rebeldía o resistencia cuando no. Esta situación diferencia a los diseñadores fundadores de los diseñadores advenedizos quienes ya regulan y perciben su actividad con una orientación y finalidad profesional-comercial más definida.

Chico Ruíz desde hace ya cuatro años que está y es un ejemplo de hacer las cosas al margen del sistema. Hace unos zapatos super originales y tiene una búsqueda muy personal, pero obviamente eso no le funciona como negocio y por eso quiere compartir y por eso yo también quiero compartir, porque ya estoy harta... porque el gran problema es la plata acá en la Argentina, o en todo el mundo. Pero bueno, cuando te deja de ser redituable ya no podés más ser creativo, porque tenés que ver como la llevás [...]. Pero la lucha de todos nosotros, ahora, es como combinar esta búsqueda creativa con lo que se venda (D5, diseñadora y propietaria, Caro de Dam, Palermo).

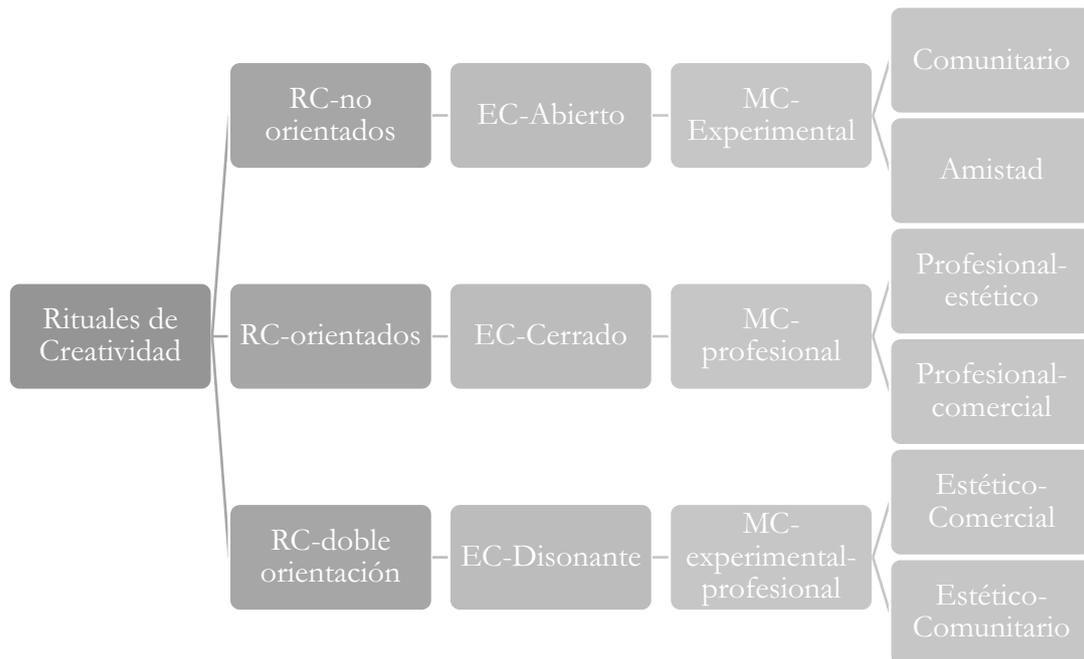
Ilustración 14: Esquema conceptual de la relación entre RC-doble orientación, EC-disonantes y MC-experimental profesional



Fuente: elaboración propia

En resumen, los EC-disonantes son lugares donde conviven de forma simultánea RC técnico profesionales con orientaciones y finalidades divergentes. La divergencia puede ser entre orientaciones comunitarias y estéticas (como en el caso de los artistas visuales de *La Escocesa*) o entre orientaciones profesional-estéticas y estético-comerciales (como en el caso de los diseñadores pioneros y fundadores del barrio de Palermo). En este sentido, los EC-disonantes no pueden ser pensados como un espacio intermedio entre los EC-abiertos y cerrados sino como un escenario de tercer tipo, caracterizado por la convivencia de RC con distintas orientaciones y finalidades. La coexistencia de RC con finalidades divergentes puede generar conflictos y separaciones objetivas entre creadores o ser vividos por los creadores de manera contradictoria. Sin embargo, la inestabilidad y el cambio pueden potenciar procesos de creatividad cultural. El cambio sumado a la convivencia de dinámicas creativas divergentes es terreno de cultivo para fertilizaciones cruzadas que se cristalicen en contenidos y formas novedosas de hacer.

Ilustración 15: Esquema conceptual general de tipos y subtipos de Escenarios Creativos



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 5. EL MONTAJE DE LOS ESCENARIOS CREATIVOS

En el Capítulo 4 de esta Tesis afirmamos que el lugar se define como Escenario Creativo (EC) de acuerdo a las interacciones focalizadas en alguno o varios aspectos que hacen a la actividad creativa que allí se celebran (sean estos aspectos técnicos, estéticos, conceptuales y/o valorativos). A este tipo de interacciones focalizadas las llamamos Rituales de Creatividad (RC). Mencionamos que los EC, a su vez, estructuran esquemas mentales y definen regulaciones que se cristalizan en determinados Marcos Creativos (MC). También elaboramos una tipología que nos permitió distinguir diferentes tipos de EC de acuerdo a la orientación y finalidad de los RC. Así, distinguimos tres tipos de EC: *abiertos*, *cerrados* y *disonantes*. Definimos a los EC-abiertos por su baja orientación y finalidad creativa, lo que los convierte en un tipo de escenario proclive para la experimentación pero con dificultades para el logro de un formato cultural definido por alguna convención. Por el contrario, caracterizamos a los EC-cerrados por su orientación y finalidad más definidas, lo que le da a este tipo de escenarios una mayor claridad en los productos culturales generados. Finalmente, definimos a los EC-disonantes como los espacios donde conviven simultáneamente orientaciones y finalidades creativas divergentes, lo que puede generar conflictos y contradicciones entre creadores, pero también potencialidades a nivel de contenidos y formas de los productos culturales elaborados.

Por otra parte, afirmamos que los EC participan en la estructuración de al menos dos tipos de MC: *experimentales* y *profesionales*. Caracterizamos a los MC-experimentales como ensayos o prácticas de preparación creativas y distinguimos dos tipos de submarcos, según si el modo de regulación de las interacciones se basan en dinámicas comunitarias o de amistad. Definimos a los MC-profesionales como la adecuación de determinados medios para la consecución de ciertas finalidades dentro de un marco de roles preestablecidos, distinguiendo dos subtipos según si la finalidad creativa está

orientada por parámetros estéticos (mercado restringido) o comerciales (mercado ampliado).

En resumen, sostuvimos que las interacciones focalizadas en el algún aspecto de la creatividad, sus orientaciones y finalidades son las que definen a los EC y que estos a su vez influyen en las situaciones creativas a través de la configuración de MC asociados al lugar. En otras palabras afirmamos que los Escenarios Creativos (EC) están estructurados por, y estructuran diferentes procesos de creatividad. Ahora bien, cuando ejemplificamos espacios donde ocurren este tipo de situaciones creativas nos circunscribimos a organizaciones caracterizados por concentrar y estabilizar este tipo de actividad. Si bien cualquier organización es proclive de ser escenario de interacciones focalizadas en algún aspecto de la creatividad, existen establecimientos especiales donde estas interacciones ocurren con mayor frecuencia. Estos espacios son los destinados a la producción cultural. En el caso de las artes visuales pueden ser desde pequeños talleres individuales o colectivos hasta grandes centros de creación artísticas. En el sector del diseño o la producción audiovisual pueden ir desde modestos emprendimientos individuales hasta grandes empresas. Su estructura jurídica puede ser variada (pública, privada, comunitaria, etc.) lo mismo que su modo de organización y sus finalidades o propósitos.

Este tipo de establecimientos incide en los procesos de creatividad de diferentes formas. En primer lugar, funcionan como *soporte material para la creación*. Howard Becker afirma que cualquier tipo de actividad artística requiere recursos, tanto materiales como humanos. Los primeros pueden ser específicos al mundo del arte (como determinado instrumento, tipo de pintura o papel) o generales (materiales creados para otras finalidades pero que son utilizados artísticamente). Los segundos refieren al personal de soporte que funciona como apoyo para el desarrollo de un determinado tipo producción artística (músicos de orquesta para un compositor, personal técnico para un director de cine, etc.). Para Becker estos recursos pueden encontrarse tanto en organizaciones dedicadas a la producción artística o contratarse para proyectos específicos vinculados con el mundo del arte (Becker 2008, pp.89–117).

En segundo lugar, este tipo de organizaciones funcionan como establecimientos en donde se *seleccionan los creadores* y se definen las *orientaciones creativas* a desarrollar. En esta línea Randall Collins, en su análisis sobre la creatividad filosófica, entiende que determinadas organizaciones como las universidades, los editores, las iglesias y los mecenas -a los que denomina *base organizativa*- inciden en la creatividad al hacer posible la existencia de las redes filosóficas fijando el número de competidores, los canales para seguir la carrera intelectual y estructurar los espacios de atención (Collins 2005, p.52).

Finalmente, organizaciones de estas características funcionan como establecimientos que *legitiman* determinado tipo de producción artística en detrimento de otros. Pierre Bourdieu es quien analiza los mecanismos institucionales a partir de los cuales se configuran y legitiman modos de ver y hacer en materia de arte. Desde esta perspectiva, las instituciones son entendidas como espacios dónde se incorporan ciertos códigos específicos –entendidos como instrumentos de conocimiento (competencia) y reconocimiento (creencia)– que generan principios de visión y de división que les permiten a los creadores establecer diferencias entre que es y que no es arte (Bourdieu 2002b).

En nuestro análisis afirmamos que las interacciones focalizadas en algún aspecto de la creatividad son las que definen los escenarios creativos. Ahora bien, resulta lícito analizar de qué manera las organizaciones participan en la configuración de los EC sin por esto perder de vista nuestra perspectiva interaccionista y situacional. Para esta finalidad, resultan interesantes los aportes de Erving Goffman sobre la noción de espacio, especialmente las definiciones que aparecen esbozadas en el capítulo *Las regiones y la conducta* del libro *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (2009, pp.124–161).

Goffman denomina *regiones* [*regions*] al espacio donde los actores o equipos preparan una actuación o se presentan ante un auditorio. Las regiones se caracterizan por la existencia de *límites* o *barreras* que definen y circunscriben espacial, temporal y

simbólicamente situaciones de interacción. Los límites espaciales se corresponden a barreras físicas (como tabiques o paredes) que aíslan y separan, perceptivamente, determinados espacios de otros y ayudan a enmarcan un tipo de situación (Goffman 2009, p.124). Los límites temporales se refieren a los usos diferenciales de un espacio a lo largo del tiempo. Así el espacio de atención a los comensales de un restaurante puede convertirse, previo a la apertura del local, en un espacio de trabajo o relajación para el personal que atiende el lugar (Goffman 2009, p.148). Los límites simbólicos remiten a cierto carácter de evocación que determinados lugares poseen aún cuando allí no se celebra la función para los cuales fueron diseñados. Por ejemplo, para Goffman *“una catedral o aula conservan algo de su atmósfera aun cuando se hallen presentes los albañiles; y aunque estos no se comporten de manera reverente durante su tarea, su irrelevancia tendrá a ser de índole estructurada, orientada específicamente hacia lo que en cierta forman deberían experimentar, aunque ello no ocurra”* (Goffman 2009, p.143).

Las regiones además de enmarcar las situaciones las dotan de ciertos recursos escénicos. A estos recursos Goffman los denomina *medio*. El medio no sería otra cosa que el equipo de signos estables que dispone una región (Goffman 2009, p.125). El medio resulta importante para que una actuación determinada se lleve adelante sin mucho esfuerzo y problemas. Para Goffman el control del medio resulta importante para sostener un determinado tipo de representación y dar seguridad al equipo actuante. Por ejemplo, Goffman señala la importancia del negocio para un farmacéutico cuando interactúa con un médico en su local. Citando el trabajo de Anthony Weinlein, Goffman señala que *“el negocio es, en cierto sentido, una parte del farmacéutico. Así como se describe a Neptuno surgiendo del mar mientras que es, al mismo tiempo, el propio mar; en el ámbito del farmacéutico existe la visión de un hombre digno y majestuoso que se destaca por encima de estantes y mostradores repletos de frascos e instrumental, mientras que, al mismo tiempo, también es parte de su esencia”* (Goffman 2009, p.112).

Finalmente, para Goffman las regiones orientan la actitud y la conducta del equipo actuante y del auditorio en una situación de interacción. Para analizar como las regiones orientan las interacciones, Goffman distingue dos tipos de regiones. Por un lado, define la *región anterior* [*front region*] como el lugar donde el equipo actuante rige

su conducta con decoro y siguiendo determinadas normas morales y/o instrumentales. La región anterior es el lugar visible, donde la actuación se lleva adelante ante un auditorio determinado. Por ejemplo, el comedor de un restaurante (Goffman 2009, p.125). Por otro lado, distingue la *región posterior* [*back region*] o *trasfondo escénico* [*backstage*]. La región posterior es el reverso de la región anterior. Allí muchas conductas se contradicen con lo hecho en la región anterior. Las pautas de acción son más expresivas y menos técnicas. La región posterior es el lugar dónde se prepara la escena que ocurrirá en la región anterior. Siguiendo el ejemplo del restaurante sería el lugar de la cocina (Goffman 2009, pp.130–142).

De acuerdo a lo expuesto por Goffman podemos afirmar que una región es el lugar donde ocurren situaciones de interacción. Las regiones poseen determinados límites (espaciales, temporales o simbólicos); disponen de medios o recursos; y orientan la conducta de los actuantes. Si bien Goffman aclara que son las interacciones recíprocas las que definen las funciones de las regiones (2009, p.147), son determinadas organizaciones (desde hoteles y oficinas hasta tiendas comerciales y hospitales) las que establecen sus límites, recursos y orientaciones. En este sentido,, podemos afirmar que las organizaciones creativas (centros de creación artística, emprendimientos en diseño y/o productoras audiovisuales) crean las condiciones para que los RC puedan celebrarse: (1) Al fijar los límites espaciales, temporales y simbólicos de los EC. (2) Al brindar el soporte material de los EC a través de la selección de actores y recursos. (3) Al participar en la pre-definición de las orientaciones que enmarcan los EC a través de prefigurar roles y definir los espacios sobre los cuales merece la pena prestar atención.

El propósito del presente capítulo no es atender el modo de organización y gestión de los centros de creación artística, emprendimientos en diseño y productoras audiovisuales analizados. Por el contrario, la finalidad reside en entender de qué manera participan en la configuración de los EC. Nuestro punto de partida y llegada es la situación y nuestra perspectiva la interaccionista. En este sentido, de las organizaciones creativas analizadas solo nos interesa identificar los modos en que hacen posible la existencia de los EC y como estas modalidades condicionan los

rituales de creatividad que allí se celebran. Para esta finalidad, nos focalizaremos en entender como las organizaciones crean el soporte material de los EC a partir de definir sus límites (sección 5.1), recursos (sección 5.2) y prefigurar sus orientaciones (sección 5.3).

5.1. *Los límites del escenario*

Una organización dedicada a la producción cultural es un lugar que enmarca un conjunto de espacios donde se suceden interacciones frecuentes que tienen por foco algún aspecto de los procesos de creatividad. En este sentido, es que podemos decir que una organización de estas características limita espacialmente distintos escenarios donde se celebran RC. No obstante, no debemos confundir necesariamente la demarcación espacial con los límites de la arquitectura de la organización. Una organización creativa, como un centro de creación artística, puede entablar relaciones con otros espacios de similares características que habiliten intercambios más o menos permanentes entre sus miembros. Este tipo de relaciones hacen posible la existencia de nuevos espacios para la creación más allá de las paredes que separan el adentro y el afuera del edificio. En el Capítulo 6 de esta Tesis veremos cómo se entablan este tipo de relaciones y de qué manera inciden en la configuración de los EC. Aquí nos detendremos a analizar los límites espaciales, temporales y simbólicos que las organizaciones creativas generan hacia su interior y en relación al exterior, y que participan en la configuración de los EC-abiertos (sub-sección 5.1.a.), cerrados (sub-sección 5.1.b.) y disonantes (sub-sección 5.1.c.).

5.1.a. Límites débiles y EC-abiertos

Cuando describimos a los EC-abiertos del tipo comunitarios situábamos a los mismos al interior de dos centros de creación artística del barrio de Poblenou en Barcelona: *La Nave Espacial* y *La Fundició*. Una de las características principales de este tipo de centros es que los límites que separan espacial y funcionalmente cada una de las partes de la organización son difusos. En el caso de la Fundició, un centro de creación artística instalado en una antigua fábrica del Poblenou, su arquitectura se divide en

dos grandes espacios abiertos. El primero de los espacios se emplaza en la entrada del centro y funciona como lugar de recepción, trabajo y exhibición. El segundo de los espacios, de tamaño similar, posee una barra de bebidas y un espacio de exhibición permanente de trabajos en artes visuales y audiovisuales. En la planta alta se distribuyen otros espacios destinados al trabajo creativo. La Nave Espacial se emplaza en un único espacio dividido virtualmente en tres áreas. En la parte delantera funciona un espacio de venta de comestibles. En el área central se emplaza un pequeño anfiteatro para espectáculos de circo. En la parte posterior se extienden el espacio mayor dedicado al ensayo y la práctica de la actividad circense.

Ilustración 16: Exterior de La Fundició



Fuente: Fotografías Propias

De acuerdo a la arquitectura del lugar, en esta clase de organizaciones se pueden distinguir al menos tres sectores definidos por su función: espacios destinados a la creación, a la exhibición y a la recreación. Sin embargo, los creadores no disponen de un lugar de creación individual y su trabajo se emplaza muchas veces en espacios que puede cumplir otras funciones en distintos momentos del tiempo, de ahí el carácter difuso de éstos. La poca claridad de los límites espaciales de los lugares dónde se trabaja tiene consecuencias importantes a la hora de prefigurar interacciones que tienen por foco algún aspecto de la creatividad. En primer lugar, el carácter poco definido de este tipo de límites dota a los creadores de una mayor capacidad de agencia

para cambiar el entorno y adecuarlo a sus necesidades. Esto se traduce en la posibilidad de elegir el lugar de trabajo y de acondicionarlo de acuerdo a sus propias necesidades creativas. En segundo lugar, permite una mayor flexibilidad en el tipo de encuentros que se pueden suscitar. Al no estar compartimentados y funcionalizados, los espacios destinados a la creación, el intercambio con otros creadores, pertenecientes o no a la organización, se hace más frecuente e intenso, lo que favorece la apertura y experimentación de los RC que allí se celebran definiendo los EC como abiertos y los MC como experimentales.

Los límites temporales de un lugar hacen que en un mismo espacios puedan celebrarse distintos tipos de situaciones de interacción a lo largo del tiempo. Goffman menciona varios ejemplos de organizaciones que disponen de espacios que funcionan como regiones anteriores y posteriores según el momento del tiempo, provocando una variación en las conductas y actitudes de los equipos actuantes. En las organizaciones que Goffman ejemplifica, como restaurantes u oficinas, estas variaciones suelen estar más o menos pautadas temporalmente. En los casos citados, en el espacio prevalece un uso o función claramente establecida que se ve alterado en situaciones particulares y especiales. Por ejemplo, el momento previo a la apertura de un restaurante, o el espacio de una oficina cuando no hay público que atender. En el caso de organizaciones como La Nave Espacial o la Fundación existe esta variación temporal en el uso de los espacios disponibles, pero no como situaciones excepcionales sino permanentes, propia de espacios donde la función central no está claramente establecida. Así, al carácter difuso de la demarcación espacial se suma la mixtura de actividades que se suceden a lo largo del tiempo. En la Fundación por ejemplo, esta mezcla de actividades tiene que ver con su doble carácter: centro de creación artística y lugar donde funciona una asociación cultural de fuerte connotación local y barrial como *La Raspa*.

Primero separamos lo que eran los espacios. Diferenciamos para quien era cada espacio, fuimos estableciendo cada uno nuestro espacio, porque al principio esto no era una cosa abierta. Estaba el coordinador del espacio que dirigía y hacía aquí sus cosas, pero tampoco tenía la confianza ni podía abrir esto porque era

un espacio que le habían cedido a él y a La Raspa, que estuvo antes que La Fundició. Ahora La Fundició es más específicamente artístico, pero claro, tampoco estamos aquí todos los días trabajando como artistas. También es un local social y se combinan varias cosas (AV6, artista visual residente, La Fundició, Poblenou).

El espacio, que yo considero que es mi espacio también, mi lugar de trabajo y de compartir con la gente, además de local social, es un sitio donde te juntas y estas a gusto. Algunos aprovechan más el espacio del taller que otros. Por el contrario, otros vienen a tomar una cerveza. Igual salen encargos y cosas (AV6, artista visual residente, La Fundició, Poblenou).

Afirmamos que la poca segmentación espacial hace posible la celebración de RC que definen EC-abiertos proclives a la generación de MC del tipo experimentales. Ahora bien, la mixtura de funciones y actividades frecuentes vinculadas con cuestiones sociales y comunitarias hace que la experimentación creativa se enmarque y oriente hacia problemáticas del tipo comunitarias. En el Capítulo 4 de esta Tesis definimos a los MC-experimentales del tipo comunitarios según las regulaciones y percepciones que definían las interacciones. Las organizaciones creativas, desde el punto de vista de los límites espaciales y temporales, hacen posible este tipo de interacciones gracias a la apertura espacial y la mixtura temporal. Esta permeabilidad permite, entre otras cosas, la existencia de encuentros frecuentes con actores o equipos vinculados con actividades socio-comunitarias en diferentes momentos del tiempo en un mismo lugar.

Las interacciones recíprocas entre creadores y otros actores vinculados a problemáticas de la comunidad local -como representantes de entidades vecinales, o integrantes de un equipo de un centro cultural barrial- genera que los límites simbólicos de organizaciones como La Fundició se extiendan más allá de las paredes que define su locación física. Así, se produce una fuerte conexión o solapamiento entre la identidad del centro y la identidad del barrio. Goffman define el espacio exterior de una organización como un tercer tipo de región, diferente a la anterior y posterior, a la que denomina *exterior* o *residual*. La región exterior representa el espacio

extramuros de los establecimientos o instituciones sociales, como un lugar de actores extraños (Goffman 2009, pp.154–155). Sin embargo, en este tipo de organización lo exterior es visto como interior. La organización es representada como una parte íntima de un interior más amplio que es el propio barrio. Esta situación genera una alta permeabilidad con el exterior y extiende los límites simbólicos de la organización al conjunto del barrio, y con este al de sus problemáticas.

Nosotros somos de Poblenou [...] Y no podemos ser de otro lado. Todo este tema del 22@, al contrario, va en contra de los ciudadanos del Poblenou. Claro, porque espacios así como el que tenemos... nos hemos criado en ellos, hemos trabajado en ellos, hemos crecido en ellos. Otra gente, tendrá otra interpretación, o vive de ellos como una novedad, o como una zona de moda, de transformación... pero nosotros somos de aquí. Y el hecho de estar ahora aquí en Poblenou, con todo esto del 22@, llama un poco más la atención a otra gente, gente de afuera de Barcelona, o gente de Barcelona [...] Hay centros que dicen: “bueno sí, puedo estar acá, pero puedo estar en otro lugar”, o: “si pudiera estar en otro lugar estaría”, no hay un vínculo fuerte con el barrio [...] Yo creo que si tuviéramos que irnos del barrio el ambiente aquí se perdería (G6, escultor y director, La Fundició, Poblenou).

Las organizaciones que congregan en su interior EC-abiertos enmarcados en MC-experimentales basados en dinámicas de la amistad -como los centros de creación artística de *Casa San Crespín* en Palermo (Buenos Aires) y *Zona Factoría de Art* en Poblenou (Barcelona)- poseen algunas diferencias respecto a las limitaciones espaciales, temporales y simbólicas que sus pares enmarcados en dinámicas comunitarias. En primer lugar, y como señalamos en el capítulo 4 de esta Tesis, el tamaño de los centros es mucho más pequeño, lo mismo que la cantidad de artistas que allí residen y trabaja. El centro Casa San Crespín se emplaza en una antigua productora de Palermo. Zona Factoría de Art está establecida en una pequeña Fábrica en Poblenou. A diferencia de los centros con una orientación más comunitaria, tanto Casa San Crespín como Zona Factoría de Art poseen espacios individuales para cada uno de los creadores que trabajan allí.

Desde el punto de vistas de las limitaciones espaciales del lugar encontramos en ambos centros espacios individuales destinados a la producción (talleres), espacios comunes destinados al estar o compartir (cocina y comedor), espacios para eventos o exhibiciones (ubicadas en el ingreso), residencias (donde algunos miembros de los centros viven) y enseñanza (donde algunos de los artistas dictan clases). En Casa San Crespín algunos espacios destinados a la producción individual son grandes habitaciones compartidas que se dividen con tabiques para individualizar los talleres. Los espacios fueron acondicionados por los propios creadores de acuerdo a las necesidades individuales de cada miembro y del colectivo.

Cuando llegamos había dos talleres. Son dos espacios bastante grandes, de igual tamaño, bien determinados, con iluminación artificial pero que eran claramente espacios de trabajo y pensamos que esos dos lugares tenían que ser talleres [...]. Íbamos a vivir dos personas acá. Entonces había que armar dos semi habitaciones o espacios más habitables y que a su vez funcionara como taller. [...] Y en este lugar como estaba la cocina y el baño terminó siendo la mejor opción para los que iban a vivir acá. A parte porque tiene luz natural, abajo es completamente cerrado. [...] Este es un espacio común y los chicos improvisaron este durlok para dividir y hacer dos cuartos. [...] Después, por ejemplo, una de las artistas, que tiene un sistema de producción complejo se quedó con el espacio que tiene un baño al lado para sus cosas. Como ella trabaja con resinas los chicos le construyeron una estructura de madera con un plástico para que ella aguarde cosas ahí. Pero antes de eso, otro de los artistas, que originalmente estaba sólo para tener taller, propuso venirse a vivir acá, y él construyó esa casita, eso antes era una terraza, no había nada (G17, coordinación, Casa San Crespín, Palermo).

Ilustración 17: Exterior y espacio expositivo común de Zona Factoría de Art



Fuente: Fotografías Propias

La co-existencia de espacios para compartir con otros miembros del colectivo (como los lugares comunes) y de trabajo (como los talleres individuales o los espacios para el dictado de clases), permite la alternancia entre momentos dedicados a la creación individual con otros dedicados al simple hecho de “estar” con los otros miembros del colectivo compartiendo charlas sobre arte o temas personales. El espacio de trabajo, si bien claramente delimitado espacialmente, representa un momento de un continuo temporal que se alterna con momentos de relajación y charlas amenas compartidas en los espacios comunes. La alternancia temporal y espacial entre trabajo creativo individual y diálogos sobre temas artísticos y/o personales refuerzan la confianza entre los miembros de la organización fomentando lazos de amistad. El lugar no hace posible los lazos de amistad entre creadores. Lo que hace es habilitar un espacio y un tiempo donde las mismas puedan desarrollarse y ocurrir. El hecho de que los propios creadores incluyan espacios comunes al momento de acondicionar el lugar de trabajo habla ya de lazos pre-existentes.

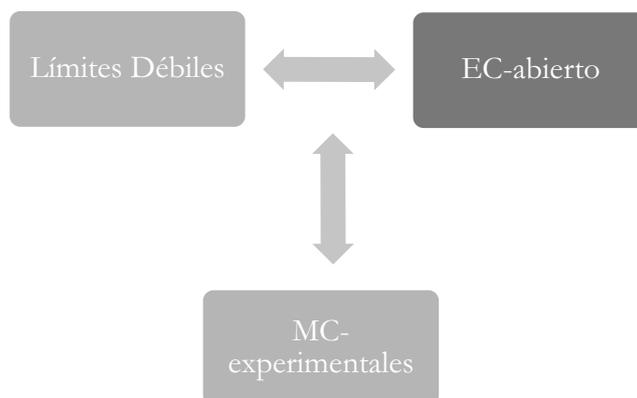
Segmentación espacial, entre espacios individuales y comunes, y alternancia temporal, entre trabajo creativo individual y charlas sobre temas personales y artísticos comunes, refuerzan la confianza en la propia actividad artística individual y en el equipo de creadores. El resultado de esta situación es la emergencia de la organización/colectivo

como un ambiente de confianza. Los creadores se sienten relajados y contenidos por sus colegas, lo que facilita la experimentación y el ensayo en sus prácticas artísticas. Así, el espacio físico de la organización se convierte en un gran *plató* donde se suceden RC que definen múltiples EC-abiertos encadenados temporalmente. Si los EC son producto del aquí y ahora de los RC, la organización/colectivo es la resultante espacio-temporal de su encadenamiento. Los límites simbólicos del colectivo se entrelazan con los del espacio organizacional y se cristalizan en MC-experimentales basados en dinámicas de amistad.

Yo creo que nos vamos asociando según las necesidades de cada uno, por ahí no es todos juntos, pero alguno necesita ayuda con algo y alguno específicamente lo puede ayudar [...] Nunca hablamos de esto entre nosotros, nunca nos sentamos a hablar de lo que tenemos en común [...] Todos trabajamos bastante y somos medianamente responsables [...] Hay también un cuidado, una valoración [...] Hay como un cuidado del espacio, un interés por el espacio de trabajo que creo que fue lo que definió esta casa y demás. Eso sigue estando muy vigente, yo me doy cuenta en la valoración que hacen los otros de eso, del valor que tiene que tener un espacio para trabajar. Después hay como una especie de fortalecimiento personal por estar en el grupo [...] [También el año común en el] Di Tella, un año entero, el tema de clínicas fue todos los viernes. Estas ahí mirando la obra del otro, analizando la obra del otro o la tuya cuando te toca con un montón de reglas de interacción que se van como estipulando de una manera medio abstracta pero que funciona en términos reales y toda esa práctica durante todo ese año más compartir el espacio del taller grupal más haber hecho dos muestras, una chiquita y una grande, eso creo que hizo que sea posible esto, [...] que se fortalezcan un montón los vínculos [...]. Yo tiendo pensar que igual hay una especie de lenguaje con el que todos nos sentimos cómodos al hablar de las obras del otro. [...] Y que eso también se traduce en las cosas cotidianas. Una especie de cuidado del otro, incluso con temas delicados. Obviamente derrapamos, hemos tenido conflictos, discutimos, pero hay como una especie de conciencia de cuidado, no sé cómo explicarlo, y yo estoy casi segura que mucho de esa práctica de ese año sirvió como ejercicio (G17, coordinación, Casa San Crespín, Palermo).

En resumen, las organizaciones creativas participan en la configuración de EC-abiertos: (1) Al no fijar límites espaciales entre actividades creativas y no creativas. Sea por superposición espacial de actividades sociales y artísticas (como en el caso de La Fundició) o contigüidad espacial entre espacios individuales para el trabajo creativo y comunes para la sociabilidad entre creadores (como en el caso de Casa San Crespín). (2) Al no fijar claramente límites temporales entre actividades creativas y no creativas. Propiciando el encadenamiento continuo entre interacciones creativas y de sociabilidad (como en el caso de Casa San Crespín) o por superposición de interacciones que tienen por foco de atención cuestiones creativas y socio-comunitarias (como en el caso de La Fundició). (3) Al establecer límites simbólicos débiles, que fusionan aspectos exógenos a la identidad creativa como los son el vínculo con la comunidad local o el grupo de pertenencia. Los RC hacen a los EC y estos definen determinados MC. Las organizaciones, sea cual fuere su grado de burocratización, participan en la configuración de los MC al demarcar ciertos límites donde estas interacciones ocurren. Como bien señala Basil Bernstein (1989) para clasificar la currícula escolar, los *límites débiles* se caracterizan por un aislamiento reducido entre los contenidos curriculares. El resultado es una currícula integrada. En nuestro caso, los límites débiles de un lugar, hacen posible la celebración de RC que configuran EC-abiertos. Esta apertura permite la integración de actividades artísticas con otras actividades no necesariamente artísticas, como el fortalecimiento de las relaciones personales o la participación en reivindicaciones socio-comunitarias. De esta forma las organizaciones participan en la configuración de MC-experimentales del tipo comunitarios o basados en dinámicas de amistad.

Ilustración 18: Esquema de relación entre Límites Débiles, EC-abiertos y MC-experimentales



Fuente: Elaboración propia

5.1.b. Límites fuertes y EC-cerrados

Centros de creación artística como *Hangar* o *Palo Alto* son espacios donde se emplazan RC que configuran EC-cerrados que definen MC-profesionales orientados a problemáticas estéticas. Estos centros poseen un nivel de organización mucho más complejos que espacios como *La Fundició*, *La Nave Espacial*, *Casa San Crespín* o *Zona Factoría de Art*. El nivel de organización de centros como *Hangar* o *Palo Alto* también tiene una traducción espacial específica. La misma se caracteriza por una definición precisa y estable de los límites que enmarcan espacial, temporal y simbólicamente las actividades que allí se realizan.

El centro de creación artística de *Hangar* se emplaza en una antigua fábrica textil en el barrio de *Poblenou* de la ciudad de *Barcelona*. Actualmente dispone de espacios destinados a la investigación, a la producción y postproducción y a la exhibición en video arte; espacios de trabajo individual para los artistas residentes, una residencia para artistas de intercambio y espacios comunes. También cuenta con un espacio importante destinado a las actividades administrativas del centro. *Palo Alto* se sitúa en una antigua fábrica del barrio de *Poblenou* en *Barcelona*. Dispone de espacios individuales para la producción artística, de diseño y arquitectura. También cuenta con espacios comunes y un sector destinado a la administración del lugar.

Ilustración 19: Exterior de Hangar



Fuente: Fotografías Propias

La existencia de espacios claramente definidos, para la creación, producción, posproducción, asesoramiento, exhibición, etc., condiciona, segmenta y funcionaliza los RC que allí se celebran. Las barreras físicas que compartimentan y delimitan cada espacio funcionan como un límite que enmarca y define el tipo y modo de interacciones que se deben celebrar en cada uno de los lugares que dispone el centro. A las limitaciones físicas del espacio se le deben sumar las acciones que desde la dirección de la organización se realizan para reforzar y garantizar cada una de las funciones que los límites espaciales delimitan. Estas acciones tienen que ver con aspectos normativos (como por ejemplo la designación de una función a cada espacio de acuerdo a un plan y organigrama preestablecido); situacionales (como la asignación de un equipo encargado de administrar el espacio y orientar el tipo de actividad que allí se realiza); temporales (horarios de uso), etc.

Las barreras espaciales se complementan con limitaciones temporales. En este tipo de organizaciones los tiempos suelen estar claramente preestablecidos. Desde los tiempos de residencia de los propios creadores, que por lo general están estipulados por concurso (como en el caso de Hangar) o por contrato (como en el caso de Palo Alto), hasta los momentos de uso de cada espacio. A diferencia de los centros del tipo comunitario (como La Nave Espacial o La Fundició) o basados en dinámicas de amistad (como Casa San Crespín o Zona Factoría de Art) cada uno de los espacios se rige por el tiempo de uso-no uso. No existe un tercer tiempo donde el espacio se

utilice para otra actividad distinta a la preestablecida. Los espacios se usan en un momento del tiempo para los que fueron diseñados o no se usan. No hay mixturas o encadenamientos temporales que hibridizan el espacio con distintos tipos de funciones o actividades por fuera de las prefiguradas por la organización.

Los resultados de las rigideces espaciales y temporales de los distintos escenarios que definen la geografía de centros como Hangar y Palo Alto son varios. En primer lugar, no habilita a los actores o equipos actuantes a modificar las funciones de los espacios donde se desarrollan los procesos creativos. Así, podemos constatar que una mayor definición temporal y espacial de los escenarios se corresponde con una menor capacidad de agencia de los actores. Esto tiene consecuencias importantes desde el punto de vista creativo. Los creadores no pueden modificar y adaptar a sus propias necesidades al ámbito de trabajo, por lo que su conducta e interacciones recíprocas se amoldan más a lo que el espacio y la organización pre-definen. En segundo lugar, y en relación con lo anterior, los distintos tipos de RC que se celebran en cada espacio tienden a ser más específicos y a realizarse con una economía de objetivos y metas. La segmentación y rigidez espacial lleva a que en cada espacio se realicen RC de un solo tipo con una orientación y finalidad creativa clara. Participando así en la configuración de MC-profesionales orientadas de acuerdo a las finalidades y metas del centro.

A nivel simbólico, la rigidez en los límites espacio-temporales atenta contra la creación de un "ambiente" o "atmosfera" creativa. Numerosos analistas consideran de vital importancia la existencia de un "ambiente" propicio para la creación. Este tipo de ambientes es caracterizado por interacciones abiertas que habilitan procesos de fertilización cruzada entre diferentes sectores y ámbitos de actividad que ocurren en lugares como bares, cafés, etc., los llamados "terceros lugares" (Lloyd 2002), barrios o ciudades (Currid & Williams 2010). Los directivos de centros como Hangar o Palo Alto suelen echar en falta la ausencia de este tipo de dinámicas entre los creadores residentes. Atendiendo exclusivamente a la dimensión que da cuenta de los límites espaciales y temporales que definen los espacios del centro, esta razón se debe a la ausencia o marginalidad de espacios que favorezcan interacciones menos funcionales

y orientadas. Este tipo de espacios no logran adquirir una centralidad estratégica dentro de estas organizaciones altamente profesionalizadas. Como contrapartida, la existencia de barreras espaciales y temporales claras, genera una mayor eficacia en la realización y formatos de proyectos de acuerdo a los códigos y convenciones de la actividad creativa desarrollada.

Muy poco, a veces lo fuerzo, estoy intentando que haya una comida al año, la gente lo agradece muchísimo, pero no surgen por otros, tengo que ser yo. Esto no me gusta nada, que se generan rituales desde el líder o desde esa pirámide. Las cosas tiene que suceder: no hay que planificarlas, no hay que plantearlas, no hay que obligarlas, suceden o no suceden, porque si no suceden algo pasa, y si suceden es que algo pasa. No hay por qué pensar que tiene que suceder esto para ir por buen camino (G11, director, Palo Alto, Poblenou).

Las organizaciones en las que se emplazan RC que configuran EC-cerrados y MC-profesionales pero orientados a finalidades comerciales poseen algunas particularidades que los diferencian de sus pares artísticos respecto a los límites espaciales, temporales y simbólicos de lugar. En este caso, ya no hablamos de centros de creación artística del barrio de Poblenou de la ciudad de Barcelona sino de emprendimientos en diseño de objetos e indumentarias y productoras audiovisuales del barrio de Palermo de la ciudad de Buenos Aires. En el Capítulo 4 de esta Tesis caracterizamos a los emprendedores que llevan adelante este tipo de empresas como *advenedizos* por haber instalado sus locales comerciales en el barrio una vez que las actividades del sector de diseño se encontraban consolidadas en el barrio. También mencionamos que este tipo de emprendimientos eran pequeños y de baja complejidad organizativa.

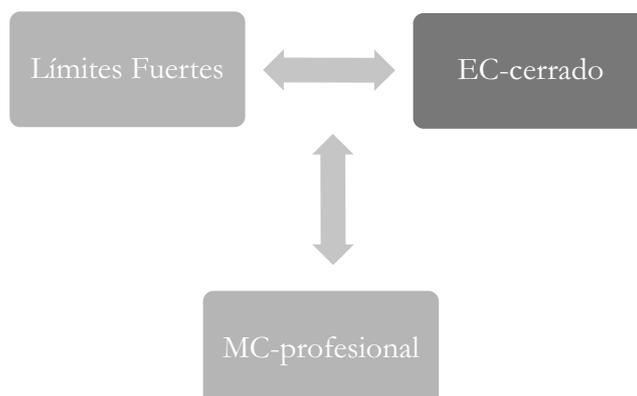
Los límites espaciales y temporales de estas organizaciones suelen tener las mismas características que los centros de creación artísticas de Hangar y Palo Alto: estar claramente definidos y no permitir la mixtura de actividades. Sin embargo, existen algunas diferencias que resultan interesantes resaltar para entender mejor de qué manera participan las organizaciones en su delimitación. La primera de estas

diferencias tiene que ver con la deslocalización y tercerización de los procesos de creación y desarrollo de este tipo de organizaciones. Así, en el caso de los emprendimientos en diseño, los límites espaciales de los lugares destinados a la creación, la confección y la venta no solo están claramente diferenciados y demarcados en sus funciones sino que, en muchos casos se encuentran localizados en sitios diferentes. Esta situación refuerza el carácter fuerte de los límites del espacio y con ellos la funcionalización del lugar. La segunda de las diferencias tiene que ver con la permeabilidad de los límites simbólicos de los emprendimientos con respecto al entorno barrial donde se emplazan. A diferencia de centros de creación artística como Hangar y Palo Alto, que se encuentran en barrios donde su actividad no es la dominante, las organizaciones en diseño se localizan en un barrio como Palermo, donde su propia actividad está consolidada. Esta situación tiende a desdibujar la frontera simbólica del emprendimiento con el espacio del barrio en una situación homologa a los centros de creación artística del tipo comunitario. Sin embargo, mientras que en los centros de creación comunitarios no hay una concordancia entre la actividad del centro y la actividad del entorno, no sucede lo mismo en el caso de los emprendimientos de diseño. Se produce una especie de afinidad electiva entre emprendimiento y barrio. Esta situación refuerza la orientación y finalidad creativa de los emprendedores. Como veremos en el Capítulo 6 de esta Tesis, la concentración y permeabilidad de EC-cerrados, con una misma orientación, funcionan como puntos de rotación que generan espacios urbanos de interés, que refuerza la orientación e identidad creativa tanto de los emprendedores en diseño como del barrio.

No todos los locales de Palermo son como Chapó Loló, pero si existen partes de Chapó Loló en distintas partes de Palermo. Hay un local que se llama Reina Batata que tiene unos diseños raros, locos, divertidos. Acá tenemos también ese tipo de objetos, no los mismos, pero el concepto global, de algunos locales coincide. Para mí es eso, no es que coincide 100%, pero, a ver, si Chapó Loló es un barrio, yo creo que es Palermo, por el tipo de movida de diseño (D11, diseñadores y propietarios, Chapó Loló, Palermo).

En resumen, las organizaciones creativas participan en la configuración de EC-cerrados: (1) Al definir claramente las fronteras espaciales que separan las distintas locaciones de las organizaciones y darles una orientación creativa definida. Sean al interior de la organización (como en el caso de los centros de creación artística de Hangar y Palo Alto en Poblenou) o entre diferentes locaciones de una misma organización (como en el caso de los emprendimientos en diseño en Palermo). (2) Al regular los límites temporales en el uso de los espacios, impidiendo cualquier tipo de utilización distinta a la preestablecida. Esta situación refuerza e intensifica la realización de un solo tipo de interacciones focalizadas lo que evita desviaciones y conduce los procesos de creatividad hacia orientaciones y finalidades más definidas. (3) Al establecer límites simbólicos unívocos que refuerzan las orientaciones creativas pre-definidas por la organización. Independientemente si estos límites se circunscriben exclusivamente al edificio que delimita físicamente la organización (como en el caso de Hanga o Palo Alto) o se extiende al barrio en su conjunto (como el caso de los emprendimientos en diseño). Por estos motivos decidimos llamar a este tipo de delimitación con el nombre de *límites fuertes*, como señala Bernstein (1989) respecto a las currículas escolares que separan y segmentan su contenidos. En otras palabras, las organizaciones creativas participan en la configuración de espacios que hacen posibles la celebración de RC que definen EC-cerrados al delimitar claramente las barreras (espaciales, temporales y simbólicas) que circunscriben los ámbitos de creación y desarrollo. A menor delimitación del espacio mayor posibilidad de hibridez y experimentación. Por el contrario, cuando más clara es la demarcación de las fronteras espaciales, temporales y simbólicas, los espacios de atención se definen con mayor claridad.

Ilustración 20: Esquema de relación entre Límites Fuertes, EC-cerrados y MC-profesionales



Fuente: Elaboración propia

5.1.c. Límites en conflicto y EC-disonantes

Hasta el momento afirmamos que las organizaciones participan en la predefinición de EC-abiertos al no delimitar claramente fronteras espaciales, temporales y simbólicas de los establecimientos que destinan a la creación. Por el contrario, organizaciones más complejas, del tipo profesionales, disponen de elementos organizacionales y físicos para generar una clara demarcación espacio-temporal de sus lugares de trabajo. Esta situación propicia la celebración de RC que definen EC-cerrados. Ahora bien, existen organizaciones creativas que han sufrido cambios recientes en sus metas y modos de funcionamiento pero que aún conservan elementos residuales de su pasado reciente que suelen entrar en conflicto con la nueva realidad del lugar. Este tipo de conflictos tiene una traducción en los límites espaciales que pre-figuran los distintos escenarios de la organización. A diferencia de las organizaciones creativas que configuran EC-abiertos de límites débiles o EC-cerrados de límites fuertes, en esta clase organizaciones los límites representan un elemento de conflicto y de disputa. En nuestra investigación, este tipo de organizaciones creativas están representados por centros de creación artística como La Escocesa, situado en el barrio de Poblenou en Barcelona, o los emprendimientos en diseños fundadores y pioneros del barrio de Palermo en Buenos Aires.

En sus orígenes La Escocesa ocupaba tres naves de un antiguo complejo industrial textil. Los espacios estaban destinados a la producción artística y en teatro y no había una clara distinción ni división de espacios más allá de los lugares de trabajo. En la actualidad La Escocesa ocupa solo una de esas naves la cual está dividida en veintidós talleres individuales, dos espacios comunes (cocina y SUM), un espacio de exhibición y otro dedicado a la administración del lugar.

[En el 99] entre todas las naves ha llegado a ver la cifra de un centenar de artistas. Claro que muchos de ellos posiblemente no eran artistas fijos, sino que eran gente que quizá venían a colaborar en algún proyecto en concreto con otro artista residente. Estamos hablando de este edificio de aquí, que son dos plantas, del que está después de este, que ahora está vacío, que también son dos plantas, más el del fondo, que también estaba ocupado [...] Actualmente hay 27 artistas ocupando una sola nave. Hay 22 espacios, 22 talleres, algunos de los espacios tienen a colectivos a artistas, o sea que no todos los talleres son un solo artista, sino que son colectivos algunos. [...] Y hace que sea 27 para 22 artistas, porque un espacio lo ocupa un colectivo (G3, director, La Escocesa, Poblenu).

Entre el primer momento de distribución espacial y el segundo hubo un cambio en las formas de organización del centro. En la sección 5.3 de esta Tesis veremos como La Escocesa pasa de ser un centro ocupado y organizado por artistas, a una fundación y, posteriormente a formar parte del Programa de Fábricas de la Creación. Aquí nos detendremos a analizar de qué manera estos cambios en la organización fueron modificando los límites espaciales de los espacios de los que dispone el centro y como todavía estas delimitaciones se encuentran en conflicto.

Desde el punto de vista de las limitaciones espaciales, se pasa de un centro de una gran extensión e indiferenciación a un centro más pequeño, delimitado y especializado. En la primera etapa de La Escocesa se advierte la existencia de un grupo de artistas que ocupaban el lugar de facto y arrendaban y sub-arrendaban el espacio a otros artistas. Independientemente de las disputas que esta situación trajo a posteriori, este tipo de organización se caracterizaba por la ocupación de grandes espacios indiferenciados bajo la lógica lucrativa (más artistas, más ingresos). El resultado

espacial de esta configuración era grandes espacios delimitados según el tipo y modo de alquiler.

Al principio se ocupaban las tres naves. Aquí alguien alquilaba una nave, entonces ese realquilaba un trozo de nave, que a la vez realquilaba su trozo de espacio, era como un puzzle, un laberinto de gente. Al final, el último que llegaba, como era mi caso, era el único que pagaba en la fábrica. Antes era un poco así, una historia de depredación, de “a ver cómo me busco la vida explotando al contrario” (AV15, artista visual residente, La Escocesa, Poblenou).

La segunda fase de La Escocesa se caracteriza por la existencia de un grupo de artistas que decide organizarse como asociación, en el marco de un proceso de desalojo por parte del Ayuntamiento y de enfrentamiento con los artistas que ocupaban y arrendaban los espacios lucrativamente. En esta fase se crea y consolida el grupo que conforma la asociación que negocia con el Ayuntamiento quedarse en el lugar bajo el paraguas del *Programa de las Fábricas de la Creación*. La traducción espacial de este momento organizacional es la reducción en la extensión del centro (de tres a una nave) y la división de los espacios en talleres individuales claramente delimitados para cada uno de los miembros de la nueva asociación.

El tercer momento, tienen que ver con la contratación de un gestor para que se encargue de la administración del Centro y la confección de un proyecto para el ingreso al programa Fábricas de la Creación del ayuntamiento. En esta tercera etapa el centro incorpora artistas con residencias temporales a través de concursos públicos. A nivel espacial esta nueva situación se traduce en una mayor definición y funcionalización de los espacios. Así, a la división de talleres individuales se agrega un espacio para la administración, lugares comunes (cocina y un estar) y espacios de exhibición.

Ilustración 21: Exterior y Sala de uso Común de La Escocesa



Fuente: Fotografías Propias

Analizado desde un punto de vista temporal, podemos afirmar que se pasa de una organización simple y menos profesional, que configura límites espaciales laxos a un tipo de organización más compleja y profesional con límites más precisos. Sin embargo, la convivencia entre artistas que están en el centro desde sus comienzos, con nuevos artistas que ingresaron por concurso, y el equipo de gestores resulta conflictiva. En la sección 5.3 de esta Tesis analizaremos en detalle este tipo de conflictos y como repercuten en la orientaciones creativas. Aquí señalaremos algunos aspectos de estos problemas vinculados con la delimitación de los espacios.

En primer lugar, el grupo de artistas iniciales, fundadores de la asociación, se consideran con capacidades para modificar o definir los límites espaciales del centro. A diferencia de Hangar, donde los límites espaciales y temporales están prefijados por el equipo de gestión, en la Escocesa estos límites se convierten en un terreno de disputa entre artistas y gestores del centro. La disputa puede darse por cuestiones tan simples como la autorización para que un artista ocupe determinado espacio o amplíe su lugar de trabajo, hasta temas más complejas como el uso artístico y extra-artístico que se le pueden dar a los distintos espacios del centro.

Hoy acabo de mandar un mail, porque ha habido un tema de un artista que había decidido quedarse con un trozo del espacio de una artista contigua que se ha ido.

Era un espacio que antes compartían dos artistas. El otro día le dije: “oye, quita esto porque va a entrar un artista nuevo”. Entonces me dijo: “no, esto lo tenemos que reivindicar en asamblea” y yo le respondí “no, eso lo quitas ya”, y entonces ha habido una serie de e-mails. Hay gente que apoyan al otro: “él está haciendo una labor muy importante, puede quedarse con el trozo”. Esto ha provocado tal historia que luego ya ha habido mails independientes (AV15, artista visual residente, La Escocesa, Poblenu).

No es que los límites espaciales del centro sean difusos, todo lo contrario, lo que está puesto en duda es la autoridad capaz de definir y legitimar las delimitaciones espaciales. Con los límites temporales sucede lo mismo. La limitación de uso del espacio por parte de un nuevo artista residente es acotada, acorde a la nueva reglamentación del centro. Por el contrario, los artistas que están desde los inicios de la asociación, lo están, hasta el momento, por un tiempo indefinido. Esta situación conlleva a conflictos entre los propios artistas. Finalmente, en lo referido a los límites simbólicos de los espacios encontramos también una doble valencia. Por un lado, están aquellos creadores que plantean una mayor permeabilidad del centro con las problemáticas barriales y otros que apuestan por un perfil más profesional.

En organizaciones como La Escocesa, el conflicto de los límites espaciales se da principalmente hacia el interior del centro y entre distintos equipos (artistas iniciales, nuevos artistas y gestores del centro). Por el contrario, en el caso de los emprendedores en diseño pioneros o fundadores del barrio de Palermo el conflicto de los límites espaciales es diferente. En primer lugar, los límites en disputa son entre la organización y su exterior y se perciben principalmente a nivel simbólico. Esto quiere decir que se produce una relación conflictiva entre los límites simbólicos del emprendimiento con su entorno barrial. Se pasa de unos límites débiles y una mimesis con el barrio a un rechazo y virtual aislación. En segundo lugar, el conflicto por los límites no se da de manera directa entre equipos diferentes de creadores de una misma organización, sino entre diseñadores de otros emprendimientos de manera indirecta.

Como señalamos en el Capítulo 4 de esta Tesis, los diseñadores pioneros o fundadores se instalan en el barrio de Palermo a fines de la década del noventa cuando la actividad de diseño era casi inexistente en el barrio. La estructura organizacional y espacial es similar a la de otros emprendimientos en diseño que se instalaron con posterioridad. La diferencia es que los diseñadores pioneros y fundadores apostaron por una identidad estética propia que redefinió al diseño como diseño de autor y a Palermo como un barrio de diseño.

En un primer momento, cuando los diseñadores se instalan en el barrio, hay una apropiación espacial del entorno en cuanto a su arquitectura. Los primeros emprendimientos respetan la estructura y fachadas de las viejas casas del barrio y las transforman en lugares de creación y venta. El barrio de Palermo se caracterizaba por ser un barrio de viviendas residenciales antiguas del tipo romanas con patios centrales rodeados por habitaciones. Los diseñadores utilizaron el frente de las viviendas como espacio destinado a la venta y la parte posterior como lugar de creación y, en algunos casos, de confección. Además, el hecho de que estos diseñadores confeccionan prendas únicas y de llamado diseño de “autor” (Miguel 2013), convirtió al barrio en un barrio de diseño (Braticevic 2007; Álvarez de Celis 2003). Durante esta primera etapa, los límites simbólicos que separaban la organización y el barrio eran porosos. Los diseñadores se apropiaban parte de la estética del barrio, y a la vez el barrio se apropiaba de la identidad de los diseñadores.

¿Qué tomaste de Palermo y que le diste Palermo en cuanto a estética, en cuanto a estilo, en cuanto a concepto? En ambos lugares, tanto en este local como en el otro traté de conservar lo que había. Éste había sido un poco más tocado porque había habido un restaurant y otro local antes. Pero el local de Honduras, que lo remodelamos como super moderno, mantuvimos la impronta de Palermo [...] [En cuanto al diseño] te diría que más que nada el trabajo nuestro fue definiendo al barrio como barrio de autor (D4, diseñadora y propietaria, Mariana Dappiano, Palermo).

En este primer momento, los límites simbólicos entre organización y entorno barrial se desdibujan y retroalimentan. La situación cambia radicalmente, en un segundo momento, cuando el barrio se llena de locales de diseño, de indumentaria y objetos, del corte más comercial. Para los diseñadores pioneros y fundadores, esta situación, entre otras cosas, provoca una pérdida en la identidad de “diseño de autor” que poseía el barrio. Algunos optan por mudar su emprendimientos a otros barrios. Los que se quedan, tratan de diferenciarse y separar simbólicamente su propio emprendimiento del entorno barrial. Esta demarcación simbólica se vive conflictivamente. Por un lado se reivindica a los diseñadores que formaron parte del grupo inicial, construyendo un “nosotros” virtual. Por otro, se identifica a los advenedizos como los responsables del “deterioro” del barrio y del cual hay que separarse.

Ilustración 22: Exterior del local de Calma Chicha y entorno urbano del barrio de Palermo



Fuente: Fotografías Propias

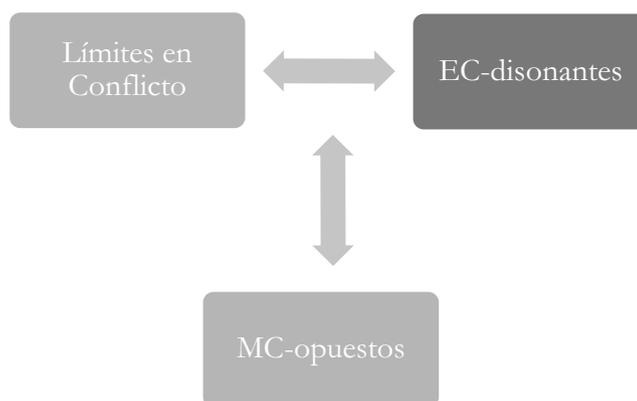
Yo creo que le dimos bastante al barrio. Principalmente le dimos a un montón de gente. Es como si hubiera una pileta enorme y nadie se anima a tirarse, hasta que no se tira el primero y dice “vení tirate que está bárbara”, hasta que se tiran todos. Ahora es un asco, están todos y dan ganas de irse. Nosotros fuimos uno de los primeros que nos tiramos a esa pileta (D3, diseñadora y propietaria, Calama Chicha, Palermo).

Hace años que vengo diciendo: ‘esto me está expulsando, me está expulsando’, pero hace dos años, más o menos la cosa cambió mucho. Mi local al lado tiene uno que se llama Paruolo, que es una marca de zapatos de shopping, siempre está lleno. Después hay otro más con unos zapatos horribles. Y yo ¿qué vendo?

Nada. Vendo muy poquito por día. Cuando abrió ese local hace dos años, con una estética para mí muy fea, lo vi lleno, la gente compra eso, esa estética. La gente que venía a Palermo hace 15 años, no viene más, porque les da fobia. Primero, los fines de semana son como la calle Florida, un descontrol. Una masa humana paseando. Capaz que es muy elitista, yo me siento en un punto bastante elitista, pero yo interpreto que hay gente que tiene mal gusto [...] Todo el tiempo, a la gente que viene ahora a pasear a Palermo mi local les parece horrible, mi ropa les parece horrible, porque vienen a Paruolo y al otro de al lado y al bar blanco y violeta. Vienen a buscar otra cosa” (D5, diseñadora y propietaria, Caro de Dam, Palermo).

En resumen, las organizaciones creativas participan en la configuración de EC-disonantes debido a la convivencia conflictiva entre dos modos de funcionamiento que se superponen temporalmente en un mismo momento. La traducción espacial de esta convivencia es la puesta en duda o la inestabilidad en la demarcación de los límites espaciales que definen a las organizaciones. Así los límites espaciales, temporales y simbólicos se convierten en arena de disputas directa con otros equipos actuantes (como en el caso de algunos artistas contra otros y la administración en La Escocesa) o indirecta (como en el caso de los diseñadores pioneros y fundadores contra los diseñadores advenedizos del barrio de Palermo). Como señalábamos hace un momento, son los RC los que hacen a los EC. Las organizaciones de este tipo, por cuestiones endógenas (cambios en los modos de funcionamiento) o exógenas (transformaciones barriales) habilitan temporalmente la convivencia de interacciones recíprocas que orientan de manera diferentes sus procesos creativos. Esta situación conlleva a una inestabilidad espacial que sin embargo posee potenciales para la creatividad.

Ilustración 23: Esquema de relación entre Límites en Conflicto, EC-disonantes y MC-opuestos



Fuente: Elaboración propia

5.2. El medio escénico

Las organizaciones creativas no solo delimitan los espacios de creación sino que los dotan de recursos escénicos. Siguiendo a Goffman, llamaremos *medio escénico* a los diversos tipos de recursos que disponen los lugares donde ocurren situaciones de interacción creativa. Para Goffman el *medio* forma parte de la fachada espacial del equipo actuante. Su control resulta vital para llevar delante de forma exitosa una actuación determinada (Goffman 2009, p.109). El medio, además, ayuda a sostener una actuación a partir de disponer una serie de recursos con los que se decora una región. Por esta razón, Goffman define al medio como el equipo de signos estables de un lugar (Goffman 2009, p.125).

En nuestro estudio, y con una finalidad analítica, distinguimos tres tipos de recursos de los que dispone un medio escénico: *recursos materiales*, *humanos* y *simbólicos*. Los *recursos humanos* remiten al tipo y nivel de profesionales existentes en las organizaciones. Este tipo de recursos puede ser estable (su permanencia dentro del centro es indefinida o no preestablecida) o temporal (su permanencia es limitada o puntual); tener una función central o de apoyo a la creación; y diferentes modos de selección y contratación. Los *recursos materiales* tienen que ver con las condiciones físicas de los escenarios. Estos recursos pueden ser fijos (como el tamaño y calidad de los espacios que dispone una organización) o móviles (vinculados al mobiliario y

objetos disponibles). Los *recursos simbólicos* remiten a determinados elementos de la organización (tanto humanos como materiales) que pueden ser percibidos por los actores como prestigiosos o que aluden a un determinado tipo de identidad.

Las organizaciones creativas tienen un rol importante en el montaje del medio escénico de los EC. En esta sección analizaremos los distintos tipos de medios que disponen los EC y como los mismos condicionan los RC distinguiendo entre *medio escénico híbrido*, propios de los EC-abiertos (sub-sección 5.2.a), *medio escénico homogéneo*, característicos de los EC-cerrados (sub-sección 5.2.b) y *medio escénico heterogéneo*, propios de los EC-disonantes (sub-sección 5.2.c).

5.2.a. Medio escénico híbrido

Una organización creativa puede ser pensada como el *plató* de un gran teatro que contiene una cantidad indefinida de EC que se dibujan y desdibujan al compás de los RC que allí se celebran. Como observamos en la sección anterior, la organización, o el equipo que actúa en nombre de ella, pero también los propios creadores, pueden definir (de manera más débil o fuerte) los límites de estos múltiples escenarios ayudando a estabilizarlos.

Además de definir los límites de los EC, las organizaciones, o más específicamente el equipo de actores encargado de funciones organizativas, es quien selecciona, agrupa y estabiliza al conjunto de creadores que allí trabajarán. Los mecanismos de selección de creadores suelen ser diversos y variados. En centros de creación artística como La Nave Espacial o La Fundició, caracterizados por el establecimiento de límites débiles, no existe un criterio del todo definido y establecido, a diferencia de lo que ocurren en centros más profesionales como Hangar o La Escocesa. En este tipo de centros, más comunitarios, la selección se produce por afinidad personal y cierto ideario extra-artístico común, como por ejemplo el compromiso por la comunidad local.

Los propietarios nos cedieron el espacio, entonces no pagamos alquiler, ni tenemos ningún vínculo económico, salvo la amistad. Se llama masovería

urbana. Aquí en Cataluña es un término que se utiliza para decir: yo te vigilo y tú me cedés el espacio [...]. El hecho de no estar pagando un alquiler te obliga a no poder cobrar ni hacer una selección de artistas. Es un poco diferente de otros centros, ya más institucionales, que reciben subvenciones y alquilan espacios. A estos centros, como Hangar o La Escocesa, se les hace necesario hacer una pequeña selección. Esta selección es de cara a tener un terminado nivel creativo, o sea, ofrecer o aportar algo más a lo que es el centro, ya que estos centros también se dedican a la promoción artistas [...] [Aquí] en principio siempre han sido conocidos, o allegados, o gente que cayó bien. Han preguntado si había espacio, aunque tenemos esta sala grande, que se podrían hacer muchos espacios y podría entrar mucha gente, la idea es no saturar el espacio (G6, escultor y director, La Fundició, Poblenou).

La selección de creadores de acuerdo a criterios extra-artísticos (afinidad personal o ideario común) genera un principio de heterogeneidad artística, que define y caracteriza a los recursos humanos disponibles. De esta forma, podemos observar que las personas que trabajan en este tipo de centros poseen distintos niveles de profesionalidad y especialización. En La Fundición, existe una disparidad de niveles de conocimiento y profesionalidad y una diversidad de orientaciones creativas. Así encontramos personas que se especializan en escultura, pintura, fotografía, instalaciones, video-arte junto con personas dedicadas a actividades culturales y sociales del barrio de Poblenou. La propia persona encargada de coordinar el centro condensa en su propia persona esta heterogeneidad. Además de escultor, es el presidente de la Coordinadora de Entidades Vecinales de Poblenou. En el caso de la Nave Espacial, la mayoría de los asistentes se especializan en actividades vinculadas con el circo y las acrobacias, pero su nivel de conocimiento y profesionalidad es variado. Podemos encontrar personas que recién se inician en la actividad junto con profesionales que se desempeñan en prestigiosas compañías de circo.

No podría decirte quién es un artista y quién no. Además, este lugar es conocido mundialmente. Hoy viene esta chica, por ejemplo, de Australia y se queda un mes aquí, y así van pasando. Hay gente que no ha hecho nunca en su vida circo y no conoce esto. Esa es la filosofía de la nave, dar a conocer. Ahora si te quieres

profesionalizar lo mejor es que vayas a una escuela (AV24, artista del circo y referente, La Nave Espacial, Poblenu).

El principal activo de este tipo de centros, en cuanto a recursos materiales disponibles, es la existencia del propio espacio de trabajo. Estos centros no cuentan con ningún tipo de soporte económico para los creadores (becas o contratos), tampoco con materiales técnicos específicos para la creación, más allá de los que aportan los propios artistas y que suele compartirse. Por su parte, desde el punto de vista simbólico, estas organizaciones se caracteriza por la combinación de elementos que poseen una doble valencia: artística y comunitaria-reivindicativa. Por ejemplo, en La Fundición, se pueden observar numerosas esculturas y fotografías artísticas que evocan al pasado fabril del barrio, y que están expuestas de forma permanente. También, en ciertas épocas, se exhibe una réplica de un tanque usado por la FAI (Federación Anarquista Ibérica) durante la guerra civil española y que el centro usa para determinados desfiles. El logo y el nombre del centro, a su vez, remite a la antigua función del espacio: una fundición. Así la decoración refuerza y define una identidad de centro que solapa elementos artísticos y comunitarios.

Nosotros, al ser el espacio más alternativo, autogestionario, generamos algún tipo de atractivo que tal vez otros espacios no tienen. Es como si fuéramos los okupas, porque siempre está presente el tema de la crítica social, lo festivo, lo popular, el hacer comidas dentro de los Talleres Abiertos. No nos limitamos a ser un centro de creación, donde mostramos nuestras cosas. Por un lado, nos gusta mostrar las creaciones de cada uno, de cada persona; pero, por otro lado, invitamos a participar de las actividades sociales a la gente [...]. El espacio está semi-cuidado, o sea, haría falta hacerle algunas reformas generales, pero yo creo que a la gente le impacta un poco que todavía se pueda conservar algún espacio así por la parte privada, que no sea con sustento público como Hangar o La Escocesa, que están subvencionados [...]. Un poco aquello del espíritu libre lo tenemos nosotros (G6, escultor y director, La Fundició, Poblenu).

Diversidad en tipo y calidad de recursos humanos, pocos materiales específicos vinculados con la actividad y un eclecticismo simbólicos en el conjunto de elementos

que decora el lugar configuran un *medio escénico híbrido*. Un medio escénico híbrido se define por la disposición de un equipo de signos y recursos no del todo funcionales a una actividad específica. Esta falta de especificidad no quiere decir ausencia de unidad. Existe una unidad, fusión o hibridez de los recursos marcada por la finalidad principal del centro pero combinada con otros elementos que dotan al medio de cierta ambivalencia o eclecticismo.

Ilustración 24: Elementos que configuran el decorado interior de La Fundició



Fuente: Fotografías Propias

El medio escénico, junto con sus recursos, puede ser entendido como el lugar donde se depositan ciertos conocimientos locales [*tacit knowledge*] imposibles de codificar y convertir en un conocimiento formal (O'Connor 2004; Lawson & Lorenz 1999; Simmie 2004; Polanyi 2012). Un medio escénico híbrido condensa elementos divergentes que por su oposición permiten disponer de un conocimiento singular y no específicamente orientado. Si los RC definen a los EC, una organización, además de prefigurar límites espaciales donde este tipo de rituales se celebran, los dota de recursos que el equipo de creadores activa en sus interacciones focalizadas. Los creadores se embeben de él y a la vez lo usan. Un medio híbrido o no del todo definido dificulta orientaciones creativas definidas. Por tanto, si la organización dispone un medio escénico híbrido es probable que los RC que allí se celebren tiendan a definir EC-abiertos que configuren MC-experimentales o no claramente orientados. Ahora bien, si el medio escénico es ambivalente, y dispone de recursos, humanos y

materiales, tanto artísticos como comunitarios, también es probable, que se activen elementos comunitarios que orienten la creación artística o que se intervengan en problemáticas comunitarias a través del arte.

Los centros de creación artística como Zona Factoría de Art en Barcelona y Casa San Crespín en Buenos Aires, al igual que sus pares del tipo comunitario, definen un medio escénico híbrido. Sin embargo, y como veremos enseguida, esta hibridez posee algunas características diferentes que marcan la singularidad de este tipo de espacios. La primera de las diferencias tiene que ver con el modo de selección y la calidad y tipo de recursos humanos de la que disponen. En ambas organizaciones existe un principio de selección regido por criterios extra-artísticos. En los centros comunitarios se combina afinidad personal e ideológica para definir quién puede y quien no trabajar en el centro. En cambio lo que prima en centros como Zona Factoría de Art y Casa San Crespín, basados en dinámicas de amistad, es la empatía personal. En el caso de Casa San Crespín esta empatía se genera previamente y es la que lleva al grupo a querer compartir un espacio de trabajo común. En Zona Factoría de Art es el criterio que prima para incorporar algún nuevo integrante al espacio.

Ya de base había muy buena onda. Yo había disfrutado muchísimo en el seminario del Di Tella. Siento que me enriquecí, una cosa increíble, crecí un montón, y siento que la gente con la que armamos el proyecto valía la pena conservarlos, no solamente como amigos sino como compañeros de lugar. Sus opiniones acerca de las cosas, sus maneras de expresarlas, me sirvieron mucho. Noté un cambio muy grande de mi obra después del Di Tella, amplié mi visión (AV17, artista visual residente, Casa San Crespín, Palermo).

¿Y cómo se selecciona a alguien que quiera venir a trabajar acá? [...] El criterio se basa en el *feeling* personal, más que en algún criterio artístico. No pedimos *book* ni nada. Solo nos fijamos en el *feeling* de la persona. Resulta importante cuando hay que convivir muchas horas (G8, escultor y coordinador, Zona Factoría de Art, Poblenu).

El criterio de selección basado en la empatía personal o relación de amistad produce una situación ambivalente en cuanto al tipo y calidad de recursos humanos disponibles en el centro. Por un lado, se constata una homogeneidad en las edades y tipo de formación de los creadores. Generalmente son artistas que se conocen previamente por haber estudiado en los mismos espacios y haber generado allí algún tipo de lazo de amistad. Por otro, y al no existir un criterio artístico que valúe su ingreso, el nivel profesional de los artistas es variado. Encontramos desde artistas no-profesionales, semi-profesionales o en vías de profesionalización trabajando en el mismo espacio. El hecho que hayan estudiado en las mismas escuelas, asistido a los mismos talleres, no se traduce directamente en un mismo nivel de profesionalidad. Por lo que encontramos una heterogeneidad de profesionales unidos, en muchos casos, por su formación común y amistad.

La segunda de las diferencias tiene que ver con los recursos materiales y simbólicos disponibles en el lugar. Este tipo de centros tampoco cuenta con recursos suficientes para la creación artística. Al igual que en los centros del tipo comunitarios, el principal recurso es la disponibilidad de espacios para el desarrollo de la actividad creativa y también expositiva. Sin embargo, los elementos que definen y configuran el decorado del lugar se caracterizan por una ambivalencia diferente: remiten tanto al mundo del arte como al del hogar. El hecho de que algunos artistas vivan en los centros, sumado a la importancia de los lugares comunes donde se está y se comparte, genera un palimpsesto artístico-hogareño singular. En el centro de arte de Casa San Crespín esta situación se hace muy evidente. Cada taller individual aparece decorado con elementos relacionados con el mundo del arte, como mesas de trabajo, pinturas, esculturas, herramientas, pinceles, ordenadores, etc. Por el contrario, los espacios comunes escenifican el ámbito de una casa: sillones, mesas y sillas formando un virtual comedor común; una cocina que se convierte en punto neurálgico de reuniones. Esta situación se replica en los espacios donde viven los artistas pero de manera condensada. De este modo, los espacios de vivienda funcionan, a la vez, como verdaderos dormitorios-talleres donde conviven una cama, una mesa de noche junto a bastidores y pinceles. El propio nombre del lugar remite también a la dimensión hogareña: Casa San Crespín.

¿Cómo definirían el espacio? Casa -taller. Es una casa-taller, abierta, es fundamentalmente de trabajo. Estructuralmente hablando, es un galpón que fue una maderera y productora, como que no sé si es muy “casa”, lo hicimos casa (G17, coordinación Casa San Crespín, Palermo).

Las interacciones hacen al lugar pero el lugar, a su vez, prefigura interacciones posibles. En nuestro análisis los RC hacen a los EC pero estos definen determinados marcos que estructuran y orientan la actividad creativa. Un medio escénico que combina y fusiona elementos de taller artístico y de hogar común, prefigura modos de interacción y percepción que favorecen la generación y fortalecimiento de lazos comunes, como la amistad, que atraviesan y van más allá que la actividad artística. Artistas-amigos hacen de su espacio de trabajo un taller-casa, y, a su vez, el taller-casa les brinda un soporte tangible que les devuelve, como la casa de Kabila analizada por Bourdieu (2007), las mismas pautas que ayudaron a configurarla. El sentirse en casa con amigos en los que se confía ayuda a hacer que un artista pueda experimentar en su creación sin el temor a equivocarse o apurado por lograr un producto acabado.

Ilustración 25: Decorado de los espacios comunes de Casa San Crespín

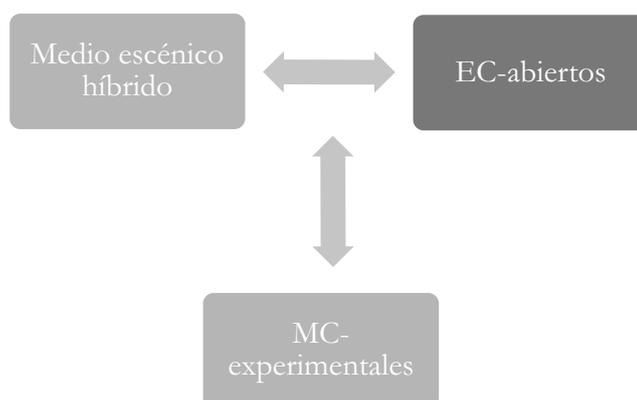


Fuente: Página web Casa San Crespín (<http://cargocollective.com/sancrespin/About-Casa-San-Crespin>)

En resumen, un medio escénico híbrido se define por la existencia de recursos (materiales, humanos y simbólicos) que poseen una doble valencia: artística y extra-artística fusionadas o mezcladas (sean estas vinculadas a aspectos socio-comunitarios o de amistad). En lo que respecta a los recursos humanos, esta diversidad es posible debido a la ausencia de una definición de criterios profesionales por parte de la organización a la hora de seleccionar a los creadores residentes. La consecuencia es la

existencia de creadores de diferentes niveles profesionales y/o tipos de actividades. En cuanto a los recursos materiales existe una combinación de elementos artísticos y extra-artísticos que define el decorado de los escenarios donde ocurren las situaciones de interacción creativa. Al ser percibida por actores competentes esta combinación posibilita múltiples combinaciones dentro de los límites que el medio dispone. Así, un medio escénico híbrido participa en la definición de EC-abiertos y en la configuración de MC-experimentales (sean del tipo comunitarios o basados en relaciones de amistad) al disponer recursos eclécticos y no definidos que son activados en cada uno de los RC que allí se celebran.

Ilustración 26: Esquema conceptual de la relación entre Medio Escénico Híbrido, EC-abiertos y MC-experimentales



Fuente: Elaboración propia

5.2.b. Medio escénico homogéneo

Organizaciones creativas del tipo profesional como Hangar o Palo Alto enmarcan en su interior una pluralidad de EC-cerrados claramente delimitados. Estos escenarios, disponen de elementos específicos vinculados con la actividad creativa para la que fueron prefigurados. A nivel de recursos humanos se observa una homogeneidad en cuanto al tipo de actividad y nivel profesional de sus creadores. En Hangar, por ejemplo, encontramos a jóvenes artistas visuales especializados en arte digital o video arte en vías de profesionalización. La existencia de artistas de un mismo nivel profesional y orientación creativa resulta posible por dos razones. En primer lugar,

debido a la existencia de un equipo de expertos en la materia (externos y/o internos a la organización) encargado de la selección de los artistas y proyectos residentes. En segundo lugar, gracias a la disponibilidad de mecanismos específicos de selección, que funcionan de acuerdo a las metas y finalidades del centro. De esta forma, el equipo encargado de la organización, o quienes actúan en nombre de ella, funciona como un tamiz que permite el ingreso de artistas que cumplen con determinados requisitos artísticos, dejando fuera a quien no los alcanzan. Estos pequeños rituales de selección, en donde un determinado equipo de expertos decide el ingreso o no de determinado tipo de artista, de acuerdo a ciertas reglas pre-establecidas, termina funcionando como un elemento homogeneizador de los recursos disponibles. Los artistas elegidos para ingresar como residentes pueden ser diversos en muchos sentidos, pero son iguales en aspectos fundamentales de su actividad artística como su formación, orientación creativa, calidad de obra y prestigio en el medio.

La asamblea de la asociación escoge directamente a los miembros del jurado, que conforma esta Comisión de Programas, que escogen tanto a los artistas en residencia, o sea que abren la residencia, como los que se van con becas. Todos los artistas están escogidos por un jurado que viene directamente votado y refrendado por la asamblea, o sea por todos aquellos socios que participan. Aquí la Comisión de programas siempre está conformada por tres artistas y dos críticos o curadores [...] [que] cada dos años cambian [...]. Tanto artistas como proyectos residentes pasan por la aprobación de la Junta, pero los artistas son a propuesta de la Comisión, en cambio los proyectos yo los propongo (G4, directora Hangar, Poblenu).

De esta forma, los propios artistas residentes, sumados al equipo técnico de asistencia, conforman uno de los principales activos en esta clase de organizaciones. La especificidad en los recursos humanos disponibles se complementa con los recursos materiales del centro. A la existencia de espacios funcionales para las distintas etapas de los proyectos artísticos (espacios de trabajo, laboratorios de videos, de robótica interactiva, etc.) se suman recursos materiales que van desde equipamientos técnicos adecuados para cada una de las distintas etapas de los proyectos artísticos hasta ayudas económicas (como becas) para el desarrollo de la actividad. Por otra parte, los

elementos que conforman el decorado de la organización remiten a cuestiones vinculadas casi con exclusividad al mundo artístico. Desde los objetos que hay en cada uno de los espacios de trabajos individuales (como caballetes, obras en procesos, equipos tecnológicos, etc.), hasta los que se encuentran en los lugares comunes (como mesas de trabajos, equipos técnicos, imágenes u objetos artísticos). Sin embargo, independientemente de estos elementos, los escenarios del centro se presentan como espacios minimalistas en lo concerniente a su decorado. En los distintos lugares de la organización no existen huellas demasiado evidentes vinculadas con actividades extra-artísticas o marcas personales de un artista en particular. Son lugares de paso, casi despojados, por donde los artistas residentes transitan de acuerdo a las necesidades de sus proyectos creativos. Inclusive los espacios individuales de trabajo revisten la misma austeridad en sus fachadas. Paredes blancas y pocos elementos de trabajo. Todos los espacios se presentan a sí mismos como lugares de paso. Su única finalidad es la de brindar soporte para la creación.

La excepción a este tipo de espacios despojados y minimalistas la representan los lugares destinados a la administración del centro. Estos lugares están cargados de atributos artísticos (sobre todo imágenes), personales (vinculados con el equipo de administración) y administrativos (escritorios, ordenadores, material de oficina, etc.). La estabilidad de los organizadores contrasta así con la temporalidad de los artistas residentes que tienen poco tiempo para dejar sus huellas en el lugar de trabajo. El decorado, de esta manera, acentúa y resalta el papel relevante que cumple el equipo administrativo en relación a los artistas residentes. El medio de su espacio de trabajo marca la centralidad de su función dentro de la organización como actores claves para la asistencia y orientación de los proyectos artísticos de los artistas residentes.

En la sección anterior definimos al medio escénico híbrido a partir de la disponibilidad de recursos divergentes de determinados espacios. Ahora debemos definir a los espacios que poseen recursos que remiten a una misma especialidad como medio escénico homogéneo. Un *medio escénico homogéneo* se define por la existencia de recursos de un mismo tipo que adquieren cierta funcionalidad para lograr una finalidad definida. Centros de creación artística como Hangar disponen en la mayoría de sus

espacios de un medio escénico homogéneo. Este tipo de medios condensa elementos similares que refuerzan la orientación creativa del equipo de artistas. Los RC que se celebran en este tipo de medios tienden a definir más claramente su para qué y orientación. Los EC tienden así a cerrarse y a estar orientados hacia una finalidad que el medio escénico refuerza gracias a su carácter unívoco. No hay espacio para la diversidad, solo para la realización de una actividad que el medio ayuda a definir.

En el Capítulo 4 de esta Tesis afirmamos que los RC definen a los EC y que, a su vez, estos participan en la configuración de MC. Esta participación se define a partir de los límites y medios que disponen los escenarios. El compartir un espacio con artistas en vías de profesionalización, seleccionados por un equipo de expertos, sumando a la disposición de recursos materiales destinados al desarrollo y asesoramiento para la creación, refuerza la idea de profesionalidad del equipo actuante que ayudan a la configuración de MC-profesionales orientados hacia finalidades estéticas o artísticas.

Los locales de diseño del barrio de Palermo de la ciudad de Buenos Aires también disponen de un medio escénico homogéneo en sus escenarios. Como señalamos en la sección anterior, la pequeña o mediana escala de los emprendimientos hace que el espacio destinado para la creación esté, muchas veces, detrás del de ventas. Este es el caso de No Lineal, que posee un espacio dividido en dos: un local comercial al frente y un lugar de creación y diseño al contra-frente. En otros emprendimientos, como Lala, el espacio de venta también funciona como espacio circunstancial para la creación y el diseño. Finalmente, en casos como el de Puro, el espacio de venta está separado del de diseño y confección. Independientemente de las locaciones de los espacios que definen a los emprendimientos, el medio escénico que los reviste y les brinda una imagen visible, tiende a la homogeneidad. La peculiaridad de este tipo de organizaciones es que mientras más visibles es el espacio, esto es, que esté más abierto hacia el público visitante, más homogéneo se convierte el medio. De esta forma se puede constatar una mayor homogeneidad en el medio escénico en los espacios destinados a la venta al público y no tanto en los lugares de diseño y de confección.

En los espacios de venta hay una puesta en escena especial que funciona como punto de conexión entre otros locales, el entorno barrial y los productos de diseño. Desde el punto de vista de los recursos humanos, existe una confluencia de diseñadores que instalan allí sus propios locales convirtiendo al espacio urbano en un gran escenario común con una estética singular (ver Capítulo 6 de esta Tesis). Los diseñadores vienen atraídos por otros diseñadores que se instalaron allí previamente y por las potenciales ventas que pueden generarse debido al flujo de público circulante. De esta forma, el barrio se convierte en un acervo de recursos humanos potencialmente activos para encuentros creativos-comerciales directos y/o indirectos que repercuten en la labor creativa y en las estrategias comerciales de los diseñadores.

Se nos acercan los diseñadores, al principio los teníamos que buscar nosotros, pero al tener local se acercan todo el tiempo, te ofrecen cosas. Nosotros vemos qué es lo que falta o lo que podría llegar a complementar y ahí probamos. ¿Y ustedes tienen algún criterio estético de selección? Sí. La estética es medio romántica vintage, más que nada, así que lo que más o menos se acerque a eso puede ir. [Elegimos esta línea] por una cuestión de gusto personal, era como siempre, encaramos la marca y fue lo que quisimos seguir trabajando sin dejar de lado lo que es tendencia o moda (D8, diseñadora y propietaria, Kapush, Palermo).

Los espacios de venta funcionan como terminales que se conectan entre sí a través de los diseñadores pero también de la estética de sus objetos y decorados, conformando un medio común que trasciende a los emprendimientos y se entrelaza con el entorno urbano, convirtiendo al barrio en un centro comercial a cielo abierto. Por tanto, en este caso, podemos hablar de un medio escénico homogéneo en un sentido amplio. Los diseñadores que allí trabajan lo hacen en un entorno inmediato y mediato lleno de estímulos visuales que remiten a un tipo particular diseño. Las interacciones focalizadas en aspectos de la creatividad se dan detrás de bambalinas en los espacios destinados a la creación y al diseño, pero también en el frente de sus locales en contacto con el público y otros diseñadores del barrio. En ambos casos el medio es uno y el mismo, que ayuda a prefigurar orientaciones estético-comerciales.

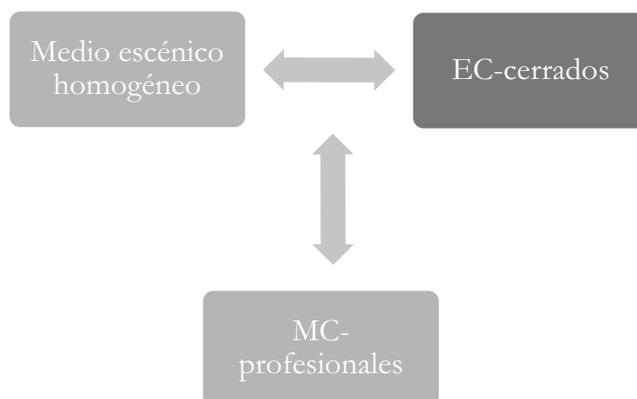
Ilustración 27: Decorado interior del local de Kapush



Fuente: Fotografía propia

En resumen, un medio escénico homogéneo se define por la existencia de recursos materiales, humanos y simbólicos de un solo tipo que adquieren cierta funcionalidad para la consecución de determinadas finalidades específicas (estéticas o comerciales). La existencia de un cuerpo de expertos y un mecanismo de selección específico al interior de las organizaciones creativas garantiza la disponibilidad de recursos humanos similares en cuanto a nivel profesional y orientación creativa (como es el caso de los centros de creación artística). Lo mismo ocurre con la concentración urbana de organizaciones con finalidades creativas similares, que funcionan como atracción de creadores de un mismo tipo (como es el caso de los emprendimientos en diseño en el barrio de Palermo de la ciudad de Buenos Aires). Por otra parte, en los medios escénicos homogéneos los recursos y sus percepciones tienden a ser también unívocos, esto quiere decir que están lo suficientemente determinados para servir al desarrollo de una sola actividad. Se puede afirmar que un medio de este tipo participa en la prefiguración de EC-cerrados al disponer de recursos lo suficientemente definidos como para garantizar una orientación creativa específica en cada uno de los RC que allí se celebran. La resultante son MC-profesionales, sean estéticos o estéticos comerciales.

Ilustración 28: Esquema de relación entre Medio Escénico Homogéneo, EC-cerrado y MC-profesionales



Fuente: Elaboración propia

5.2.c. Medio escénico heterogéneo

Las organizaciones creativas donde se emplazan EC-disonantes, como el centro de creación artística La Escocesa en Poblenou o los emprendimientos en diseños pioneros o fundadores en Palermo, poseen un medio escénico que se asemeja al medio híbrido descrito en la sección 5.2.a. Características como la coexistencia de recursos humanos de distintos niveles profesionales y orientaciones o de elementos de distintas procedencias que decoran el escenario hacen que este tipo de medios se asemejen a los híbridos. Sin embargo, a diferencia de este tipo de medios, los recursos divergentes no tienden a la fusión o hibridez sino a la yuxtaposición heterogénea.

Al comienzo de este capítulo definimos a este tipo de organizaciones como establecimientos donde conviven conflictivamente dos lógicas de funcionamiento diferentes en un mismo espacio y período de tiempo. En lo referido a las delimitaciones espacio-temporales, esta situación se traduce en límites conflictivos. Ahora bien, en lo referente al medio escénico, esta conflictividad toma cuerpo a partir de la yuxtaposición no resuelta de elementos que se corresponden a momentos y dinámicas organizacionales diferentes. En el caso de los emprendimientos en diseño pioneros o fundadores del barrio de Palermo como Calma Chicha, Caro de Dam o Mariana Dappiano, esta situación se traduce en una puesta en escena de sus locales que marca la tensión entre una orientación más autorial (o estética) y otra más

comercial. En el caso del centro de creación artística La Escocesa del barrio de Poblenou, esta tensión se puede observar en la existencia de elementos que remiten a un pasado más comunitario y a un presente más profesional o institucional.

Actualmente en La Escocesa conviven artistas de distintos niveles profesionales que ingresaron por diferentes modalidades de selección según las distintas etapas que atravesó la organización. De acuerdo a lo analizado, al menos se pueden distinguir tres modalidades de ingreso que definen los recursos humanos con los que dispone el centro. En primer lugar, están los artistas que ingresaron en la primera fase de la organización, cuando no había ninguna restricción de ingreso salvo el pago de un alquiler. En segundo lugar, están los artistas que lo hicieron en el momento de la conformación de la asociación de artistas, cuando existía una afinidad comunitaria o reivindicativa que jugaba un rol preponderante a la hora de determinar quine entra y quién no. Finalmente, están los que ingresaron cuando se eligió la figura de un gestor para el manejo de la organización. En esta última etapa, que coincide con la presentación del proyecto para el ingreso al programa Fábricas de la Creación del Ayuntamiento de Barcelona, el ingreso se basa en un criterio de selección del tipo profesional, llevado adelante por un jurado de expertos en la materia.

Entramos como un colectivo que se llama A+B, Arte Bastardo. Teníamos la peculiaridad de hacer arte fuera de cánones, en la calle y con crítica. Eso sumó para que nos aceptaran aquí. Tocamos temas bastante críticos, políticos y nos gustó porque, en su momento, íbamos más a la calle. Desde el 2005 con toda la normativa urbana, hubo momentos de gran esplendor, y eso nos sumó para que estemos aquí (AV11, artista visual residente, La Escocesa, Poblenou).

La convocatoria, por lo menos en la que yo estuve, los jurados fueron dos artistas de La Escocesa y tres externos, entre los que estaba mi galerista, con la cual después empecé a trabajar. Después había dos críticos, creo que uno era belga y el otro no me acuerdo. Y fue por unanimidad, eso fue la primera vez en mi vida que me sucede (AV10, artista visual residente, La Escocesa, Poblenou).

El resultado de esta diversidad de criterios en las modalidades de ingreso es la existencia de artistas que tienen, no solo diferentes niveles de profesionalidad sino, además, distintas preocupaciones y orientaciones artísticas. A diferencia de un medio escénico híbrido, donde los creadores de distintas procedencias y niveles de profesionalidad tienden a complementarse a partir de criterios comunes que atraviesan y van más allá de la propia práctica artística -como dinámicas del tipo comunitarias o basadas en relaciones de amistad- en un medio como este se yuxtaponen y entran en conflicto. Estos conflictos van desde la definición en el tipo de orientación del centro, los modos de organización, hasta las percepciones del espacio.

Para mí La Escocesa es un sitio fantástico porque tiene un mix entre profesional y amateur, que a mí me interesa. Si bien depende del estado, no está totalmente institucionalizado, no es una institución pública, entonces, eso te da un ángulo de libertad bastante grande (AV10, artista visual residente, La Escocesa, Poblenu).

Una de las cosas que hay que hacer y por donde yo siempre he creído que tenía que ir La Escocesa, y creo que se ha conseguido en parte, es un centro de alto rendimiento creativo. Un acelerador de partículas creativas. Y que la obra se mejore. Yo creo que un poco se ha conseguido. Hay artistas que ha entrado aquí, o que había, que en poco tiempo han crecido muchísimo. Y se están haciendo cosas que son bastante buenas, de gente que al principio no parecía que pudiera hacerlas (AV15, artista visual residente, La Escocesa, Poblenu).

Organizaciones como La Escocesa poseen recursos específicos vinculados con la actividad artística. Estos recursos van desde las ayudas económicas para la promoción de artistas (como el otorgamiento de becas) hasta la existencia de materiales y herramientas para el uso artístico. Además, el centro cuenta con espacios de trabajo individuales y una sala de exhibición colectiva donde se realizan muestras temporales de los artistas residentes. Todos estos recursos materiales definen un medio específico orientado a la creación. Sin embargo, el centro cuenta con numerosos espacios comunes. En la planta baja, por ejemplo, existe una cocina donde los artistas

comparten comidas y un gran espacio común que oficia de hall distribuidor, donde en ocasiones hay una mesa de pin pon. En la planta alta, por su parte, hay un espacio de estar acondicionado con sillones y mesas y un gran terraza intervenida por artistas (Basov & Nenko 2013, pp.7–12). En Hangar este tipo de espacios también existe, aunque no tienen la centralidad o la frecuencia de uso que hay en La Escocesa. Sin embargo, la diversidad de procedencias y marcos que configuran las precepciones y modos de interacción entre los artistas define un uso diferencial de los espacios y sus elementos.

Ilustración 29: Intervenciones artísticas en La Escocesa



Fuente: Fotografías Propias

La coexistencia de espacios y elementos destinados al trabajo profesional y al estar comunes, pero usados de manera diferencial de acuerdo a la procedencia de los distintos artistas del centro, configuran un medio escénico heterogéneo. Un *medio escénico heterogéneo* se define por la coexistencia de elementos y espacios que, por sí mismos, tienen diferentes funciones y son usados de manera diferencial o alternada. En este tipo de medios resultan claves los modos de activación por parte de los actores en sus interacciones focalizadas. Así encontramos que los artistas que regulan y orientan su conducta creativa de acuerdo a criterios artísticos-comunitarios hacen un uso distinto de aquellos creadores que orientan su conducta de acuerdo a criterios artísticos-profesionales.

Todos los equipos que conforman los medios escénicos poseen un carácter de indeterminación semántica que posibilita su reinterpretación y usos diferenciales según la posición de los actores y el tipo de interacción que entablan²⁰. El grado de determinación o indeterminación del medio está relacionado con la forma y disposición de los elementos que conforman el equipo de decoración para ser usados de manera diferente a las que fueron diseñados. Mientras más determinado sea el medio más difícil resulta su transformación y mayor es su capacidad para orientar la conducta de los actores. Por el contrario, mientras menos determinado sea el medio mayor la capacidad de los actores para su transformación y apropiación. Un elemento lo suficientemente determinado resulta difícil que pueda ser utilizado para otra actividad distinta a la que fue diseñado, de ahí su alto grado de funcionalidad.

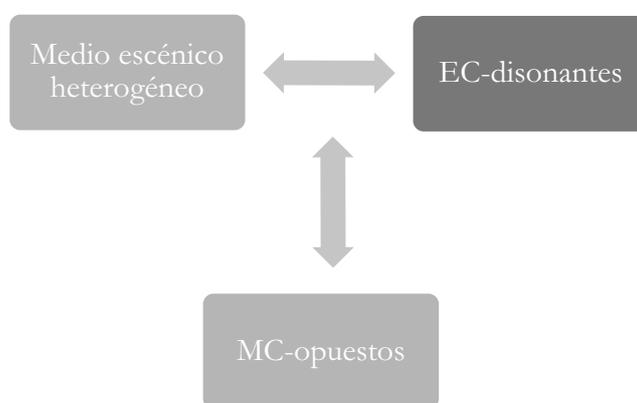
Los medios escénicos heterogéneos o híbridos son medios con un bajo nivel de homogeneidad y determinación en el equipo de elementos que definen su decorado. La diferencia entre uno y otro radica en su disposición y modos de uso. Mientras que los elementos divergentes de los medios heterogéneos tienden a estar dispuestos de forma segmentada, los de los medios híbridos tienen a estar yuxtapuestos y mezclados. Por otra parte, mientras que los primeros son usados y activados de manera diferente por los distintos equipos de creadores en sus interacciones. Los medios híbridos son usados y activados de manera igual o similar. En uno prima la separación, de ahí su heterogeneidad, en el otro la mixtura, de ahí su hibridez.

En resumen, un medio escénico heterogéneo se define por la existencia de recursos (materiales, humanos y simbólicos) que remiten a distintas funciones y que se disponen de manera segmentada en el espacio. La diversidad y segmentación se deben a la convivencia, en un mismo espacio, de elementos y recursos de diferentes momentos de la organización. En lo que respecta a los recursos humanos, los diferentes tipos y orientaciones creativas de los profesionales que residen en el centro

20 Sobre la indeterminación semántica de los objetos de la vida social y su capacidad para ser reinterpretados desde las distintas posiciones de los agentes dentro del espacio social véase Pierre Bourdieu: *Espacio social y Génesis de las Clases* (1990). Sin embargo, y a diferencia de Bourdieu, en nuestro caso nos referimos a la posición de los actores dentro de una situación determinada y no en relación a la estructura social.

es debida la existencia de distintos criterios por parte de la organización a la hora de seleccionar a los artistas residentes. La consecuencia, es la convivencia de equipos de creadores con orientaciones y finalidades creativas diferentes. En relación a los recursos materiales, existe una coexistencia de elementos que tienen una función determinada vinculada con el mundo artístico y otros que no. Sin embargo, a diferencia del medio escénico híbrido, esta coexistencia no se traduce directamente en una combinación o mezcla.

Ilustración 30: Esquema conceptual de la relación entre Medio Escénico Heterogéneo, EC-disonantes y MC-opuestos



Fuente: Elaboración propia

5.3. La dirección escénica

Hasta el momento hemos descrito la forma en que las organizaciones creativas participan en la configuración de los EC y sus orientaciones a partir de la definición de sus límites y su medio. En esta sección nos abocaremos a analizar como este tipo de establecimientos participan en las orientaciones creativas de los creadores a partir de determinadas regulaciones y acciones llevadas adelante por el equipo organizacional.

A lo largo de este capítulo hemos utilizado la noción de *equipo* de forma indistinta, y sin mucha aclaración, tanto para referirnos al grupo de actores que forman parte de la organización de un determinado establecimiento creativo como al grupo de creadores que en él reside y trabaja. Resulta menester, para esta sección, definir mejor

esta noción. En palabras de Goffman, un equipo es un conjunto de individuos que cooperan a fines de representar una rutina determinada al interior de cualquier establecimiento social (Goffman 2009, p.95). Goffman toma la noción de equipo de John von Neumann y Oskar Morgenstern (1953) y la ubica entre la actuación individual y la interacción total. Las características de un equipo se definen según su grado de cohesión o dependencia recíproca y familiaridad, elementos centrales para que un equipo actuante pueda definir una situación determinada (Goffman 2009, pp.98–99).

Goffman define como *interacción dramática* la acción recíproca que se da entre dos equipos actuantes al interior de un establecimiento social determinado (Goffman 2009, pp.108–109). En nuestro caso esta noción nos servirá para definir la relación ente el equipo de gestores de una organización creativa, en caso de que lo hubiera, y el equipo de creadores al interior de un establecimiento creativo. Dentro de la interacción recíproca o dramática entre dos equipos, Goffman distingue entre el equipo que tiene un *predominio directivo* y el que posee un *predominio dramático* al interior de una situación. Por predominio directivo Goffman entiende al equipo, y al interior de él las personas, que poseen una mayor capacidad para definir y dirigir una situación determinada. Por predominio dramático, se refiere al equipo o personas que ocupan el rol central en una situación. Por ejemplo, Goffman menciona que en un velatorio es el equipo de la casa fúnebre quien, por lo general, lleva el predominio directivo de la escena, al dirigir la ceremonia, y el difunto el predominio dramático, al ser su centro (Goffman 2009, pp.118–119)²¹. En nuestro análisis esta distinción nos servirá para diferenciar, por ejemplo, las maneras en que el equipo de creadores o de la organización adquiere uno u otro rol, y como esta situación modifica las orientaciones creativas del establecimiento.

Como argumento preliminar de esta sección sostendremos que la existencia de un equipo de gestores definido y con autoridad se corresponde con una orientación y direccionalidad creativa clara. Por el contrario, cuando menor definición o autoridad

21 Goffman, también menciona un tercer tipo de dirección, que es la protocolar, basada en las apariencias y en las exhibiciones (Goffman 2009, pp.120–122).

posea el equipo organizacional existirá una menor orientación creativa. La sección se dividirá en tres partes. En la primera parte, analizaremos la relación entre equipo organizacional y equipo de creadores en establecimientos creativos que enmarcan EC-abiertos (sub-sección 5.3.a); en la segunda, establecimientos donde se emplazan EC-cerrados (sub-sección 5.3.b); finalmente, en la tercera, donde existen EC-disonantes (sub-sección 5.3.c).

5.3.a. Baja direccionalidad creativa

Un equipo de gestores participa en la configuración de EC al pre-definir las condiciones del espacio donde se emplazan los RC. Como analizamos en las secciones anteriores esto lo hace al establecer los límites y el medio o entorno donde se emplazan los EC. En esta sección intentaremos mostrar como determinadas acciones y regulaciones del espacio también hacen a su definición. Los RC -que tienen por foco de atención algún aspecto vinculado con la creatividad sean del tipo estéticos, conceptuales o valorativos- funcionan como eslabones de un encadenamiento mayor que define los procesos creativos en su conjunto. Dentro de este proceso existen personas o equipos de personas que juegan un rol clave a la hora de definir sus orientaciones y direccionalidades. Estas personas pueden ser otros creadores, como artistas, diseñadores o productores audiovisuales, con los que se trabaja conjuntamente, o formar parte del equipo de la organización creativa. Su rol principal es el identificar problemas o controversias dentro de un campo e incentivar a su resolución.

Collins señala como característica crucial de la creatividad el identificar problemas sin resolver y convencer a los demás de la importancia de su esclarecimiento. Para Collins este tipo de procesos se estructuran a través de encadenamientos entre maestros y discípulos en un proceso de transferencia e intensificación del capital cultural (Collins 2005, p.85). Las organizaciones, a través del reclutamiento de creadores y la existencia de un cuerpo de gestores o directivos, cumplen un rol relativo, pero igualmente importante, para definir direccionalidades creativas. El núcleo dramático de este tipo de establecimientos lo interpretan los creadores en su actividad creativa. Sin embargo,

muchas veces existen equipos de personas que, a través de diferentes acciones, ayudan a direccionar este núcleo dramático. Este equipo de personas puede estar conformado por miembros diferenciados y distintos a los creadores o ser parte de los propios creadores.

La dirección creativa puede referirse tanto a cuestiones de contenido como de forma. Las cuestiones de contenido remiten al señalamiento de problemáticas relevantes dentro de un campo de creación específica. Las *direcciones formales* tienen que ver con acciones que tienden a enmarcar procesos de creatividad hacia una orientación más general y no tan específica. Si la direccionalidad de forma señala un área temática, la de *contenido* define problemas específicos a resolver. Una orienta de manera general, la otra direcciona de forma específica. En el capítulo 2 de esta Tesis, definimos como *enmarcamiento* al conjunto de acciones llevadas adelante por un determinado equipo de personas que tienen por finalidad definir orientaciones creativas en su aspecto formal. Enmarcar es establecer determinados mecanismos sociales a lo largo del tiempo a través de los cuales se codifican, a nivel de percepciones y regulaciones, determinados tipos de vínculos o acciones sociales que ayudan a pre-definir direcciones creativas formales²². El resultado de este proceso es el establecimiento de determinados marcos a los cuales llamamos *Marcos Organizacionales Creativos* (MOC). Los MOC refieren a las regulaciones y percepciones que tienden a definir la orientación de una organización en su conjunto.

En centros de creación artística como La Fundició o La Nave espacial no existe una clara distinción entre el equipo organizacional y el equipo de creadores. Muchas veces son los mismos creadores los que cumplen funciones de gestión en distintos momentos del tiempo. En el caso de La Nave Espacial, por ejemplo, el mismo equipo de creadores reunido en asamblea es quien toma decisiones respecto al

22 Basil Bernstein (1989) utiliza la noción de enmarcamiento para definir el contexto en el cual el conocimiento se recibe y se transmite. En este sentido, el enmarcamiento define los límites de la relación pedagógica entre maestro y alumno (que hace a la selección, organización, ritmo y tiempo de conocimiento). En nuestro estudio, la noción de enmarcamiento sirve para definir las acciones que regulan y definen los tipos de interacción que se realizan en un determinado establecimiento y que hacen a la orientación creativa.

funcionamiento y finalidades del centro. En el caso de la La Fundició la situación es un poco diferente. Al igual que en la Nave Espacial no hay mucha diferencia entre el equipo de la organización y el equipo de creadores. Sin embargo, encontramos una distinción entre el equipo de creadores y el equipo de actores vinculados a la asociación cultural y barrial “La Raspa”. La figura que coordina y aglutina estos dos equipos, además de ser la persona a quien se le ha cedido el espacio, trabaja como escultor y es presidente de la Coordinadora de Entidades Vecinales, por tanto comparte parte de las realidades de los dos equipos.

Al principio éramos dos grupos de gente: los creadores por una parte y los de la asociación La Raspa por otra. Ahora esta distinción se ha acentuado más. Hay gente que viene aquí, hace su trabajo y se marcha; pero de las personas hay unas cinco que son de la asociación o están más vinculadas a la asociación. El hecho de abrir y ceder el espacio, creo que es una motivación por parte de todos, tanto a nivel inicial, los de la asociación, como luego el resto de la gente que trabaja aquí en el taller (G6, escultor y director, La Fundició, Poblenou).

Cuando no existe una distinción clara entre equipo de creadores y equipo de organizadoras el predominio dramático y directivo recae en los propios creadores. Esta situación dificulta la direccionalidad creativa porque el señalamiento de problemáticas formales de un campo se juega en el propio acto de creación a través de diálogos específicos sobre distintos aspectos de la creatividad. Este tipo de interacciones focalizadas suelen suceder por fuera de un marco más general que las defina o estructure dentro de un espacio de interés.

Las interacciones que se celebran en establecimientos como La Fundició y La Nave Espacial tienden a fomentar la colaboración horizontal entre creadores. Este tipo de interacciones se traduce en un modo de organización del tipo asambleario para la toma de decisiones y una baja definición de los roles a desempeñar por parte de sus miembros. Por lo general, no existe ninguna figura en el equipo organizacional, ni tampoco el propio equipo en su conjunto, que cumpla una función de dirección estratégica formal que inserte a los creadores en problemáticas específicas del mundo

artístico o circense según el caso. Son los propios RC celebrados en su aquí y ahora los que definen el foco de atención en algún aspecto de la creatividad y lo estructuran en pos de un resultado específico (un ensayo, un objeto o proyecto). Sin embargo, esta situación no parece orientada en una direccionalidad creativa formal que la ponga en diálogo con problemas del campo cultural más generales.

Esta situación no quiere decir exactamente que dentro de los propios RC no se produzcan direccionalidades creativas que se puedan enmarcar en problemáticas formales más amplias dentro de un campo de saber o conocimiento. Lo que quiere decir es que no existe un cuerpo específico dentro de la organización que tienda a definirlo. Por tanto, las probabilidades de que este tipo de direccionalidades ocurran son menores. Cuando no existe un predominio directivo claro, el predominio dramático cobra relevancia en un estado más puro. El centro y vida de estos establecimientos es la creación, que no direccionada se convierte en ensayo y experimentación.

Ahora bien, en centros de creación artística de este tipo las interacciones focalizadas en algún aspecto de la creatividad son compartidas con otro tipo de interacciones que tienen por interés los problemas y la vida social y cultural del barrio. En el caso de la Nave Espacial estos intereses están definidos por el equipo de creadores que decidieron ocupar el espacio para convertirlo en un centro de creación. Este interés se manifiesta a nivel discursivo y toma cuerpo en una serie de eventos que tienen por foco identificar y denunciar las problemáticas del barrio, como los efectos no deseados del Plan 22@ y la ausencia de espacios de creación para el desarrollo de actividades creativas. En centros de creación como La Fundició co-existen en el mismo espacio equipos de personas que se dedican a actividades extra-artísticas como la asociación cultural La Raspa, de participación activa en las Fiestas Mayores del Poblenou. Las interacciones recíprocas entre estos dos equipos generan fricciones, en las formas de percibir y actuar, pero que se terminan por estabilizar en un marco organizacional que orienta a los equipos actuantes hacia problemáticas comunes del tipo socio-comunitarias.

Al final se ha creado como una especie de colectividad, estamos todos juntos, somos todos amigos y ya. Al principio no, la gente estaba un poco más separada, o sea, cada uno decía: “yo soy de aquí y yo soy de allá”. Ahora quizás no, ya todo el mundo está más integrado y cada uno participa de las actividades en la medida en que le interesan. Hay gente que participa y gente que no, hay gente que sólo viene, hace sus cosas y se va (G6, escultor y director, La Fundició, Poblenou).

Al final todo el mundo se implica, lo único es que hay gente que no estaba acostumbrada a trabajar en asociación o en colectivo, o venía de otros espacios donde tú pagabas un alquiler y no tenías otro tipo de relación que pagar un alquiler y usar el espacio [...] Al ofrecer un espacio que es un poco abierto, donde tú puedas decidir y puedas hacerte lo tuyo y además, en el grado de cada uno, involucrarte en otras actividades como son organizar eventos, a la gente la motiva. Hay gente que participa en la medida de lo que puede y hay gente que no (G6, escultor y director, La Fundició, Poblenou).

Las interacciones recíprocas entre equipos diferentes pueden terminar en un conflicto abierto si no existen mecanismos sociales que delimiten y señalen espacios de atención común. Estos mecanismos son acciones específicas que apuntan a seleccionar que tipo de vínculos merecen la pena ser desarrollados y cuales no; establecer su forma, salvaguardar su perdurabilidad y legitimarlos. Un tipo de acción es la selección de creadores que trabajan en el centro. Como observamos en la sección anterior, la selección de creadores, en organizaciones creativas comunitarias, se basa en una empatía personal e ideológica o de visión común. Esto supone la predisposición de los creadores seleccionados a establecer interacciones no necesariamente orientadas hacia problemáticas artísticas y si hacia cuestiones socio-comunitarias; o a realizar objetos o proyectos artísticos con un contenido social o que expresen los problemas del barrio o comunidad local. Otro mecanismo que funciona como elemento orientador o directivo es el establecimiento de una visión de futuro o misión del centro, que aunque no esté plasmada en ningún estatuto funciona *ad hoc* como guía general o formal que orienta el trabajo en el centro hacia un determinado tipo de problemáticas.

Nosotros lo que queremos es que no se pierda la memoria de aquí, del barrio. Desde la asociación hemos hecho trabajos sobre los cambios urbanísticos que se han hecho en el barrio, incluso alguna exposición sobre el tema industrial. Nosotros aportamos algo sobre eso, pero más que nada para que no se pierda la memoria, y no se quede el barrio como que si fuera el barrio más moderno que se olvida o se aprovecha de lo que había sido. Nosotros estamos más por reivindicar lo que había sido (G6, escultor y director, La Fundició, Poblenou).

En centros de creación artísticas como Zona Factoría de Art y Casa San Crespín tampoco existe un equipo de gestores, diferente al de creadores, que se encargue de la dirección creativa del centro. Al igual que sus pares comunitarios, es el mismo equipo de artistas el que asume roles vinculados con la gestión del centro. La división de tareas se da naturalmente y de forma poco planificada. Las cuestiones relativas con el mantenimiento del espacio se resuelven en reuniones grupales especiales no reguladas. La poca cantidad de miembros que trabaja en el espacio hace posible que no se requiera una estructura organizativa ni jurídica compleja. Son un grupo de artistas que comparten un espacio de trabajo común y se dividen tareas propias que hacen al mantenimiento y quehacer cotidiano para que el espacio pueda funcionar.

Cada uno desarrolla su actividad en paralelo, pero como estamos viéndonos, si surge algo, algún conflicto, alguna reparación, se soluciona, pero estilísticamente, por así decirlo, no tenemos un estatuto [...]. No somos asociación ni quisimos serlo, a lo sumo un colectivo. Porque no ha surgido tampoco, no tenemos la vocación de ser subvencionados, de crear una asociación para pedir subvención (G8, escultor y coordinador, Zona Factoría de Art, Poblenou).

Como en los centros de creación artística del tipo comunitarios, la no diferenciación entre el equipo de creadores y de organizadores hace que el predominio directivo y dramático también recaiga en los artistas. Sin embargo, existen elementos diferenciales e incipientes que hacen que el predominio directivo esté más direccionado hacia problemáticas estéticas y no de otro tipo. Uno de estos factores tiene que ver con la existencia de creadores dedicados a una misma actividad que se sostienen y apoyan mutuamente en su práctica artística. Como señalamos en el Capítulo 4 de esta Tesis,

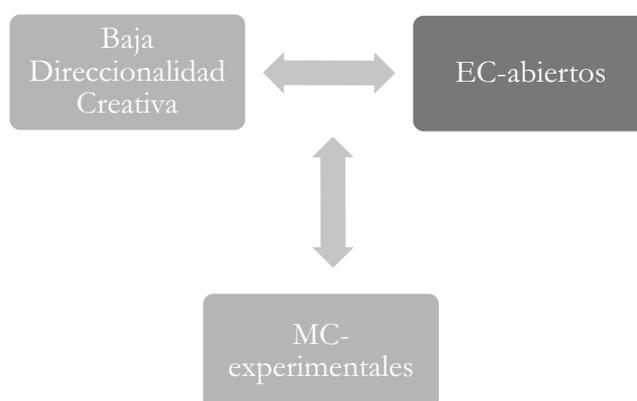
existe una suerte de estímulo constante para los creadores que supone el estar trabajando con otros artistas-amigos en quienes se confía y consulta en aspectos concretos vinculados con la actividad creativa individual. Otro factor diferencial tiene que ver con la realización de pequeños eventos, como muestras o charlas donde se expone y discute con otros creadores o expertos sobre temas artísticos. Estas pequeñas acciones, no del todo planificadas, funcionan como mecanismos que direccionan la actividad creativa hacia aspectos y problemáticas propias del campo artístico. Sin embargo, este tipo de acciones no cobran la suficiente fuerza como para definir un marco que las estabilice y regule en el tiempo.

Dentro del colectivo organizamos charlas. Tratamos de que no sean sólo dos invitados a conversar sobre algo sino que haya como una curaduría de charlas. Lo empezamos a pensar a partir de este año como de una manera más programada, como que haya una línea y que no sean dos personas hablando de su obra sino que haya cierta conexión entre esas dos personas o un interés de debate o una relevancia que creemos que nos puede influir (G17, coordinación Casa San Crespín, Palermo).

En resumen, los establecimientos creativos donde se emplazan EC-abiertos suelen no tener una complejidad organizacional muy elevada. Por lo general organizaciones de esta clase, no poseen una distinción clara entre equipo de gestores y equipos de creadores. Debido a esto, la dirección creativa recae en el propio equipo de artistas, quienes llevan adelante, además, su propia labor creativa. Esta situación genera algunas dificultades para el señalamiento de problemáticas formales dentro del campo específico de creación. El señalamiento de problemáticas se suelen reducir a la propia interacción focalizada en algún aspecto de la creatividad, al estímulo generado por un entorno de creadores o a pequeños eventos como exposiciones o charlas. Como consecuencia de esta situación, no hay una clara orientación por parte de la organización que regule las interacciones creativas que allí se celebran. De esta forma, el predominio dramático del establecimiento lo adquieren los RC, que no orientados, y en un espacio con límites y un medio difuso se convierten en una finalidad en sí misma, configurando EC-abiertos y MC-experimentales. Por último, las interacciones

recíprocas endogámicas entre creadores amigos, como en el caso de la Casa San Crespín y Zona Facotría de Art, refuerzan los lazos de amistad, jugando un rol clave en la regulación de sus interacciones. En cambio la interacción entre creadores y otros creadores inscriptos en problemáticas barriales u otros equipos que poseen un interés activo en los problemas del barrio, como es el caso de La Fundició o La Nave Espacial, inscriben a los mismos en orientaciones y problemas del tipo socio-comunitarios.

Ilustración 31: Esquema conceptual de la relación entre una Baja Direccionalidad Creativa, EC-abiertos y MC-experimentales



Fuente: Elaboración propia

5.3.b. Direccionalidad creativa definida

Centros de creación artística como Hangar y Palo Alto se caracterizan por la existencia de dos equipos de actuación claramente diferenciados en funciones y roles. Por un lado, encontramos el equipo encargado de las tareas administrativas o concernientes a la organización del centro. Dentro de este equipo, en ambos casos, existe una figura que se erige como coordinador o director general del espacio. Por otro lado, está el equipo de creadores residentes. Su actividad principal es el desarrollo de proyectos artísticos. Estos dos equipos definen, en sus interacciones recíprocas, el núcleo dramático en que se juega cada una de las situaciones creativas del centro. Cuando existe una complejidad organizativa importante, como es el caso de Hangar, el equipo de gestores suele estar, además, dividido en diferentes sub-equipos con finalidades y metas específicas.

Hangar es una fundación privada, es la forma jurídica que tiene, en la cual se inserta [...] Si tuviéramos aquí el Comité ejecutivo de la asociación de Artistas Visuales de Catalunya, tendríamos que, hoy por hoy, está el patronato, la fundación y Hangar. Dentro de Hangar existe una dirección técnica que es la mía y una dirección artística. También está la dirección de programas, que es este jurado independiente, y la dirección de socios de la Asociación de Artistas Visuales de Catalunya (G4, directora Hangar, Poblenou).

En estructuras organizacionales complejas como las de Hangar, el predominio dramático y directivo de las situaciones creativas aparece dividido según el equipo de actuación. Por lo general, el predominio directivo recae en el equipo organizacional, y el dramático, o lo que define la centralidad de la situación creativa, en el de creadores. El predominio directivo del equipo de gestores se manifiesta de forma inmediata y mediata. De una forma inmediata, a partir del apoyo y asistencia directa en cada una de las situaciones creativas que definen un proyecto artístico determinado. De una manera mediata, a través de la dirección artística, que señala las orientaciones creativas más generales del centro.

Hangar dispone de una estructura organizacional y jurídica que le permite estabilizar o enmarcar determinado tipo de roles que se definen, casi de forma protocolar, en cada una de las situaciones creativas. Este marco ayuda a estabilizar los problemas sobre los cuales vale la pena trabajar. A nivel formal la direccionalidad la define el equipo directivo del centro al establecer su misión, que en este caso supone dar cuenta de los objetivos del Programa de Fábricas de la Creación del Ayuntamiento de Barcelona dentro de cual se inscribe. A nivel de contenidos, la dirección se expresa en los distintos tipos de RC que se celebran entre creadores y el equipo técnico del centro.

La direccionalidad formal tiene que ver con determinados mecanismos que enmarcan las situaciones creativas dentro de problemáticas del campo profesional y que anteceden a las situaciones creativas: como la preselección de artistas de un mismo

tipo, el apoyo a determinados proyectos artísticos, la disponibilidad de equipos especializados, etc. La direccionalidad de contenidos, se juega en la propia situación creativa a partir de resoluciones técnicas a problemas concretos vinculados con el desarrollo de cada uno de los proyectos artísticos de centro.

En algunos casos, el predominio directivo del centro es puesto en duda por los creadores. Muchos proyectos artísticos no suelen encajar de forma clara dentro de las finalidades del centro. Por más que el equipo de gestores cumpla la función de asistir y dirigir los proyectos artísticos de los artistas residentes, estos pueden tomar orientaciones que no se adecúan del todo a las metas del centro. El desacople entre la visión creativa de los artistas y la misión del centro se manifiesta en problemas comunicacionales entre el equipo de la organización y el de creadores. Esta situación pone en evidencia el grado de determinación que poseen los EC en este tipo de centros tanto a nivel de límites, medio y direccionalidades. Así, los MC emergentes de las situaciones creativas tienden a acoplarse con los MOC que definen parte de la realidad del centro. De este modo, los proyectos artísticos se convierten en una expresión del centro y el centro se define a través de los proyectos artísticos.

Existe la sensación de que, por un lado, están los artistas residentes y, por otro, están los del equipo de Hangar que se dedican a los artistas residentes y a los otros, los de los proyectos abiertos. Entonces hay como ciertas dificultades en articular ese diálogo, más allá de que intentamos generar una relación más vinculada a los artistas residentes. Yo creo que es lo que más cuesta, es algo que viene de largo, porque se pretende mucho tal vez del grupo (G4, directora Hangar, Poblenu).

Me incomoda el hecho de que haya gente que asocie Hangar a algún tipo de creación artística en particular, cuando en realidad se necesita que sea algo más grande. Por ejemplo, los pintores que están en la otra nave intentan diversificarse un poco. Aquí parece que sólo algunas personas tengan que pasar, como los que hacen video arte. Y creo que no es esa la finalidad. Pero como se ofrecen servicios de edición de video y esas cosas, parece que tenga que ir asociado. Lo

que genera que muchos artistas que no hacen ese tipo de cosas no se sientan invitados (AV16, artista visual residente, Hangar, Poblenu).

Los emprendimientos en diseño y las productoras audiovisuales instaladas en el barrio de Palermo poseen características similares a los centros de creación artística del tipo profesionales en cuanto a direccionalidades creativas se refiere. En primer lugar, se constata la existencia de equipos de actores que cumplen diversos roles y funciones de acuerdo a las distintas etapas del proyecto creativo. Tanto el diseño de indumentaria y de objetos como la producción de material audiovisual (televisión, cine, publicidad), requieren de por sí equipos especializados que actúan en las diferentes fases de desarrollo del producto de forma coordinada.

En las empresas de diseño, por ejemplo, existen al menos tres equipos que definen su rol en cada una de las situaciones creativas en las que se desarrolla el producto. Por un lado, está el equipo de creativos o diseñadores, quienes participan de las situaciones que hacen a la creación de la idea que luego devendrá en producto. Por otro lado, se encuentra el equipo encargado de la confección o materialización de esa idea o diseño. Finalmente, hay un equipo que hace posible la comercialización del producto terminado. Como señalamos en las secciones anteriores, la locación espacial de estos equipos puede no ser la misma de acuerdo al tamaño y complejidad organizativa del emprendimiento. En los emprendimientos más pequeños estos equipos suelen estar en un mismo lugar mientras que en los más grandes estar divididos en distintas locaciones.

[En la productora trabajan] unas 60 personas [...]. [S]omos dos socios, uno de los socios tiene a cargo todo lo que son recurso humanos y el diseño de producción de equipos de trabajo. Hay un director artístico y productores ejecutivos por cada uno de los programas. Después cada uno de los programas tiene requerimientos diferentes, de acuerdo al programa va a haber productores específicos de eso rubros. Si hacemos un programa de cocina, como te contaba, entonces productores gastronómicos, ahí se ramifica y de acuerdo al volumen de trabajo que tenga cada equipo, no toda producción tiene la misma cantidad

de gente trabajando detrás (PA3, productor audiovisual y propietario, Kapow, Palermo).

Los actores que prestan su papel en cada uno de los equipos pueden ser los mismos o diferentes de acuerdo a la estructura del emprendimiento. Así, en emprendimientos de baja complejidad organizacional, como Lala, son pocas las personas que participan en uno u otro equipo de acuerdo a las diferentes situaciones que marcan la vida del establecimiento. Esto quiere decir que es el mismo actor, en muchos casos el diseñador-emprendedor, el que participa en distintos equipos, cubriendo diversos roles según la situación lo requiera. Por el contrario, en la medida en que el tamaño del emprendimiento crece, el número de personas también y, por tanto, los equipos aparecen conformados por distintos actores que cumplen un rol claramente pre-establecido en cada situación. En nuestro estudio esta realidad se acerca más a la estructura de las productoras audiovisuales, como Kapow o Sudestada Cine, donde suelen trabajar más de 50 personas en diversos equipos vinculados con la producción general, la dirección artística, la producción ejecutiva, etc.

Pese a la existencia de distintos equipos, el predominio directivo y dramático de las situaciones creativas recae en las mismas personas: los propietarios del emprendimiento. Como señalamos en el Capítulo 3 de esta Tesis muchos de los emprendedores en diseño y productores audiovisuales pertenecen a una misma generación que, graduada en un contexto socio-económico adverso, decide hacer de su vocación y profesión un emprendimiento personal (Beltrán & Miguel 2011; Correa 2012). Desde el punto de vista de la situación creativa esto provoca que el predominio directivo y dramático recaiga en los creadores-emprendedores. En las primeras fases del proyecto creativo (sea en diseño o producción audiovisual) estas dos tareas se fusionan en el mismo equipo de propietarios-creadores. En las fases posteriores del proyecto, los propietarios-creativos adquieren únicamente el predominio directivo del proyecto a través de tareas de coordinación. Esta situación se traduce en el desarrollo de emprendimientos que combinan el gusto y los criterios estéticos personales con finalidades comerciales más generales.

La estructura de la empresa tiene un área administrativa, un área de coordinación ejecutiva, digamos los socios. Además hay dos personas encargadas de ventas, tanto por menor y por mayor, y dos talleristas que se encargan de la parte del taller de confección [...]. Acá no hay un diseñador que hace la colección y las inspira y hace la bajada y es piramidal. Lo que hacemos es un trabajo colectivo donde se tiene una idea, donde se debate, donde todos aportan y lo mismo pasa en la parte de confección. Todo se trabaja más de manera colectiva. Tiene que ver con esa manera de hacer cine, dónde todas las piezas son importantes. Nosotros coordinamos eso, pero termina siendo una decisión medio de director al final, pero las miradas están puestas sobre la mesa. En ese sentido, ahí también fue cerrando la identidad y el tema de cómo trabajamos nosotros (D7, diseñador y propietario, No lineal, Palermo).

La interacción recíproca entre los equipos que participan en las distintas etapas del proyecto creativo no suele ser conflictiva como en el caso de Hangar. Por más que los EC estén igualmente determinados a nivel de límites, medio y finalidades, existe una concordancia entre el equipo de creadores y directivos o emprendedores. Esta situación, sumada a una definición contractual en los roles y funciones a desempeñar en cada una de las etapas, tiene como resultado la inexistencia de desacoples o inadecuaciones.

Los creadores son creadores-emprendedores que amoldan su criterio estético personal -que suele estar concordancia con las convenciones dentro de un campo de producción creativa específica- al del emprendimiento en su conjunto. El predominio directivo y dramático recae en el equipo de emprendedores-creativos, los que orientan de forma fluida las situaciones creativas hacia proyectos del tipo estético-comerciales. Así MC y MOC se fusionan si conflictos en las distintas etapas del proceso de creación y desarrollo de los productos.

Es un gusto personal y es la estética que se le dio a la marca, es lo que tratamos de respetar pero, como te digo, sin dejar de lado lo que es comercial, porque no se puede estar ajeno a eso [...]. Siempre hay que estar al tanto de lo que es

tendencia o moda, de lo que se está usando en este momento (D8, diseñadora y propietaria, Kapush, Palermo).

Lo que pasa es que a veces es creatividad puesta en función de diferentes factores. No es únicamente creativa como lo es el arte, sino estamos pensando en función de la demanda de un canal, la demanda que una señal pueda llegar a tener, alguna necesidad de contenido concreta, o en función del mercado mismo muchas veces. Nosotros pensamos un formato o generamos contenido de acuerdo a las necesidades del mercado o lugares donde nos sentimos con chances. Es decir, no se nos ocurriría generar un contenido como productora que no tenga una solución en el mercado (PA3, productor audiovisual y propietario, Kapow, Palermo).

En resumen, los establecimientos creativos donde se emplazan EC-cerrados suelen tener cierta complejidad organizacional en la que distintos equipos de actores cumplen diversas funciones. La dirección creativa puede recaer en el equipo de la organización y no en el de creadores (como en el caso de Hangar) o en el equipo de creadores-emprendedores (como en el caso de los emprendimientos en diseño o producción audiovisual). Pese a esta diferencia, en este tipo de establecimientos existe una clara direccionalidad creativa marcada por el equipo organizacional o de emprendedores que definen y orientan a nivel específico y formal los procesos creativos que allí se celebran, dejando poco margen para la experimentación. De esta forma, la centralidad dramática o creativa es enmarcada y estabilizada dentro de la misión o finalidades de la organización a partir de la preselección de actores y los modos o regulaciones, directas o indirectas, que definen las interacciones al interior de cada situación creativa. La resultante de estas acciones es una orientación creativa definida de acuerdo pautas profesionales, sean éstas estéticas (como en el caso de Hangar) o comerciales (como en el caso de los emprendimientos en diseño y producción audiovisual).

Ilustración 32: Esquema Conceptual de la relación entre Direccionalidades Creativas Definidas, EC-cerrados y MC-profesionales



Fuente: Elaboración propia

5.3.c. Direccionalidades divergentes

Hemos definido a los EC-disonantes como espacios en transición, caracterizados por la co-existencia de dos tipos de interacciones focalizadas con orientaciones divergentes (ver sección 4.3 de esta Tesis). Esta situación se traduce, desde un punto de vista material, en límites espacio-temporales conflictivos y un medio escénico heterogéneo (ver sección 5.1 y 5.2 de esta Tesis). Ahora bien, la convivencia entre dos orientaciones creativas divergentes también se puede explicar desde el punto de vista de la direccionalidad creativa de los establecimientos que las contienen. Como analizamos en el capítulo 4 de esta Tesis, en centros de creación artísticas como La Escocesa existen dos orientaciones que definen la mayoría de los RC que allí se celebran, una experimental-comunitaria y la otra estético-profesional. En emprendimientos en diseño pioneros y fundadores del barrio de Palermo, como Calma Chica, Mariana Dappiano y Caro de Dam, esta doble orientación es o bien estético-profesional o profesional-comercial.

La doble direccionalidad creativa de estas organizaciones tiene que ver, entre otras cosas, con la coexistencia de equipos de trabajo con criterios y finalidades opuestas, como en La Escocesa, o la existencia de un único equipo que se debate internamente entre dos orientaciones. La Escocesa refleja, a nivel organizacional, los cambios que ha sufrido el espacio a lo largo del tiempo. En una primera fase solo había artistas que

trabajaban en el espacio a cambio de un alquiler al propietario o sus intermediarios. En una segunda fase, más combativa, algunos artistas deciden conformar una asociación que funciona como plataforma reivindicativa. Finalmente, en una tercera etapa, dentro de la asociación, se designa un grupo diferenciado para la realización de tareas de gestión. En un primer momento, el grupo que cumple funciones de gestión está compuesto por artistas del propio centro. En un segundo momento, pasa a estar conformado por profesionales especializados. La finalidad principal de este grupo es la elaboración de un proyecto y llevar adelante una serie de reformas con la finalidad de que La Escocesa ingrese en el Programa de las Fábricas de la Creación.

El colectivo de artistas de la Escocesa se plasma en lo que es la asociación que gestiona el centro. Su nombre es asociación Ideas M. La asociación es el lugar donde confluyen varios artistas de Pueblo Nuevo, que por los cambios urbanísticos que a ha habido, vinculado con el cierre de varias fábricas donde estaban los artistas trabajando, tuvieron la necesidad de buscar nuevos espacios, y llegaron aquí, a la Escocesa en 1999. [La organización] deriva de un funcionamiento asociativo y con una estrategia de autosuficiencia, de decisión de funcionamiento asamblearia y esa es una de las principales peculiaridades que es anterior a La Escocesa. Previamente ya había una comunidad de artistas que estaban ocupándose del mantenimiento, del funcionamiento. Se ha seguido con ese funcionamiento hasta el día de hoy. Lo que pasa es que han habido cambios con el acuerdo con el Ayuntamiento [...] ¿Cómo funciona La Escocesa? Hay una junta directiva de la asociación: un presidente, un secretario, un tesorero, hay vocales, y este es el grupo de personas que deciden sobre las cosas más del día a día, del funcionamiento, etcétera. Pero todavía se conserva una personalidad previa muy asamblearia, muy horizontal, y esa personalidad está muy metida, con lo cual todas las decisiones importantes que apliquen o que tengan incidencia sino todo el conjunto de artistas se deciden muchas veces a través de asambleas generales (G3, director La Escocesa, Poblenu).

Todos los artistas de La Escocesa forman parte de la Asociación y a la vez este órgano sede a una junta directiva las tareas de gestión del centro. Desde el punto de vista de los equipos de actuación, se pueden distinguir un equipo de creadores y un equipo de

gestores que coincide en el mismo cuerpo de personas salvo por el equipo que se encarga de la gestión diaria que se corresponde con el grupo de expertos elegidos para tal fin. En el caso de los emprendimientos en diseño, la estructura organizacional es similar a la descrita en la sección anterior: existe un diseñador-emprendedor que se encarga de las tareas de creación y de coordinación general y luego diferentes equipos destinados a las tareas de confección y comercialización.

Al igual que los otros establecimientos creativos, el predominio dramático de La Escocesa y los emprendimientos en diseño pioneros o fundadores descansan en el equipo de creadores y se manifiesta en cada una de las situaciones creativas. Sin embargo, el predominio directivo resulta de por sí conflictivo. En los emprendimientos en diseño el conflicto o contradicción se presenta dentro del propio equipo de diseñadores-emprendedores y resulta del efecto que provocado por los cambios urbanos del entorno. En un primer momento, cuando el barrio de Palermo no está super-poblado de locales de diseño, la direccionalidad creativa, llevada adelante por el equipo de diseñadores-emprendedores, se apoya principalmente en un criterio estético de corte autorial y no comercial. Esto se traduce en acciones mucho más experimentales en el momento del diseño, facilitada por una menor complejidad organizacional del emprendimiento. En un segundo momento, cuando el barrio se convierte en un epicentro del diseño y los emprendimientos crecen en tamaño y complejidad organizativa, la direccionalidad creativa comienza a virar hacia cuestiones más comerciales a partir de acciones concretas como la contratación de expertos en asesoramiento empresarial, el entendimiento del funcionamiento del mercado, etc.

Esta situación no resulta llamativa si no fuera por el hecho de que este cambio de direccionalidad no termina de cristalizarse y estabilizarse en marcos organizacionales que regulen las prácticas creativas. Por el contrario, elementos residuales del pasado conviven provocando una inestabilidad que en el caso de los diseñadores se vive como un conflicto interno que no se termina de resolver. El resultado son acciones directivas que suelen ser percibidas como contradictorias, como, por ejemplo, achicar el tamaño del local para tener menos costos fijos y mayor libertad creativa.

Mi meta a futuro es la libertad. Liberarme del peso de ser comerciante que es a lo que me llevó el desarrollo de este barrio que expuso a todos a ponerse locos para ganar dinero, para subsistir. Yo no me quiero transformar en una marca, me quiero liberar de eso, creo que voy a poder volar más alto porque voy a hacer la ropa desde un lugar más genuino que es hacer la ropa que quiero hacer. Voy a vender poco pero no me importa porque voy a estar en un lugar con un gasto mínimo al compartir el local. Esto es totalmente contraproducente para el mercado, si una marca se achica es un símbolo de que te está yendo mal, y para mí es como achicarme para liberarme para poder tener un gasto muy chiquito con el local y subsistir pero así hacer la ropa desde un lugar libre, esa es mi meta (D5, diseñadora y propietaria, Caro de Dam, Palermo).

En La Escocesa la disputa por el predominio directivo del centro se juega entre una parte del equipo de creadores y el equipo de especialistas designados para la organización del centro. Desde el punto de vista organizacional esta situación se trasluce en un conflicto entre el modo de organización asambleario, propio de la asociación, dominante en las primeras etapas del centro, y la junta directiva comandada por especialistas. Si bien existe una concordancia en los lineamientos generales a los que aspira el centro como espacio de creación, el conflicto emerge en los modos de llevar adelante estas finalidades.

Los tiempos y problemáticas de la asamblea suelen ser distintos a los de la junta directiva. La junta directiva realiza acciones concretas con la finalidad de convertir al centro en un espacio de creación profesional al estilo de Hangar a partir de la elaboración de un proyecto de centro que pueda enmarcarse dentro del programa Fábricas de la Creación. Para esta finalidad, se generan determinados mecanismos o acciones concretas que tienen a direccionar el centro hacia finalidades artístico-profesionales como la designación de un jurado de expertos para definir el ingreso de artistas, el otorgamiento de becas de intercambio y producción, la creación de una sala de exhibición, etc. Todas estas acciones apuntan a definir y estabilizar un MOC que se acerque a pautas del tipo profesional. Sin embargo, algunas de estas acciones entran en contradicción con modalidades de funcionamiento previas, del tipo asamblearia, que entienden a esta clase de acciones como elementos que restringen la autonomía y

libertad de acción del centro y sus creadores. La resultante es la existencia de marcos inestables que pre-definen las situaciones creativas del centro.

En el 2009 se hizo una propuesta por parte de los artistas de la asociación para que hubiesen personas que se encargasen de la coordinación y del funcionamiento del centro. Al principio una de estas personas era una arista de aquí [...]. A finales de 2011 se consideró que ese modelo había llegado a su tope, a lo máximo que podían hacer las personas de coordinación no siendo profesionales. Se consideró que lo mejor sería buscar a una persona estrictamente de la esfera cultural-profesional, para llevar adelante el centro y potenciarlo más y mejor, y mejorar muchísimas cosas que a nivel interno se piensa que hay que mejorar. Entonces ahí se hace una convocatoria pública, profesional, y ahí es donde me escogen a mí como gestor cultural para gestionar La Escocesa [...] La intención fue buscar que haya personas con habilidad, y con la mirada objetiva, nueva, diferente a la de un artista visual que está ocupando un taller aquí. Algunos artistas que tienen miradas muy subjetivas y personales, desde la perspectiva de la asociación y que quizá no velan, a veces por la globalidad (G3, director La Escocesa, Poblenu).

En resumen, las organizaciones creativas donde se emplazan EC-disonantes suelen tener cierta inestabilidad en los marcos que definen la direccionalidad creativa del centro. Esta situación es provocada por cambios resientes en la forma de organización interna (como en el caso de La Escocesa), o factores externos vinculados con transformaciones barriales (como en el caso de los emprendimientos en diseño). De esta forma la direccionalidad creativa se convierte en una arena de disputa entre equipos con criterios divergentes (como en el caso de La Escocesa) o en una contradicción interna dentro de un solo equipo (como en el caso de algunos emprendimientos de diseño). El resultado de este conflicto y/o contradicción es que el predominio dramático que define las situaciones creativas de la organización no resulta del todo estabilizado dentro de marcos organizacionales que ayuden a definir una direccionalidad creativa unívoca. Sin embargo, esta situación puede ser vistas como potencialidades de esta clase de espacios, ya que disponen de escenarios regulados, de forma inestable, por pautas experimentales y profesionales.

CAPÍTULO 6. LOS ESCENARIOS CREATIVOS COMO ESPACIOS URBANOS DE INTERÉS

En los capítulos precedentes dimos cuenta de cómo los RC y sus orientaciones definen distintos tipos de EC, distinguiendo entre abiertos, cerrados y disonantes. También analizamos como los límites (débiles, fuertes o en conflicto), el medio escénico (híbrido, homogéneo o heterogéneo) y las direcciones creativas (definidas o no) de estos escenarios ayudan a la configuración de determinados MC (experimentales o profesionales). Desde un punto de vista analítico nos desplazamos de las interacciones al lugar (Capítulo 4) y del lugar a las interacciones (Capítulo 5). Desde un punto de vista de las determinaciones vimos con las interacciones (Capítulo 4) y las organizaciones (Capítulo 5) configuran la realidad de las situaciones creativas. Este capítulo tiene por finalidad inscribir los escenarios creativos dentro de una realidad más basta vinculada con los distritos o barrios donde se emplazan. El problema de este objetivo es poder cumplirlo sin perder de vista nuestra perspectiva de análisis: la interaccionista o situacional.

Las situaciones de creatividad son una realidad irreductible que ocurre en lugares determinados. Los actores entablan allí interacciones cara a cara en un medio delimitado y dotado de recursos. Ahora bien, estos escenarios, a su vez, insertan a los creadores en una red virtual de posibles tránsitos hacia otros escenarios que se definen más allá de los límites de una situación. Los escenarios creativos funcionan, de este modo, como nodos por donde circulan e interactúan personas y recursos en un contexto territorial determinado.

Las motivaciones de los creadores para transitar entre diferentes EC se pueden definir por el efecto de interacciones creativas previas. Randall Collins utiliza la noción de *energía emocional* [*emotional energy*] para explicar las motivaciones que posee cualquier persona para participar en rituales de interacción. La energía emocional es el efecto

individual de la participación con éxito de un determinado ritual social. De esta forma, para Collins la energía emocional funciona como la base que motiva a los actores a participar en otros rituales de similares características (Collins 2009, pp.141–153). Collins denomina como *cadena* [*chain*] a la conexión entre rituales de interacción de similares características a lo largo del tiempo (Collins 2009).

Desde un punto de vista espacial podemos hablar de *encadenamientos* para definir la conexión entre diferentes EC y de *puntos de interés* o *rotación* para definir las motivaciones que hacen a su atracción. Así, la conexión entre distintas situaciones creativas define encadenamientos que dibujan tránsitos posibles entre escenarios creativos. Estos tránsitos suelen estar estabilizados a través de determinados marcos organizacionales que los regulan, conformando redes de relaciones o conexiones territoriales.

Los puntos interés o rotación implican la circulación de personas sobre un mismo punto fijo del espacio que reviste un cierto interés. Como señalamos en el capítulo 2 de esta Tesis, para Simmel los puntos de interés urbanos remiten al emplazamiento territorial de determinados elementos u objetos que, debido a sus cualidades, resultan inamovibles (Simmel 1977, p.660). Desde esta perspectiva, los EC pueden ser vistos como puntos de interés que fijan en el territorio determinados recursos y modos de regulación que resultan atractivos para los creadores y a través de los cuales se mueven o circulan.

La concentración en un territorio de organizaciones y actores que desempeñan una misma actividad a través de vínculos entre sí definen la realidad de un distrito o clúster (Porter 1998, p.78). En el capítulo 1 de esta Tesis señalamos algunas características que definen los procesos de generación de los clúster y como estos impactan en los procesos de creatividad e innovación. Desde un punto de vista situacional un clúster puede ser entendido como la concentración y encadenamiento estable entre EC de diverso tipo dentro de un espacio territorial cercano y definido.

En nuestro estudio hemos analizado EC de organizaciones que se emplazan en territorios que tienden a concentrar actividades creativas. El barrio de Palermo en la ciudad de Buenos Aires se caracteriza por la concentración de actividades vinculadas con el diseño (Braticevic 2007; Álvarez de Celis 2003) y el sector audiovisual (Mignaqui et al. 2005). El barrio de Poblenou de la ciudad de Barcelona, se caracteriza por la agrupación de cinco zonas o clústeres destinados a la creación, invención y desarrollo en el área de los medios de comunicación, el diseño, las TIC, la energía y la biotecnología (Ajuntament de Barcelona 2000; Ajuntament de Barcelona 2005b) y de un importante número de artistas (Valera 2009; Aparici 2011).

Dentro de este contexto, hay EC que son periféricos y otros centrales respecto a la actividad dominante del entorno urbano. Por ejemplo, los EC vinculados a actividades artísticas de Poblenou y Palermo son periféricos o marginales respecto a la actividad dominante en el barrio o distrito, caracterizada por el diseño, la producción audiovisual y las industrias creativas y del conocimiento. Diferente es el caso de los EC definidos por interacciones vinculadas con el diseño y la producción audiovisual en el barrio de Palermo. En este caso los EC definen la centralidad de la actividad del barrio. Por otra parte, encontramos EC que se emplazan en organizaciones que se instalan en el barrio en diferentes momentos del tiempo. Así, existen organizaciones creativas que arriban al lugar de forma temprana, cuando todavía no existe ninguna actividad consolidada y otras de forma tardía o cuando la actividad ya está instalada.

En este capítulo analizaremos los factores territoriales que hacen a la existencia, centralidad y resonancia de los EC (sección 6.1) y sus modos de conexión (sección 6.2) de acuerdo al medio urbano donde se inscriben.

6.1. Escenarios Creativos y procesos de resonancia urbana

Existen numerosos estudios que analizan los factores que hacen a la conformación de clúster o distritos culturales. La mayoría de estos trabajos coinciden en distinguir dos procesos que posibilitan su existencia: los de generación espontánea o por fuerzas del

mercado (o proceso *bottom-up*) y los planificados desde el sector público y/o privado (o procesos *top-down*). Martina Fromhold-Eisebith y Günter Eisebith señalan acertadamente que los procesos de conformación de clúster culturales del tipo *top down* son aquellos liderados por actores sociales provenientes de fuera del área afectada (sea desde el sector público o privado), mientras que los procesos *bottom up* son aquellos dirigidos por actores sociales dentro del área afectada, sean compañías privadas o la propia comunidad local (Fromhold-Eisebith & Eisebith 2005).

En los dos procesos, tanto *top-down* como *bottom up*, existen factores locales o propios del lugar que convierten al territorio en un espacio atractivo para la instalación de actividades creativas. Estos factores pueden ser meramente físicos (como la existencia de espacios en desuso disponibles con un bajo coste de alquiler), sociales (vinculados con redes de creadores instaladas en el lugar), políticos (como determinadas acciones de promoción territorial) o simbólicos (relacionadas con el prestigio del lugar). Desde un punto de vista sociológico podemos denominar a estos factores como elementos fijos, que definen puntos de interés o rotación territorial o urbana. Simmel señala que para cualquier formación social una de las características principales del espacio es la fijación de determinados contenidos. Para el sociólogo alemán, la fijación en el espacio de un objeto de interés social produce determinadas formas de relación que se agrupan en torno a dicho objeto. Esto sucede cuando el contacto con determinados elementos solo puede verificarse en un sitio determinado y no en otro. De ahí a que estos objetos se conviertan en puntos de interés o rotación en torno a los cuales se definen determinadas interacciones recíprocas. (Simmel 1977, pp.660–663).

Ahora bien, las interacciones focalizadas que se entablan en torno a un punto de interés fijo en el espacio transforman la realidad del mismo y la inscriben dentro de una nueva clave. Así, observamos que la mayoría de los centros de creación artística del Poblenou se instalan en antiguas naves industriales en desuso cambiándole su uso. También los diseñadores pioneros de Palermo toman elementos de su entorno inmediato, vinculados con la arquitectura y las interacciones del lugar, y lo convierten en pautas y objetos de diseño. Goffman utiliza la noción de *transposición de clave* [*keyings*] para definir este tipo de cambios. La *transposición de clave* [*keyings*] es el acto por el cual

se transforma un material que ya posee un sentido de acuerdo con un esquema de interpretación diferente. Goffman establece distintos tipos de variaciones en las transposiciones de clave según el grado de transformación, la direccionalidad, la originalidad, y los efectos sobre lo real que producen (Goffman 2006, pp.83–86). En este sentido, cada transformación añade un *estrato* [*layer*] o *capa* [*lamination*] a una actividad siendo posible la existencia de *retransposiciones* [*rekeying*] (Goffman 2006, pp.86–88).

Los rituales de interacción social tienen la capacidad de afectar a otras personas distintas de quienes lo celebraron primariamente. Cuando esto sucede decimos que el ritual se encaja o resuena²³. Esto quiere decir que el foco de atención y símbolos generados por un ritual primario funciona, de forma trasmutada, como punto de atracción y material para la celebración de otros tipos de rituales distintos del primario. El encadenamiento de distintos tipos de rituales define procesos de resonancia que varían en su alcance de acuerdo a los grupos a los que afectan.

En esta sección analizaremos, por un lado, los factores fijos del lugar que funcionan como puntos de rotación o interés urbano para la celebración de RC que hacen a la emergencia de EC estables. Por otro, al modo en que este tipo de rituales se apropian de los elementos fijos del lugar y los inscriben en una nueva clave vinculada con su actividad creativa y, al hacerlo, participan de procesos de resonancia de corto o largo alcance. Para esta finalidad distinguiremos entre EC (de cualquier tipo) que se emplazan en un medio urbano donde predomina una actividad diferente a la que allí se celebra, como en el caso del sector artístico de Poblenou (Sub-sección 6.1.a); y aquellos donde en el medio urbano predomina la misma actividad, como en el caso del sector de diseño de Palermo, (Sub-sección 6.1.b).

23 La noción de resonancia que aquí manejamos se basa en el trabajo de Arturo Rodríguez Morató, *El concepto de resonancia* (2013).

6.1.a. Escenarios Creativos periféricos y resonancia específica

La relación entre los EC inscriptos en centros de creación artística del barrio de Poblenou y el entorno urbano se puede dividir en tres etapas diferenciadas. El primer momento, que va desde mediados de la década del ochenta hasta al menos los inicios del plan 22@, está caracterizado por su emergencia y proliferación en distintos solares de las antiguas fábricas e industrias en desuso (cfr. Valera 2009). El segundo momento, está signado por su transformación o desaparición, producto de la ejecución y desarrollo del Plan 22@ (cfr. Marti-Costa & Pradel 2011; Tironi 2009). La tercera etapa se caracteriza por un leve resurgimiento de esta clase de escenarios debido al freno del Plan 22@ -producto de la crisis económica española de 2008- y la nueva disponibilidad de solares a un costo asequible (cfr. Aparici 2011). En el primer momento se puede identificar una relativa centralidad de los escenarios creativos dentro del barrio. La segunda etapa, por el contrario, se caracteriza por su marginalidad o cuasi anulación. La tercera, por su situación periférica.

Desde al menos la década del ochenta del siglo XX numerosos artistas (principalmente artistas visuales, pero también provenientes de las artes escénicas y del circo) se instalan en el barrio de Poblenou. La razón de esta elección se debe principalmente a la existencia de grandes naves industriales, fácilmente adaptables para la actividad artística, disponibles a un bajo costo de alquiler en una zona más o menos central de la ciudad de Barcelona como el barrio de Poblenou. La existencia de este tipo de solares es producto de la deslocalización de la actividad industrial del barrio hacia zonas periféricas de la ciudad durante la década del setenta (Arranz 2001).

[El centro] se instala aquí, primero porque Poblenou tiene esta serie de estructuras vacías. Este edificio me parece que estaba vacío desde el año 1981. Había muchos edificios industriales en el antiguo “Mánchester Catalán”. Estos espacios resultan muy apropiados para la actividad artística. No tienes problemas de usos con respecto del edificio. La tipología de espacio industrial es un tipo que se adapta muy bien al funcionamiento de nuestro centro (G4, directora Hangar, Poblenou).

La disponibilidad de grandes espacios en desuso a un bajo costo de alquiler es uno de los principales factores de atracción para que numerosos artistas se instalen en el barrio del Poblenou. Sharon Zukin y Lura Braslow (2011) señalan los mismos elementos como atractivos para las sucesivas migraciones del sector artístico-creativo a distintos distritos de Nueva York a lo largo del tiempo (primero Greenwich Village a comienzos de siglo veinte, luego el Soho hacia la década del setenta, East Village durante los ochenta, Williamsburg en los noventa, y finalmente Bushwick hacia los 2000). Sin embargo, además de estos factores objetivos existen otros elementos de carácter subjetivo que implican una apuesta por el lugar en el momento en que nadie todavía lo había elegido. En el barrio de Poblenou esta apuesta la realiza Javier Mariscal con la creación del estudio *Palo Alto*. Mariscal es uno de los primeros artistas que encuentra un atractivo en el barrio para instalarse a trabajar en una de las antiguas naves industriales del Poblenou junto a otros artistas, arquitectos y diseñadores. Como creador con un elevado reconocimiento en el medio artístico-creativo barcelonés, cuenta con cierta reputación y una visión de la situación artístico-creativa local e internacional, que le permite anticipar algunas jugadas y ver el potencial de un espacio como Poblenou. De hecho, llama al espacio que crea *Palo Alto*, en relación a la experiencia ocurrida en la ciudad homónima de Estados Unidos hacia la década del setenta, como un intento de réplica del mismo proceso en un nuevo contexto.

Cuando nosotros nos vinimos aquí a todos les pareció una locura, que no entendíamos nada. Pero sabíamos que no era tanta la locura, que había una intuición. El barrio reunía una serie de cosas: era el único lugar de Barcelona donde todavía se podía pegar un vuelco y reinventarlo, y esto es lo que finalmente ha sucedido. Se ha reinventado con mayor o menor fortuna, con cosas positivas y con cosas que siempre se pueden criticar como cualquier labor humana. Pero digamos que había esa intuición, ahora visto a posteriori, pues no estabas tan equivocado porque intuiste que ahí podía pasar algo. Lo que encontramos nosotros fue un espacio de libertad y de posibilidad de reinventar algo, a nivel individual, por una necesidad muy personal, generacional y profesional (G11, director Palo Alto, Poblenou).

Sergi Valera (2009) entiende que la apertura del centro de creación de Palo Alto en Poblenu funcionó como un efecto llamada para que otros artistas o creativos de la ciudad se instalen a trabajar en el barrio. De hecho, la existencia de redes de creadores en un espacio urbano acotado es, junto con la disponibilidad de espacios a un bajo costo de alquiler, otro de los factores para que distintos creadores se instalen en un sector determinado, como lo demuestran Ann Markusen y Greg Schrock (2006) y Zukin y Braslow (2011) para algunas ciudades de los Estados Unidos. Ahora bien, desde una perspectiva situacional se puede calibrar con mayor precisión las razones de este proceso de atracción. Como señalamos con anterioridad, los rituales de interacción tienen la capacidad de generar un foco de atención común, que se plasma en determinadas prácticas, objetos o discursos que se convierten en emblemas para el propio grupo y otros. Desde esta óptica podemos afirmar que la recurrencia de RC celebrados en Palo Alto comenzó a estructurar un *espacio de atención* común que puso en foco la *relación entre determinadas prácticas creativas y el lugar donde estas ocurrían*.

La repetición de RC eleva al lugar como emblema y lo convierte, a los ojos de los participantes, en un escenario apto para la creación artística. La recurrencia de este tipo de rituales en un mismo espacio transforma las características del lugar y genera un proceso de resonancia que atrae a otros creadores. Esta situación provoca, en primer término, un cambio de clave del lugar. Este cambio de clave se traduce en una adecuación del espacio a la nueva realidad perceptiva. Esto quiere decir que el lugar se modifica y cambia para su nueva función. Dicho en otras palabras, adecúa su *medio escénico* de acuerdo a la nueva actividad creativa (Ver sección 5.2 de esta Tesis). Así, los distintos espacios industriales, cambian su clave, y se convierten en múltiples escenarios destinados a la creación artística. En segundo lugar, la estructura edilicia del lugar, elevada a emblema por el grupo de creadores pioneros, se convierte en un primer punto de interés urbano para la celebración de rituales de interacción de similares características.

La adecuación del lugar a la nueva actividad creativa no anula por completo los elementos que configuraban la realidad anterior. De la misma manera que las iglesias y catedrales católicas instaladas en México al comienzo de la conquista lo hacían en

espacios donde se celebran cultos anteriores, no suprimiéndolos sino incorporándolos en una nueva clave (cfr. Gruzinski 2012)²⁴, los elementos de la realidad industrial son apropiados y re-transformados a la nueva situación. De esta forma, se produce un cambio de clave que opera por superposición y no anulación. La huella evidente de la realidad pasada no solo se hace palpable en la propia estructura edilicia conservada (y transformada en su uso) sino en los nombres que adquieren los centros de creación artística una vez que se encuentran consolidados como organización. La mayoría remite al pasado fabril del barrio: *Hangar*, *La Fundició*, *Zona Factoría de Art*, e inclusive *La Escocesa*, en alusión a la antigua Fábrica textil de propietarios escoceses que allí funcionaba.

Ilustración 33: Logos de La Fundició y La Escocesa que rememoran el pasado fabril de los establecimientos



Fuente: Fotografías Propias

Los rituales de interacción social tienen, entre otras características, la capacidad de generar un principio de atención sobre determinados objetos, discursos, prácticas o lugares donde se celebran. Cuando el foco de interés de un determinado tipo de ritual de interacción trasvasa los marcos que lo definieron primariamente decimos que se encaja o resuena. Esto quiere decir que también funcionan como punto de atracción o interés para otros actores que no participaron directamente del ritual primario. La idea de resonancia supone un principio de atracción hacia los símbolos generados en un ritual de interacción por un grupo de personas que no participaron del mismo. De este modo, los RC celebrados de forma recurrente en antiguas naves industriales del Poblenou elevan a emblema el lugar, entendido éste último como el conjunto de EC

²⁴ Gruzinski también señala que el cristianismo tuvo una práctica similar en sus albores con los antiguos cultos paganos romanos.

de una organización, que comienza a funcionar así como punto de interés y atracción para otros creadores. Lo que ponen en evidencia el ritual es la potencial asociación entre un espacio, como el fabril, en un contexto urbano determinado, como Poblenou, y su potencialidad como escenario apto para la creación.

Para que esta atracción suceda tiene que existir, además, una concordancia entre el símbolo creado (en este caso la asociación de los procesos creativos a un determinado lugar) y los potenciales actores que no participaron en los rituales primarios que lo hicieron posible. La concordancia genera cierta conmoción en el grupo de actores que no participaron en el ritual primario, que funciona como principio de atracción y emulación de las prácticas creativas en el lugar. Esto quiere decir que no cualquier persona se puede sentir interpelada y “llamada” por este emblema. Desde una perspectiva goffmaniana, David Snow y Robert Benford utilizan el concepto de *resonancia de marco* [*frame resonance*] para entender el grado de afectación o resonancia [*degree of resonance*] entre los marcos interpretativos de determinadas organizaciones de movimientos sociales y sus potenciales miembros o participantes (Snow et al. 1986; Snow & Benford 1988).

En nuestro caso de estudio, el proceso de resonancia no se da a través de un discurso dirigido [*speech*] sino a través de mecanismos mucho más sutiles. El emblema creado por rituales primarios, que asocia determinados procesos creativos y el lugar donde estos ocurren, funciona como un elemento que estructura principios de percepción de lo que puede ser posible para quienes no lo han vivido aún. Pero para que esta situación pueda ocurrir, además, tiene que existir un estado de disponibilidad de los artistas para querer hacerlo. No solo es poder verlo, sino también querer repetirlo y emularlo.

Esta disponibilidad se debe a un hecho histórico particular: los efectos generados en el sector artístico barcelonés por el plan de reconversión del centro histórico de la ciudad de Barcelona llevado adelante en el marco de los Juegos Olímpicos de 1992. Esta transformación no solo tuvo un fuerte impacto en el sector artístico allí instalado sino también en la comunidad local (Delgado 2008). Dentro del centro histórico de

la ciudad de Barcelona existe un barrio, conocido popularmente como barrio Chino, hoy denominado El Raval, donde trabajaban numerosos artistas en un ambiente bohemio y alternativo (cfr. Rius Ulldemolins 2008). Uno de los efectos que tuvo el Plan de reconversión fue la expulsión de muchos de los artistas del barrio. Estos artistas se encontraban ávidos de nuevos espacios donde poder trabajar y vieron en el Poblenou un lugar apto para hacerlo gracias a la atención despertada por la experiencia de Palo Alto.

Además de los RC primarios, que elevan a categoría de emblema la correlación entre creatividad y lugar, y las pre-condiciones de los actores para sentirse atraídos, se debe prestar atención a aquellos pequeños rituales en que estos símbolos son puestos en circulación. Si los efectos de los RC en relación al lugar son exitosos, existe una efervescencia colectiva, traducida a nivel subjetivo como *energía emocional*, que se irradia y se esparce a otros creadores a través de diálogos sobre las oportunidades que brinda el lugar para el trabajo creativo. De esta forma, un símbolo-idea generado en un ritual primario, como la asociación entre creatividad y lugar, o la idea de Poblenou como “barrio artístico”, se expande a través de otros rituales que lo incorporan y lo hacen circular.

Tanto por el contacto boca a boca, porque se conocían mutuamente estos artistas, La Escocesa fue adquiriendo más artistas, que inicialmente venían a título propio, aunque sí es cierto que alguna asociación de artistas ya se había instalado en ese momento (G3, director La Escocesa, Poblenou).

El alcance entre la creación y circulación del símbolo-idea -que asocia creatividad y lugar- es variado en cuanto al grupo de personas que logra atraer. Esta situación convierte al proceso de resonancia en algo espasmódico. En el barrio del Poblenou, afecta, en un primer momento, únicamente a grupos de creadores y artistas que se sienten atraídos por el lugar y sus potencialidades para la creación artística y no tanto a otros grupos de profesionales. Cuando el alcance del proceso de resonancia afecta solo a grupos de personas de similares características, sean generacionales, sociales y profesionales, como en el caso de Poblenou, podemos decir que el proceso de

resonancia es *específico*. Por el contrario, si afecta a diversos grupos generacionales y profesionales, como observaremos enseguida en el barrio de Palermo, decimos que el proceso es de largo alcance o *transversal*.

La mayoría de los artistas que arriban al Poblenou para trabajar en las antiguas naves industriales, conforman organizaciones no profesionales como el caso de *Macabra*, hoy *La Nave Espacial*. Por lo general, en este tipo de establecimientos suelen celebrarse de forma recurrente RC que definen EC-abiertos (Ver sección 4.1.a de esta Tesis). A comienzos de la década del ochenta y durante parte de la década de los noventa este tipo de organizaciones definen una primera centralidad artística en el barrio de Poblenou. Cuando hablamos de *centralidad*²⁵ entendemos a la capacidad de convertir en dominante un mismo sentimiento de pertenencia, creencias, valores y pautas de conductas entre diversos actores y organizaciones que exceden la especificidad del grupo que les dio origen.

Esta situación cambia radicalmente hacia la primera década del 2000 debido a las transformaciones generadas por el Plan 22@. Como señalamos en la sub-sección 3.1.a. de esta Tesis, el Plan 22@ tiene por finalidad convertir la antigua área industrial del Poblenou en un polo de nuevas industrias vinculadas a la creatividad y el conocimiento. Numerosos analistas entienden que el Plan impacta negativamente en las redes sociales, la fisonomía y las actividades existentes en el barrio. Así se produce una expulsión conflictiva de las actividades industriales residuales que aún subsistían en el barrio (Marrero Guillamón 2003), procesos de *gentrificación*, aburguesamiento o *elitización* urbana (Jutgla et al. 2010) y la desaparición o transformación de la mayor parte de los espacios que albergaban talleres de artistas (Marti-Costa & Pradel 2011; Tironi 2009).

Desde el punto de vista situacional se puede entender este proceso como la emergencia de una nueva centralidad –vinculada con las industrias creativas y del

25 Edward Shils (1975) utiliza la noción de centro para definir al núcleo irreductible de creencias y valores de una sociedad. Forma parte de la naturaleza de lo sagrado de la misma y se estructura a partir de una red institucional.

conocimiento- que pretende pre-definir un marco para el desarrollo de un nuevo tipo de interacción en los solares del Poblenou que entra en conflicto con las actividades pre-existentes. Esta nueva centralidad se define progresivamente a partir de la interacción estratégica de organizaciones públicas (vinculadas con las áreas de Promoción económica y desarrollo urbano del Ayuntamiento de Barcelona) y privadas (una serie de empresas articuladas en una red denominada 22@Network) que tuvieron por finalidad la creación de un Distrito de actividades creativas y del conocimiento (el Distrito 22@). El Plan 22@ define la creación de cuatro –luego cinco– clústeres vinculados con el sector audiovisual, el diseño, las TIC, la energía y la medicina. Cada clúster está conformado por una red de empresas, universidades e incubadoras y coordinados por una empresa líder (Ajuntament de Barcelona 2005a; Ajuntament de Barcelona 2000).

A través de acciones concretas (como el cambio en la zonificación del suelo), políticas de promoción industrial (como extensiones impositivas) y la construcción de infraestructura urbana, el equipo administrativo que conforma la Sociedad 22@ de Barcelona lo que hace es convertir a los viejos solares fabriles del Poblenou en un espacio de interés para la instalación de industrias creativas y del conocimiento. De esta forma, los antiguos espacios industriales se convierten en un territorio en disputa entre el sector artístico y el de las industrias creativas y del conocimiento.

El plan 22@ es una modificación urbanística que pretendía, en sus orígenes, modificar una zona degradada, con su actividad económica claramente a la baja como lo era el Poblenou. Además, con una actividad impropia para la ciudad, como lo fue en su momento la logística, es decir cuando fue desapareciendo la actividad industrial, las grandes naves eran el sitio propicio para acopiar y hacer circular mercancías en pequeñas furgonetas y repartirlas por la ciudad. Esta situación provocaba trastornos para la propia ciudad. Existían calles y viviendas que no están adaptadas a esos usos. Lo que se pretendía era acabar con esos usos y aprovechar que teníamos una reserva de suelo muy importante para que no perdiese su carácter productivo, es decir: seguir con el carácter productivo del barrio y mejorar una zona claramente degradada de la ciudad (FP2, secretario técnico, 22@Network, Poblenou).

Ilustración 34: El barrio de Poblenou y los cambios provocados por el Plan 22@



Fuente: Elaboración propia

El efecto que produce la emergencia de esta nueva centralidad en el sector artístico es doble: por un lado, el proceso de resonancia vinculado con los RC del tipo artístico se ve interrumpido; por otro, el sector artístico pierde su centralidad relativa en el barrio y se convierte en una actividad periférica. A nivel de los EC esta situación provoca su paulatina desaparición y/o un segundo cambio en su *clave* de acuerdo a su nueva posición marginal. Mientras el entorno urbano era indefinido en su actividad, habilitaba la celebración de RC no orientados que configuran EC-abiertos. En la medida en que el entorno urbano se define, y los propios espacios de creación artística se convierten en objeto de interés y de disputa por equipos de actores con finalidades divergentes, los artistas deben redefinir su posición con el exterior y, por ende, la especificidad y orientación de los centros de creación artística donde se emplazan los EC. En el barrio de Poblenou esta definición genera, en una primera etapa, una orientación de los centros artísticos hacia problemáticas locales o vecinales; en una segunda etapa, un paulatino proceso de profesionalización.

Durante los primeros años del desarrollo del Plan 22@, los centros de creación artística del Poblenou encuentran en el sector vecinal organizado un potencial aliado para salvaguardar sus espacios de trabajo frente al avance del Plan. Como hemos señalado en el Capítulo 3 de esta Tesis, el barrio de Poblenou se caracteriza por un

elevado activismo político y social desde comienzos del siglo XX (Arranz 2001). En la actualidad existen más de setenta entidades vecinales de diverso tipo (políticas, sociales, culturales, etc.) articuladas en una *Coordinadora de Entidades Vecinales* que tiene por finalidad gestionar y coordinar proyectos comunitarios y salvaguardar la vida asociativa del barrio. Desde un punto de vista situacional, podemos afirmar que estas entidades vecinales, independientemente de su tipo, funcionan como marcos organizacionales estables que estructuran interacciones sociales ritualizadas que tienen como foco de atención el propio barrio, su patrimonio, sus formas de vida y problemáticas. Este tipo de rituales pueden ser informales (como una charla entre vecinos organizados sobre los problemas habitacionales del barrio) hasta formales y recurrentes (como las *Fiestas Mayores* del barrio). El efecto de estos rituales es la emergencia de un objeto sagrado o emblema: el propio barrio, y un sentimiento de pertenencia: la identidad pobleñovina. De esta forma, el barrio del Pobleñou se convierte en un espacio de atención que reviste cierto interés para sus vecinos organizados.

No todas las entidades vecinales se opusieron al Plan 22@ al cual consideraban, en algunos aspectos, positivo (sobre todo en lo concerniente a las mejoras en la infraestructura y en la modernización del barrio). Para algunas entidades vecinales el principal problema fue la falta de participación ciudadana en su diseño y ejecución. Si bien la identidad y el sentimiento de pertenencia barrial resultaban significativos antes del Plan, luego del mismo se acrecientan. Se re-afirma la antigua identidad fabril y obrera del barrio que tiene como resultado un creciente proceso de patrimonialización de hitos arquitectónicos vinculados con ese pasado, como por ejemplo las antiguas chimeneas de las viejas industrias (cfr. Aparici 2011).

Planteamos que se preserve el tema de la identidad económica y los elementos históricos de lo que es la esencia y la historia del barrio. Por lo tanto preservar el patrimonio arquitectónico industrial del barrio, preservar la cultura de la tradición popular, es un poco preservar las entidades y el sentimiento identitario de decir que hay un cierto enraizamiento, hay un asociacionismo, que no es que sea una cosa exuberante pero sí que hay un asociacionismo. La gente de aquí, del

barrio, sí que se reconoce ciudadano de este barrio, o sea que en líneas generales la actuación de la asociación intenta preservar los patrimonios del barrio, ya sean arquitectónicos o urbanísticos, o culturales, artísticos, paisajístico incluso. El paisaje queda más tocado, más transformado, pero la asociación tampoco se cierra a la transformación, o sea, no mantiene una actitud en contra del cambio y la transformación, sino que la asociación más bien apoya el gran cambio, pero un cambio controlado, organizado con una evaluación muy clara de cuáles son los impactos, en el sentido de preservar aquellos valores que tiene como barrio. Eso hace que nosotros no nos oponamos al Plan 22@ pero sí que exijamos una serie de cosas. Exigimos que la vivienda nueva sea toda de protección oficial, exigimos que se haga un plan de protección del patrimonio histórico y por lo tanto se cataloguen aquellos edificios que tengan valor histórico, exigimos que haya un plan de equipamiento que provea de zonas verdes y de equipamientos de todos aquellos que hacen falta y en todos los ámbitos ya sea el educativo, cultural, sanitario, deportivo, etc. (RV8, vice-presidente Asociación de Vecinos de Poblenou, Poblenou).

Se suele afirmar que el arribo de artistas a un barrio genera procesos de aburguesamiento, especialmente por el impacto en el costo de alquiler y la transformación estética del barrio (cfr. Zukin 1987). Sin embargo, en el caso del Poblenou los artistas más que como agentes “gentrificadores” funcionaron como visibilizadores de la problemática barrial. Esta situación fue posible debido a que artistas, vecinos y pequeños productores del barrio de Poblenou se vieron afectados, de igual manera, por el cambio en la zonificación del barrio y la venta de muchos solares que supuso la puesta en marcha del Plan 22@. La alianza tácita entre el sector vecinal organizado y el artístico aparece simbolizada en torno al conflicto de Can Ricart, donde vecinos, pequeños productores y artistas realizaron una serie de protestas conjuntas contra el desalojo del establecimiento²⁶ afectado por el plan (Guillamon 2008). Lo que el conflicto de Can Ricart hizo visible fue la problemática común, entre artistas y vecinos, respecto al avance del plan en torno al uso del suelo.

26 Can Ricart era un antiguo espacio industrial dedicado a la estampación mecánica de Barcelona. A comienzos del siglo XX se convirtió en un parque industrial con diversas industrias y talleres. Durante los años noventa se alojaron numerosos talleres de artistas y se conformó el centro de creación artística de Hangar (Cruz i Gallach & Martí Costa 2010, p.124).

De esta forma, el símbolo-emblema del Poblenou como “barrio con identidad e historia” es incorporado por las interacciones ritualizadas de los artistas.

Los artistas son colectivos que desde siempre han tenido una gran apertura al barrio. Ellos están encantados de estar en el barrio, aunque ellos no son del barrio, mayoritariamente vienen de fuera. Los artistas llegan aquí a partir de la década del ochenta, pero cuando llegan, enseguida el barrio les motiva a estar conectados. Desde el primer momento se hacen jornadas de puertas abiertas [Talleres Abiertos], y se hacen proyectos de conexión con el barrio, con los ciudadanos. Para el artista conceptual, el barrio es su tablero de trabajo, porque es donde salen los elementos políticos, culturales, sociales. Estos elementos son el combustible de su obra, de su acción (RV8, vice-presidente Asociación de Vecinos del Poblenou, Poblenou).

Si la realización recurrente de RC en un mismo espacio provoca un cambio de clave del lugar, lo mismo ocurre con los símbolos creados por otros rituales y las pautas que los estructuran. Así, el símbolo-idea o emblema que emerge de los distintos tipos de rituales (formales y/o informales) celebrados por la comunidad vecinal organizada, es inscripto en una nueva clave por el sector artístico. Aquí existe un proceso de *resonancia transversal* pero en un sentido inverso. El símbolo-emblema no emerge del sector artístico y se expande o irradia hacia otros sectores o marcos perceptivos. Por el contrario, emerge en el sector vecinal y es incorporado por el artístico. De esta forma, los artistas del barrio de Poblenou, en sus interacciones ritualizadas incorporan la realidad poblenovina y sus problemáticas en clave artística. Este cambio o *transposición* se da en diferentes registros y aspectos. En primer lugar, el entorno barrial es re-inscripto como contenido para las producciones artísticas, a través de producciones reivindicativas y de denuncia, o como material (piezas de acero) que rememora el pasado fabril del barrio (ver sub-sección 4.1.b de esta Tesis). En segundo lugar, a través del establecimiento de fronteras espaciales permeables al entorno barrial (ver sub-sección 5.1.a de esta Tesis). En tercero, a través de la configuración de un medio escénico que combina e hibridiza elementos artísticos y socio-comunitarios (ver sub-sección 5.2.a de esta Tesis). Finalmente, a partir de la regulación, orientación y direccionalidad de interacciones creativas hacia metas del

tipo comunitarias, como la participación en las Fiestas Mayores o en actos de reivindicación barrial.

Estamos impregnados del barrio y del tema industrial [...]. Cada uno tiene su visión un poco particular. Hay un artista que se dedica al tema de fotografía. Él ha dedicado su trabajo al Poblenu, la mayoría, en detalles, y en situaciones, y en personajes de aquí, de la vida del Poblenu. Yo quizás se podría decir que tengo una influencia industrial y algo marina del barrio. Hay una artista que hace diseño industrial aplicado a cerámicas. Luego hay diseñador industrial y crea trabajos de ingeniería, que son piezas escultóricas pero tratadas con un proceso informático que es complicadísimo, quizás es más un trabajo de ingeniería industrial. Por otro lado, está el tema de las marionetas con la idea de mostrar un poco el mecanismo interno, entonces también se adopta aquí un poco del tema industrial. Hay algo de esto también en otra artista que hace reciclaje y fundición, reciclado de objetos. Estamos impregnados del tema metálico, industrial (G6, escultor y coordinador, La Fundició, Poblenu).

De esta forma, los RC incorporan para sí, transformado en su clave, el entorno barrial donde se emplazan como material creativo. Sin embargo, el símbolo-emblema barrial des-centra el foco de atención de los artistas, los que terminan orientando sus problemáticas creativas hacia cuestiones puramente reivindicativas o barriales. El resultado son EC-abiertos que configuran MC-experimentales del tipo comunitario que terminan por definir los límites (permeables al entorno), el medio escénico (híbrido) y los modos de relación entre los creadores al interior del centro (basados en lazos comunitarios).

Ilustración 35: Esculturas realizadas por artistas de La Fundició y La Escocesa



Fuente: Fotografías Propias

Si bien la mayoría de los centros de creación artísticas del Poblenou adquirieron, en un primer momento, posturas defensivas y una alianza táctica con el sector vecinal, algunos espacios, como Hangar y La Escocesa, deciden llevar adelante, en una segunda etapa, una estrategia de profesionalización²⁷. Esta estrategia implica un proceso de gestión profesional del espacio, que deriva en una reorganización interna en cuanto sus límites, medio y orientación creativa. En el caso de La Escocesa estas pautas todavía conviven con elementos comunitarios, de ahí a la configuración de EC-disonantes; mientras que en el caso de Hangar este proceso está culminado.

En los casos analizados, para llevar adelante esta estrategia de profesionalización resultó necesario el apoyo de parte de la administración pública, en especial del Instituto de Cultura de Barcelona (ICUB), ganado a través de reivindicaciones que dieron como resultado la creación del programa *Fábricas de la Creación* en 2006. Además, la generación de una red de relaciones, más o menos estables, con otros centros artísticos del barrio, que se cristaliza en el *Mapa Creativo de Poblenou*, y la participación en eventos, como los *Talleres Abiertos de Poblenou*. En ambos casos, la estrategia fue la de visibilizar la actividad artística, en un intento por recuperar parte

²⁷ Luego de la crisis de 2008 han surgido nuevos espacios de creación artística, basados en dinámicas de amistad, no del todo conectados con el entorno barrial como el caso de Zona Factoría de Art.

de la centralidad perdida. El resultado fue una mayor direccionalidad en los fines creativos y la generación de pautas profesionales y meritocráticas que regulan el ingreso y las interacciones de los centros. Como resultado se configuran EC-cerrados que tienden a definir MC-profesionales que regulan las interacciones y percepciones de los artistas del centro.

A partir de reivindicaciones se marcó una labor de difusión de nuestras problemáticas. Se vinieron desde Alemania a hacernos una entrevista sobre como los artistas de La Escocesa reivindicaban un sitio para la creación. Se hizo una campaña super buena de visibilización de la historia [...], a través de internet teníamos numerosas entradas de gente. Como efecto, los socialistas, que siempre han sido muy sensibles a la opinión pública, se ocuparon del asunto [...]. Esto es curioso, porque en las elecciones, los socialistas presentan como primer punto de su gobierno la creación del Programa Fabricas de Creación. Algunas de las frases durante la campaña, incluso, son de un proyecto que nosotros hemos presentado [...]. Con el tiempo ya conseguimos que, por ejemplo, nos tapen goteras. Así vamos consiguiendo cosas. Hasta en este último Taller Abierto, el regidor de cultura de del ayuntamiento, vino por gusto, con unos cuantos y nos felicitó [...]. Lo hemos conseguido, el tema era que teníamos que darle peso al asunto. Nuestros estudios eran más grandes pero los empequeñecimos e hicimos que viniera más gente, porque no es lo mismo echar a 7 que echar a 40, o a 1500. Entonces, la fuerza ha estado en esa política (AV15, artista visual residente, La Escocesa, Poblenu).

En resumen, en una primera etapa el Poblenu se convierte en un espacio urbano de interés para el sector artístico debido a la disponibilidad de solares a un bajo costo de alquiler y a su elevación como emblema o símbolo de lugar apto para la creación. Esta situación define un proceso de resonancia específico generado a partir de rituales primarios que asocian procesos creativos exitosos con un lugar determinado, a la disponibilidad de otros artistas para sentirse interpelados por este símbolo-idea, y a rituales secundarios que incorporan este símbolo-idea y lo hacen circular. El primer resultado de este proceso es un cambio de clave del lugar: de espacio fabril en desuso a espacios destinados a la creación artística.

Durante esta primera etapa los RC configuran EC-abiertos en un entorno urbano no definido por una actividad dominante, estructurando una primera centralidad. Esta situación cambia radicalmente después de la puesta en marcha del Plan 22@. La emergencia de una nueva actividad dominante y la disputa por los espacio entre el sector artístico instalado y las nuevas industrias creativas y del conocimiento obliga a los artistas a una mejor definición de su relación con el entorno urbano. En un primer momento, esta situación se traduce en una alianza táctica con el sector vecinal organizado del barrio. Esta alianza hace más permeable la incorporación del barrio y sus problemáticas en clave artística. Esta incorporación conlleva un cambio en el tipo de interacciones ritualizadas de los artistas hacia el interior del centro que se plasma en pautas, un medio y producciones artísticas con contenidos comunitarios reivindicativo. En un segundo momento, algunos centros llevan adelante una estrategia de profesionalización de los espacios de creación que tiene por efecto la conversión de EC-abiertos y MC-experimentales en EC-cerrados y MC-profesionales.

A diferencia de otros casos exitosos de barrios artísticos, los artistas del Poblenou se instalan en un barrio con dos espacios de atención o centralidades fuertes: el vecinal comunitario (visible a partir de las reivindicaciones históricas y actuales vinculadas a las transformaciones del barrio) y el comercial (visible en el proceso de reconversión industrial llevado adelante por el Plan 22@). Estos polos o focos de atracción generan un proceso centrífugo que hace difícil el desarrollo de una centralidad artística específica lo suficientemente fuerte como para repercutir en otras esferas. Existe una transposición de clave y un proceso de resonancia trasversal pero que opera en un sentido inverso. El sector artístico es el que incorpora símbolos-ideas provenientes de rituales no artísticos. De este modo, el sector artístico del Poblenou no puede generar una centralidad de su actividad en el barrio que transforme las interacciones sociales pre-existentes y las incorpore a su dinámica en un proceso de resonancia trasversal que tenga como epicentro a los RC celebrado por los propios artistas. Por este motivo, existe un bajo nivel de creatividad cultural.

6.1.b. Escenarios Creativos centrales y resonancia transversal

Los EC inscriptos en los emprendimientos que se emplazan en la zona de Palermo “Soho”²⁸, a diferencia de lo que ocurre en Poblenou, adquieren una progresiva centralidad que configura la realidad creativa del barrio. Esta centralidad comienza a gestarse en la década del ochenta a partir de un numeroso grupo de arquitectos, quienes deciden reciclar casas y talleres antiguos del barrio de Palermo e instalarse allí para vivir y trabajar. Este grupo de arquitectos realiza una serie de intervenciones en el espacio público del barrio, a partir de numerosos eventos, que funcionan como ritos fundacionales. Estas intervenciones dan inicio a un proceso de *resonancia transversal* y de largo alcance que funciona a la vez como elemento regenerador y creativo del barrio de Palermo. Esta resonancia se encadena en diferentes eslabones que nuclean en un primer momento a arquitectos, luego artistas, diseñadores independientes y finalmente a grandes marcas vinculadas con el diseño de modas. El resultado de este proceso es un símbolo-emblema que se inscribe y amplía, cambiando su clave, entre los diferentes sectores profesionales, que definen la realidad creativa del barrio. Este símbolo se cristaliza en una estética singular asociada al lugar que se imprime en todos los productos del barrio y que lo rebautiza hasta el punto más abstracto de la marca: una estética palermitana.

Luego del retorno a la democracia en Argentina, a comienzos de la década del ochenta, un considerable número de arquitectos²⁹ deciden habitar y trabajar en el barrio de Palermo, a la vez que fundar un espacio para el re-encuentro en un entorno barrial. El barrio de Palermo se convierte para este grupo de profesionales en un punto de interés y atracción urbana por varios motivos. En primer lugar, debido a su escala barrial. El barrio de Palermo se caracterizaba por el predominio de casas bajas, del tipo romano, inscriptas en una grilla ortogonal que define la típica manzana porteña (Vecslir & Kozak 2013). Además, contaba con grandes galpones, fácilmente

28 En esta sub-sección solo analizaremos este sector de Palermo, y no el sector denominado “Hollywood”, por considerarlo más rico en cuanto a inferencias analíticas.

29 Existe poca bibliografía que destaque la importancia de este grupo profesional en lo concerniente a las transformaciones en el barrio de Palermo. Entre los pocos trabajos se destacan algunos pasajes en el artículo de Mignaqui, Szajnber y Cicollela (2005, p.7).

reciclables, donde funcionaban numerosos talleres mecánicos desde la década del sesenta (VV.AA. 2003). En segundo lugar, esta atracción estaba vinculada con su relativa centralidad dentro de la ciudad de Buenos Aires. El sector de Palermo donde se instalan la mayoría de los arquitectos durante la década del ochenta se encuentra en la zona norte de la ciudad, rodeado de arterias importantes como lo son las avenidas Santa Fe, Córdoba, Scalabrini Ortiz y Juan B. Justo. Además, este sector de la ciudad se encuentra próximo a la Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo (FADU) de la Universidad de Buenos Aires (UBA), donde muchos de estos arquitectos empiezan a desempeñarse como docentes luego del retorno a la democracia. Finalmente, debido al bajo precio de las propiedades, por ser una antigua zona inundable por los constantes desbordes del hoy entubado y soterrado arroyo Maldonado (Pino 1991).

Los que nos asentábamos en Palermo era porque el barrio tenía una escala urbana, porque era barrio, porque existían los vecinos. Todos veníamos de lugares con mucho movimiento y sin identidad. Buscábamos los lugares que tuvieran identidad, una escala barrial, de baja densidad, que te permitiera conocerte y encontrarte con el otro. La democracia trajo eso. Durante la dictadura nosotros, algunos arquitectos de izquierdas, éramos bastante corridos de todos los lugares. Con el retorno a la democracia, empezamos a necesitar un lugar donde pudiéramos encontrarnos, hablar, participar, necesitábamos eso, y queríamos que nuestros hijos tuvieran también esa escala. Cuando nosotros elegimos Palermo, que tenía que ver con lo que eligieron también muchos otros arquitectos, era por todo esto y porque, además, estaba cerca de los lugares de trabajo, los bancos y existían buenos medios de locomoción (RV15, arquitecto y referente vecinal, Palermo).

Los arquitectos que se instalan durante la década de los ochenta en el barrio de Palermo, comienzan a modificar el entorno barrial no solo a través del reciclaje y transformación de numerosas casas, donde se instalan para vivir y trabajar, sino también el espacio público del barrio. La necesidad de participación ciudadana y de encuentro con lo público, pos-dictadura Argentina (1976-1983), lleva a la creación de la *Sociedad de Fomento de Palermo Viejo* (SoFoPaVi), una sociedad mayoritariamente

conformada por arquitectos, y a la celebración de eventos comunitarios como Las Fogatas de San Pedro y San Pablo; las fiestas de noche buena y fin de año; o la Feria de las naciones. Todos estos eventos y celebraciones tuvieron como epicentro la Plaza Julio Cortázar, más conocida como Plaza Serrano.

Como señala Greg Richards, los eventos tienen similares funciones a los rituales de interacción descritos por Collins. Para Richards los eventos son como rituales diseñados que tienen la capacidad de generar un foco de atención común en los grupos participantes, un sentimiento compartido y, si resultan exitosos, la capacidad de querer volver a participar en ellos (Richards 2013, pp.18–19). A partir de eventos-ritualizados y realizados de forma periódica, los arquitectos y vecinos del barrio comienzan a generar y afirmar un tipo particular de creencia vinculados con valores relacionados con la vida barrial. Estas creencias se simbolizan territorialmente en el reciclaje y re-funcionalización de las viviendas y en el re-diseño del espacio público a través de la ampliación de la propia Plaza Serrano, epicentro de los eventos.

Acá se celebraba San Pedro y San Pablo, que también es con fuego. Y mirá vos que genial, porque estas cosas son geniales: justo en el sector de la placita, que ahora se pegó a la vereda con uso peatonal [...]. En ese pedacito de calles se iba haciendo desde ese día, a la tarde, como una pila gigante de muebles viejos, venían los bomberos, se cortaba la calle y se armaba una fogata brutal. Esto duró mucho tiempo, como 10 años. Son cosas muy convocantes todo lo que se armaba. También había clases de tango, cosas con los viejos, de verdad era un fenómeno, una cosa absolutamente perdida en la dinámica actual. En otro lado vos sabés que estas cosas pasan, las cosas populares ocurren, pero en ese momento ocurrían acá integrado aun interés de gente de estas vocaciones que estamos diciendo (RV14, arquitecto y referente vecinal, Palermo).

Estos rituales diseñados, al decir de Richards, funcionan como un indicador que llama la atención no solo de lo que allí ocurre sino también del lugar donde ocurre. Así, el evento-ritual funciona como un indicador de lugar. El resultado de este proceso es la emergencia de un sector del espacio público urbano, en este caso la Plaza Serrano, como punto de interés o atracción para otras personas y grupos profesionales. El

primer efecto de estos rituales-eventos es la apertura de una serie de bares que funcionan como extensión de los encuentros públicos en torno a la Plaza Serrano. El más representativo de estos bares fue *El Taller*, que recupera en su nombre una parte del pasado del barrio: los talleres mecánicos. El segundo efecto de estos eventos-rituales es el despertar cierto interés por el barrio para otros creadores. En un primer momento artistas, luego diseñadores, quienes comienzan a abrir una serie de emprendimientos vinculados con actividades próximas a la arquitectura: como el diseño de objetos, de muebles, de mobiliario urbano, hasta de insumos para la arquitectura. Todos estos emprendimientos se caracterizan por una apuesta estética singular, de corte autorial.

A lo largo de esta Tesis denominamos a estos diseñadores como *pioneros*, por ser los primeros en instalarse en el barrio atraídos por una escena incipiente vinculada con la actividad y eventos públicos de los vecinos-arquitectos. No resulta un dato menor que la mayoría de estos diseñadores de objetos sean arquitectos o estén relacionados con el mundo de la arquitectura como es el caso de la fundadora de *Calma Chicha*, uno de los locales pioneros de Palermo. Esta diseñadora es hija de un arquitecto que se desempeña como titular de la cátedra de morfología de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Buenos Aires³⁰. Los diseñadores pioneros se sintieron atraídos no solo por el lugar y el bajo coste del suelo sino por considerarlo un espacio de potenciales clientes especializados que podían sentirse atraídos por los objetos que diseñaban.

A mí lo que me motivaba de Palermo era que era un barrio donde vivían muchos arquitectos y muchos psicoanalistas. Pensaba que la gente que me tenía que comprar a mí tenía que ser abierta a ver algo diferente. Me pareció que Palermo Viejo era un barrio que todavía tenía ese tipo de gente, que le gustaba leer, que por ahí iba a la Plaza Serrano y se tomaba un cafecito y se quedaba sentado leyendo un librito en la plaza [...] Yo creo que lo que nosotros hicimos, si no lo

30 Otro de los emprendimientos como la mueblería Net, vinculada con el diseño de muebles, era llevada adelante por arquitectos. También el estudio de Diana Cabeza dedicado al diseño de mobiliario urbano. No es el caso de Papelera Palermo, pero su dueño tenía una estrecha relación con mucho de los arquitectos del barrio. El dueño del bar El Taller también es arquitecto.

hubiéramos hecho en Palermo no hubiera funcionado. El barrio nos abrió la puerta para hacerlo. El barrio estaba ahí, era el barrio perfecto. Nosotros pusimos un punto rojo en la ciudad, donde la gente dijo: “acá me pongo hacer algo diferente y vendo” (D3, diseñadora y propietaria, Calma Chicha, Palermo).

Los rituales generan creencias compartidas sobre estéticas posibles del lugar. Estas estéticas se impregnan en los objetos, cuerpos y discursos y funcionan como símbolos que se expanden, cambiando de clave, entre actores y *marcos*. El grupo profesional de arquitectos instalados en Palermo habían intentado mantener parte de la impronta del barrio transmutada en una estética edilicia a partir del reciclado de sus viviendas. El reciclaje es una posibilidad dentro del diseño arquitectónico que por razones económico-culturales (cfr. Jameson 1996) y profesionales (cfr. Sarfatti Larson 1993) toma fuerza durante la década del ochenta. Para muchos arquitectos representaba una opción más asequible para la construcción de viviendas. Ahora bien, desde nuestra perspectiva se puede entender el reciclaje como una opción posible debido a la existencia de determinados MC que habilitan, para cierto grupo profesional, la recuperación de elementos del pasado -como las fachadas de las casas antiguas que rememoran la antigua vida barrial- en sus creaciones arquitectónicas. Estos MC son efecto, entre otros factores, de rituales informales y formales que ponen en su centro la necesidad de recuperar la vida barrial. El resultado es un primer cambio o transposición de clave del lugar: la escala y fachadas del barrio se convierten en símbolo-estético vinculado con lo *retro* (asociada al pasado barrial) y la *mezcla* (por su combinación con elementos del presente)³¹.

A principios de la década del ochenta mucha gente empieza a ver la posibilidad de reciclar casas, de volver a las antiguas casas de sus padres. No era solo volver a esas casas sino volver a la escala de barrio. La escala de barrio quedó, de alguna manera, entre la década del cincuenta, sesenta y setenta, como un poco despreciada, como vieja. Surge, inclusive, arquitectónicamente esta cosa que se llama las casas planchadas. La casa planchada es la vieja casa chorizo, que en algún momento, con algún frentista de los años cincuenta, se le pasó un revoque

31 El modo en que los elementos del entorno urbano afectan o se imbrican en los productos culturales ha sido tratado por Harvey Molotch (1996) para el caso de la ciudad de Los Ángeles.

para dejarla lo más chatita posible, con una ventana bien cuadradita casi que pareciera un departamento. Por ahí era una vieja casa chorizo, que algún hijo, o nieto que prosperó y se fue, y le hizo un planchado a la casa de los abuelos, o para venderla mejor. Ahora se suicidarían varios patrimonialistas fundamentalistas. Pero en esa época era una cruzada por derrotar la balaustrada y la voluta, era un “no a la voluta”. Las casas quedaban con la misma configuración: la entrada a la izquierda, las ventanas por ahí unidas. De ese momento se vuelve en los ochenta para retornar a la escala barrial, en este barrio u otros [...]. Este fenómeno también tiene que ver con la reaparición de la democracia (RV14, arquitecto y referente vecinal, Palermo).

A diferencia de lo ocurrido en Poblenou con la instalación de las industrias creativas y del conocimiento, los diseñadores pioneros no negaron la realidad pre-existente del barrio sino que la incorporaron para sí transmutada en una nueva clave. Si los arquitectos toman para sí la realidad del lugar y la convierten en un símbolo-estético asociado a una determinada arquitectura, los diseñadores pioneros re-convierten ese símbolo-estético en un objeto de diseño. A partir de la recurrencia de determinados RC claramente orientados hacia finalidades estéticas, estos diseñadores van definiendo EC-cerrados que configuran, en un primer momento MC-estéticos asociados al lugar, que definen un diseño singular o de autor (ver Sub-sección 4.3.b de esta Tesis). Estos rituales incorporan el símbolo-estético del barrio inscripto en las casas recicladas como objetos singulares *retro*. Este es el caso de *Calma Chicha*, que adquiere una fama inusitada en el barrio y la ciudad y se convierte en un referente del diseño de Palermo, por la venta de objetos singulares vinculados con el pasado de su generación.

El grado de alcance entre la creación y circulación de un determinado símbolo puede variar según el grupo de personas que logra atraer. Como hemos señalado anteriormente, existe un *proceso de resonancia específico*, cuando el efecto de atracción solo está vinculado con creadores de similares características profesionales y generacionales (como en el caso de los artistas de Poblenou) y *trasversal* cuando trasvasa a otros grupos de diferentes características. Aquí podemos afirmar que entre el grupo de arquitectos y diseñadores pioneros existe un *proceso de resonancia transversal*

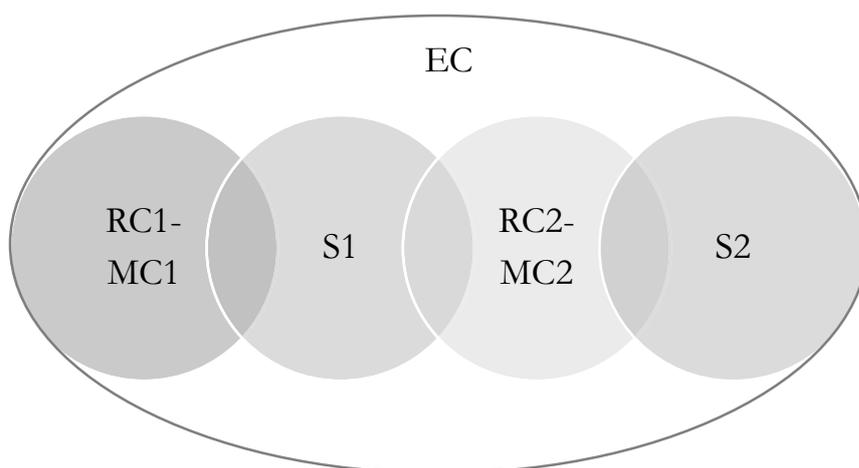
que se articula a través de los símbolos-estéticos, efecto de los distintos tipos de RC celebrados. En este caso la transversalidad es profesional y generacional. Profesional, porque afecta a dos grupos profesionales diferentes (aunque relacionados): arquitectos y diseñadores de objetos. Generacional, porque estos grupos de profesionales pertenecen a dos generaciones diferentes: los arquitectos nacidos hacia la década del cincuenta y los diseñadores de objetos nacidos a lo largo de la década del sesenta y setenta.

Randal Collins y Mauro Guillén utilizan la noción de *efecto de halo mutuo* [*mutual halo effect*] para explicar cómo el prestigio de un determinado creador -en su análisis un arquitecto como Le Corbusier- afecta el éxito de las producciones arquitectónicas posteriores de quienes están conectados con él a través de diferentes generaciones (Collins & Guillén 2012). En nuestro análisis, el proceso de resonancia transversal se da a través de la apropiación y cambio de clave de los símbolos (o productos culturales) creados en RC por diferentes grupos profesionales y generacionales sin que exista necesariamente un contacto directo entre ellos. Y he aquí la importancia del lugar en el proceso de resonancia. La concatenación entre diferentes grupos profesionales y generacionales resulta posible porque sus producciones son lo suficientemente permeables como para adquirir en su contenido elementos del entorno urbano. De esta manera, los arquitectos del barrio de Palermo celebran RC en los que toman como material para sus creaciones elementos de su medio. Luego, los resultados de estas producciones son usados como material por los diseñadores pioneros en sus propios RC para la generación de nuevos productos. En este proceso lo que varía es la morfología del objeto pero no su contenido. Esto sucede porque tanto los MC de los arquitectos como el de los diseñadores están configurados por los EC donde trabajan. Así, el contenido se eleva a emblema o símbolo-estético asociado al lugar.

Desde un punto de vista analítico podemos afirmar que un primer grupo de creadores (C1), en nuestro análisis los arquitectos, celebran rituales de creatividad primarios (RC1) asociados al lugar. El resultado de este proceso es la creación de un objeto cultural, que por su singularidad es elevado a símbolo o emblema de lugar (S1), en

este caso el reciclaje de casas. Luego, un segundo grupo de creadores (C2), en nuestro caso los diseñadores pioneros, en sus rituales de creatividad (RC2) utilizan como material de creación elementos de S1. El resultado es la creación de un nuevo producto o símbolo (S2), en nuestro caso el diseño de objetos retro, que toma, transforma y expande a S1. La variación entre S1 y S2 es debido a los distintos marcos creativos (MC) de los creadores. Por un lado, el de los arquitectos (MC1) y, por otro, el de los diseñadores (MC2). La concordancia entre S1 y S2 se debe a que ambos MC están también configurados por la realidad del lugar o EC. El resultado es un cambio o *transposición de clave* del símbolo-estético. La variación es morfológica: casas y objetos de diseño; la permanencia es su contenido: cierto anhelo por el pasado.

Ilustración 36: Esquema de relación del Proceso de Resonancia



Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, a fines de la década del noventa, comienzan a instalarse en el barrio de Palermo un grupo de jóvenes diseñadores de indumentaria. Estos diseñadores tienen un perfil socio-cultural definido. Como señalamos en el capítulo 3 de esta Tesis, la mayoría de estos diseñadores pertenecen a una clase media urbana que, luego de la crisis argentina de 2001, sintieron amenazada su existencia y capacidad de reproducción social, y que utilizaron las prácticas de consumo como una estrategia de distinción social y emprendedora (Beltrán & Miguel 2011; Miguel 2013; Correa 2011). Esta estrategia se cristaliza en la apertura de numerosos emprendimientos de diseño de indumentaria en el barrio de Palermo caracterizados por una búsqueda estética

singular de corte autorial. En nuestro análisis denominamos a estos diseñadores como *fundadores*, por ser quienes terminan por definir la centralidad de la actividad del diseño en el barrio de Palermo (ver Sub-sección 3.2.c de esta Tesis).

A finales de la década del noventa los *diseñadores fundadores* se sienten atraídos por Palermo debido a su escala barrial y, todavía, por el bajo costo en el valor de las propiedades inmuebles y el alquiler. Pero, por sobre todas las cosas, se sienten atraídos por una incipiente escena creativa que estaba fermentado. Esta escena se configuraba gracias a la existencia de numerosos bares con cierto “ambiente” en torno a Plaza Serrano y de locales comerciales vinculados con el buen diseño.

Me instalé en Palermo porque pensé que iba a ser un polo de diseño alternativo de jóvenes creativos y que iban hacer todas tiendas más o menos como la mía [...] De Buenos Aires, por donde yo recorría, era el único lugar donde había locales interesantes como *Papelera Palermo*, *Juana de Arco*, *Calma Chicha*, donde había negocios con onda. También había una galería de arte que se llamaba *Gara*, que quedaba al lado del bar *El Taller*. Después había otro lugar que se llamaba *Fortunata Alegría* que estaba en Malabia y Honduras y *La Mejor Flor*. Se perfilaba una escena. También había un bar con el que me sentía identificada como era el bar *El Imaginario*. Yo me imaginaba que iban a tentarse unos a otros e iban a abrir otros locales como el mío. Es más, me acuerdo que en una época sentía que no iba a venir nadie a mi cuadra (D5, diseñadora y propietaria, Caro de Dam, Palermo).

A diferencia de los diseñadores pioneros, los diseñadores fundadores se dedican al diseño de indumentaria. Como señalamos en los capítulos precedentes estos diseñadores apuestan por un diseño singular, simbolizado en prendas de vestir únicas para un público especializado; y crean, de esta manera, un plus-valor: el diseño de autor. De la misma manera que el grupo de artistas de Poblenu, los diseñadores fundadores de Palermo modifican sus procesos creativos de acuerdo al grado de definición del entorno urbano. Al principio, cuando Palermo no poseía una actividad creativa dominante, existía una búsqueda estética relacionada con el buen diseño. Esta búsqueda se traducían en RC claramente direccionados por pautas estéticas que

definían EC-cerrados y MC-estéticos profesionales. Sin embargo, los EC, si bien cerrados por su estructuración profesional, eran permeables a la realidad pre-existente de su entorno urbano inmediato. Esta situación hizo posible que el proceso de resonancia creativa, activado por los arquitectos y continuado por los diseñadores pioneros, también los incluya. Pero a diferencia de los diseñadores pioneros, estos creadores son los que potenciarán este proceso y los que definirán la nueva centralidad creativa del barrio: el diseño de autor.

Los diseñadores fundadores, a través de RC direccionados hacia finalidades estético-singulares, se apropian de los símbolos-estéticos creados por los grupos profesionales anteriores: arquitectos y diseñadores de objetos. Desde el punto de vista del *medio escénico*, incorporan en sus locales la impronta del reciclaje, al conservar la estructura edilicia de casa antigua pero remodelada como espacio para la venta de sus productos (ver sub-sección 5.2.c de esta Tesis). Desde el punto de vista de sus creaciones, se apropian de ciertos contenidos simbólicos de las producciones culturales de arquitectos y diseñadores de objetos. Estos contenidos están representados sobre todo por cierta escala de lugar, que transmutada en el diseño de indumentaria se traduce en la confección de una prenda única y cuidada en sus detalles con un dominio de la mezcla de texturas.

Ese sello distintivo de originalidad y de cosa caserita, *made in casa*. Para mí, yo creo que se entendía como lo que era Palermo, no una marca, no un producto, sino una cosa hecha por gente y por seres humanos que cuidan los pequeños detalles. Mi local tenía eso y era lo que había en los locales en esa época acá (D5, diseñadora y propietaria, Caro de Dam, Palermo).

Con los diseñadores fundadores el proceso de resonancia transversal incorpora un tercer eslabón que funciona a la vez como expansión y consolidación de la actividad creativa del barrio. Así, los diseñadores de indumentaria comienzan a definir la centralidad del barrio de forma endógena (o *bottom up*) y a generar una asociación entre creatividad y lugar que condensa el proceso de resonancia creativo en su conjunto. De esta forma, en este sector de Palermo, el proceso de resonancia transversal se

crystaliza en los diseñadores de indumentaria hasta el punto de asociar el nombre del barrio con un tipo de creatividad y una estética singular. Así, la realidad del barrio activa, a través de distintos grupos de creadores (arquitectos y diseñadores de objetos e indumentaria), procesos creativos que, trasmutados en objetos asociados al lugar (casas, objetos y prendas de vestir), le es devuelto como marca de lugar: *una estética palermitana*.

Ilustración 37: Diseños de Calma Chicha, Caro de Dam, Puro y Nike Sobo



Fuente: Página Web de Calma Chicha, Caro de Dam, Zapatillas Puro y Nike Sobo

La consolidación y centralidad del diseño en el barrio de Palermo funciona como efecto llamada para otros diseñadores y para un público general ávido de buen diseño en un proceso de retroalimentación permanente. Así, Palermo se convierte en un circuito comercial, gracias al prestigio de buen diseño labrado por los diseñadores fundadores y pioneros, que atrae a otros diseñadores. El efecto es tan potente que, a comienzos de 2000, son numerosos los diseñadores que se instalan en el barrio de Palermo. Algunos lo hacen en locales comerciales propios o alquilados, otros en ferias itinerantes que se instalan durante los fines de semana en los alrededores de Plaza Serrano y en bares del entorno. Una de las ferias itinerantes más conocida e importante por su renombre fue *Boutique Nómade*. La Boutique Nómade era una feria conformada por un grupo de diseñadores de indumentaria y objetos que utilizaban como locación para la instalación de la feria distintos bares de Palermo ubicados en las cercanías de Plaza Serrano. Muchas de estas ferias itinerantes funcionaron como plataformas de lanzamiento de muchos emprendedores que posteriormente abrieron locales propios en Palermo, como es el caso de zapatillas *Puro*.

Las ferias itinerantes eran el sitio ideal para mostrar un producto que tenía ciertas características que le podía gustar, *a priori*, a determinado tipo de gente. Cuando empezamos no creíamos que esto iba a llegar a ser tan popular, sino más de nicho, como que le iba a gustar a pocos [...]. Palermo tenía esa característica que decías: “acá la gente viene a buscar diseño, entonces si nosotros hacemos diseño la gente nos compra”. Esa era la idea al principio, por eso fuimos al bar *Tazz* con la feria itinerante. Después dejamos en consignación en un local de Palermo, y vimos que el producto se empezó a vender. Entonces dijimos “bueno, va perfecto en Palermo”, o sea no es sólo de feria, entonces tratamos de buscar local propio. Palermo nos parecía que era el lugar más adecuado para algo que, *a priori*, era como moderno. Porque a Palermo la gente va a buscar un plus, algo más (D9, diseñador y propietario, Zapatillas Puro, Palermo).

A diferencia de los diseñadores pioneros o fundadores que se sintieron atraídos por cierta escena alternativa que les brindaba Palermo, los diseñadores que se instalan una vez consolidada la actividad en el barrio, o *diseñadores advenedizos* (ver sub-sección 3.1.b de esta Tesis), lo hacen motivados por el flujo de público y el prestigio del barrio. Si bien con una búsqueda de diseño singular, los diseñadores advenedizos celebran RC direccionados en su encadenamiento hacia finalidades comerciales. El resultado de estos rituales es la configuración de EC-cerrados y MC-profesionales del tipo comercial.

La diferencia entre los diseñadores pioneros y fundadores y los advenedizos es que mientras los primeros crean una estética singular a partir de elementos del entorno urbano, los segundos adecuan sus diseños a una estética ya existente. Se produce así una asociación o afinidad electiva. Los diseñadores advenedizos ven en el diseño de los pioneros y fundadores una posibilidad de diseño que eligen, en su singularidad, como meta estética. Dicho en otras palabras, toman para sí la estética palermitana como un horizonte estético posible para sus creaciones. Esta apropiación resulta posible porque el símbolo-estético creado por los pioneros y fundadores, desprendido de sus contenidos específicos, deviene en forma estética asociada al lugar.

De Palermo tenemos la mezcla. Nuestro producto tiende a mezclar formas, texturas, épocas, colores, y Palermo me parece que tiende también a mezclar todo eso [...] En realidad uno interactúa con el medio ambiente. En algunos casos uno propone algo y en otros casos es el ambiente el que te lo está proponiendo y vos lo absorbés. Por momentos hay más de uno proponiendo algo y por momentos hay algo más del ambiente, cuando se huele cierta situación o cierta tendencia y vos decís: “yo me amoldo a esto, me gusta, me siento cómodo con esto” [...] Nos pasa, por ejemplo, viendo el producto por la calle. En Palermo es donde más productos *Puro* ves por la calle. Yo vivo Palermo, vivo en Gurruchaga y El Salvador, y percibo que el producto se ve en la calle. Hay algo que está ahí, no sé bien que es pero está. [Yo creo que de Palermo nuestros productos] tienen un poco de este riesgo de ir un poquito más allá de lo que estaba (D9, diseñador y propietario, Zapatillas Puro, Palermo).

A lo largo de la primera década de 2000 se realizan varias ediciones de una feria y un festival que terminan por expandir y consolidar la escena del diseño en Palermo: El *Festival Buen Día* y la *Feria Dorrego*. El Festival Buen Día, era un festival de música organizado de forma privada (sin participación pública) en Plaza Armenia (a pocas cuadras de Plaza Serrano). Si bien el epicentro del festival eran las bandas de música de rock alternativo, en torno al escenario se disponían puestos de venta de objetos de diseño e indumentaria, de degustación gastronómica y venta de arte. Todas estas actividades representaban la nueva realidad creativa del barrio. La Feria Dorrego, por su parte, era una feria de diseño que se realizaba periódicamente en un predio que disponía el gobierno de la ciudad de Buenos Aires sobre la Avenida Dorrego en Palermo. La feria estaba organizada desde el Centro Metropolitano de Diseño (CMD) dependiente del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. La finalidad de la feria era dar visibilidad y apoyo al diseño emergente y de autor, a la vez que extender la actividad de diseño a otros sectores del barrio de Palermo. La particularidad de la feria era que disponía de un jurado de expertos que seleccionaba los proyectos de los diseñadores que podía acceder a un local.

Si los eventos organizados por los arquitectos y vecinos en la Plaza Serrano durante la década del ochenta tuvieron por efecto generar y afirmar un tipo particular de

creencia vinculada con valores relacionados a la vida barrial, el Festival Bueno Día y la Feria Dorrego dieron visibilidad y expandieron hacia otros rincones de barrio la nueva actividad dominante de Palermo: *el diseño*. Así, estos eventos funcionaron como indicadores de lugar, al poner en visibilidad y consolidar la actividad del diseño en otros sectores del barrio. Desde un punto de vista geográfico el epicentro de Plaza Serrano se expande y activa otros centros (Dorrego y Plaza Armenia) que empiezan a funcionar como epicentro de otras resonancias vinculadas ahora con el diseño. De todas formas, estos eventos no generaron algo nuevo, lo que hicieron fue poner en escena una actividad emergente. Al hacerlo, hicieron visible, para un público mucho más amplio, lo que estaba ocurriendo en materia de diseño en Palermo. Además, este tipo de eventos, en especial la Feria Dorrego, sirvieron para consolidar la actividad de los diseñadores advenedizos en el barrio.

Dorrego para nosotros era la posibilidad de ampliar la oferta de diseño hacia otros sectores del barrio. La Plaza Serrano estaba muy tomada por la competencia del diseñador que no tenía dinero para el local pero veía que por ahí pasaba la gente. Entonces nos pareció interesante abrir un espacio [...] Y ya se veía venir la tendencia en Buenos Aires la sustitución de marcas por diseñadores de autor. Entonces para nosotros era también importante mantener un espacio donde lo que primara fuera la mirada de lo creativo, lo nuevo, lo emergente. [La idea era] seguir alimentando el semillero. Porque aparte justamente esa era la franja. El trabajo lo encaramos nosotros para ver como venía evolucionando este sector y nosotros verificamos lo que hay. Lo que nosotros percibíamos era que nuestros servicios eran más demandados por aquellos emergentes que por los consolidados. Nosotros con los consolidados teníamos trabajos y teníamos algunos servicios, pero mal que mal los consolidados ya desarrollaron su actividad comercial y se sostenían. Los que venían a pedirnos ayuda eran los que todavía no tenían las redes. El Dorrego se constituyó en eso, un espacio para emergentes. El primer paso para después pegar un salto y el que no lo pegaba bueno ahí quedaba, que a muchos les pasaba eso. Pero hubo varios que pegaron salto (FP8, ex - director del CMD, Buenos Aires).

La expansión de la actividad del diseño en el barrio de Palermo no solo atrajo a un público más general de consumidores, sino que generó que marcas importantes y reconocidas decidieran instalar un local de venta en el barrio. Lo que las grandes marcas buscaban en Palermo era, por un lado, captar para sus ventas a un público general que había convertido a Palermo en un circuito de compra asociado al buen diseño. Por otro, apropiarse parte del prestigio generado por los diseñadores de autor. De hecho, para algunas grandes marcas como *Nike*, Palermo funciona como base para el lanzamiento de una línea especial asociada con el lugar: *Nike Soho* y, además, como publicidad para la marca.

La idea es darle al cliente lo que busca. Originalmente, como te decía, el cliente era local y el local era un público *hippie chic* donde predominaba el desorden. Nosotros somos una empresa seria, te tenemos que mostrar el desorden pero muy ordenado, muy profesional tiene que ser todo. Entonces en principio nos caracterizaba eso, hoy somos bastante más ordenados, porque ya es más genérico, hubo como un cambio, hoy nos acomodamos a lo que viene (D10, responsable del local de indumentaria Nike Soho, Palermo).

El proceso de resonancia transversal, que atraviesa arquitectos, diseñadores (pioneros, fundadores, advenedizos) y, finalmente, a grandes marcas comerciales, termina por impactar en los propios emprendimientos de los diseñadores. Los rituales-diseñados (eventos) y los RC generan un proceso de resonancia múltiple que se inscribe en los EC, las organizaciones y el propio barrio en su conjunto. Como efecto los propios EC se modifican en sus límites, medios y direccionalidades, afectando los MC. Así, la expansión de este proceso obliga a los diseñadores a re-ajustar sus rituales creativos de acuerdo a la nueva realidad del entorno urbano. La atracción de otros diseñadores y grandes marcas genera un proceso similar al ocurrido en Poblenou pero endógeno: la competencia por el espacio del barrio. En Palermo esta competencia se traduce en un aumento paulatino en los costes de alquiler del suelo y en la expulsión de muchos diseñadores del barrio.

El resultado de este proceso implica un paulatino cambio en la direccionalidad de los RC celebrados por los diseñadores pioneros y fundadores. De una direccionalidad definida de acuerdo a criterios puramente estéticos, pasan a hacerlo por criterios comerciales. Este proceso es vivido como una contradicción por parte de los diseñadores. El resultado es la configuración inestable de EC-disonantes que definen MC que oscilan entre lo estético y lo comercial (Ver Sub-sección 4.3.b de esta Tesis). Para los diseñadores, el barrio que alguna vez los supo atraer ahora siente que los expulsa.

En resumen, el proceso de resonancia transversal toma cuerpo a través de distintos tipos de rituales (diseñados o creativos) celebrados por diferentes grupos de profesionales (arquitectos, diseñadores de objetos y de indumentaria). Estos profesionales incorporan en sus creaciones parte del entorno urbano y lo convierten en un producto cultural (casas, objetos de diseño e indumentaria) que se convierte en símbolo o emblema del lugar hasta llegar al punto más abstracto de una estética propia (la estética palermitana). La diferencia y similitud entre sus producciones se debe a que los MC de los distintos grupos de profesionales que se instalan en el barrio poseen una doble configuración. Por un lado, se encuentran inscriptos en una realidad profesional particular, lo que le da un factor diferencial a sus creaciones. Pero, por otro, los MC aparecen también configurados por el lugar o EC donde se celebran los RC, aquí radica parte de su similitud.

El grupo de *arquitectos* que se instala en Palermo durante la década del ochenta, motivados por la vuelta a una escala barrial donde poder vivir y trabajar, crea un primer foco de atención que se convierte en punto de atracción y valoración del barrio y se simboliza en el reciclaje de viviendas y el rediseño del espacio público. En este primer momento funcionan como elementos dinamizadores los eventos (o rituales diseñados) con epicentro en Plaza Serrano (como las fogatas de San Pedro y San Pablo, las Ferias de las colectividades, concursos artísticos, fiestas de fin de año). Estos eventos, que propiciaban el encuentro entre vecinos se extiende en distintos bares que comienzan a instalarse en la zona. El más representativo de estos lugares es el bar El Taller.

El foco de atención y su resonancia funcionan como llamado de atención para una segunda generación de creadores: los *diseñadores pioneros*, quienes expanden el proceso de resonancia a partir de incorporar los contenidos del entorno edilicio en sus productos de diseño. El resultado es un producto cultural (un objeto de diseño) que se eleva a símbolo al conservar parte del contenido de las casas recicladas en un nuevo formato. La consecuencia de este proceso es la emergencia de una estética singular asociada al lugar.

A esta primera oleada de diseñadores de objetos se suma un segundo grupo de creadores vinculados con el diseño de indumentaria, quienes se sienten atraídos por la incipiente escena creativa del barrio de Palermo. Estos diseñadores, o *fundadores*, son quienes terminan por consolidar el proceso de resonancia y definir la centralidad del barrio: *el diseño*. Los diseñadores fundadores incorporan para sí las producciones simbólicas de los arquitectos y diseñadores de objetos en su aspecto formal, y conservan en menor medida su contenido, a partir de la creación de prendas únicas y cuidadas en sus detalles. Estos diseñadores atraen al barrio a un público consumidor ávido por el buen diseño y a otros diseñadores, *advenedizos*, que se sienten llamados por el prestigio y el circuito comercial de Palermo. Las ferias itinerantes (como La Boutique Nómade) y los eventos periódicos (como El Festival Buen Día y La Feria Dorrego) visibilizan y expanden a otros sectores del barrio el nuevo fenómeno.

Finalmente, la visibilidad del barrio como nuevo circuito de diseño de la ciudad, atrae a las grandes marcas, quienes deciden instalar sus locales comerciales en el barrio con la finalidad de apropiarse parte del prestigio de Palermo como barrio de diseño. En este caso, la apropiación simbólica no pasa tanto por un cambio en sus productos o servicios sino por una adaptación del espacio físico donde los productos se exhiben. La particularidad radica en el tipo de local y la forma de selección y exposición de sus productos (como el caso de Nike Soho).

Uno de los efectos del proceso de resonancia transversal es la modificación de parte de los RC que lo hicieron posible y, consecuentemente, de los EC donde aquellos se

emplazan. De esta forma, la expansión del proceso de resonancia obliga a un re-ajuste de las direccionalidades creativas de acuerdo a la nueva realidad del entorno urbano. De una orientación creativa que apuntaba hacia la consecución de finalidades estéticas se pasa, paulatinamente, a una que contempla metas comerciales en el proceso de diseño. Este cambio se vive de forma contradictoria por parte de los diseñadores pioneros y fundadores, lo que provoca la emergencia de EC-disonantes.

Mientras que en el caso de Palermo el proceso de resonancia se da a través de un proceso de encadenamiento transversal que afecta a diferentes sectores profesionales y generacionales, conservando y transformado parte del entorno urbano, en Poblenou esto no sucede. Cada sector creativo se relaciona con el otro a través de una oposición o simplemente no existe una relación, por lo que los procesos de creación se definen al interior de cada grupo (resonancia específica). Existen dos razones posibles que expliquen este fenómeno. Por un lado, la visibilidad de los diversos emprendimientos en Palermo (locales a la calle), en contraposición a los de Poblenou (locales cerrados). Por otro, el proceso de resonancia en Palermo se da a través de lazos creativos-comunitarios y luego por lazos estéticos-comerciales en una lógica de continuidad. Por el contrario, en Poblenou este proceso se genera también a través de lazos creativos-comunitarios pero interrumpidos (en una lógica de oposición por omisión) por la emergencia del Distrito 22@.

6.2. Encadenamiento de Escenarios Creativos y clúster culturales³²

La inscripción territorial del complejo de diseño y el distrito de producción audiovisual en el barrio de Palermo ha sido analizada como *clúster* de un tipo específico de industria creativa (Álvarez de Celis 2003; Braticevic 2007; Mignaqui et al. 2005). Por su parte, la actividad artística del barrio de Poblenou ha sido entendida como un todo coherente asociado al territorio como *barrio artístico* (Valera 2009), y el Distrito

³² Parte del contenido de esta sección aparece expuesta en tres artículos de mi autoría. Dos de estos artículos tienen por objetivo una construcción tipológica de clúster culturales de acuerdo al tipo de interacción social dominante (Zarlenga et al. 2013; Rius Uldemollins & Zarlenga 2014) y un tercero analiza la relación conflictiva entre el Distrito 22@ y el sector artístico del barrio de Poblenou (Zarlenga 2013).

22@ como un tipo de clúster diseñado y vinculado con las industrias creativas y del conocimiento (Palacio & Engel 2011). Todos estos análisis coinciden en señalar la importancia de la agrupación o clusterización de las actividades culturales para dinamizar procesos de creatividad e innovación cultural urbana.

Como señalamos en la sección 1.1 de esta Tesis, los *clústeres culturales* han generado una gran cantidad de literatura académica que tiene por objetivo su análisis desde aspectos económicos, urbanos o sociales (Maskell & Lorenzen 2004; Karlsson 2010). El problema de este tipo de estudios es que entienden la existencia de un solo tipo de clúster culturales a pesar de reconocer su gran diversidad en términos de configuración espacial, niveles de interacción o dinámicas de gobernanza (Cinti 2008). Algunos autores han propuesto definiciones de los clústeres culturales según variables vinculadas a la actividad económica, las dinámicas culturales desarrolladas o el contexto social y urbano donde se inscriben (Montgomery 2003). Otros autores han elaborado clasificaciones a partir de su situación dentro de la trama urbana (Frost-Kumpf 1998), el nivel de intervención del Estado (Wen 2012) o bien de su contexto organizativo (Redaelli 2008).

Una tipologización interesante es la que realiza Santagata (2002) en la que diferencia los clústeres en términos de *output* económicos distinguiendo, así entre clúster de industrias culturales, distrito cultural (basado en denominaciones de origen controladas) y los distritos de museos. Los primeros producen bienes culturales para el mercado, los segundos rendimientos monopólicos basados en los derechos de propiedad intelectual y los terceros impactos socioeconómicos sobre el territorio. No obstante, desde nuestro punto de vista, a pesar del valor de estas aportaciones al debate sobre la clusterización cultural, no se ha elaborado una tipología que analice el fenómeno desde un punto de vista sociológico y situacional.

Desde nuestra perspectiva de análisis, un clúster cultural puede ser entendido como la concentración y encadenamiento estable entre EC de diverso tipo dentro de un espacio territorial próximo y delimitado. Los procesos de resonancia, de corto o largo alcance, configuran pautas de interacción que, una vez estabilizadas, definen modos

de relación entre distintos tipos de actores y organizaciones en un espacio territorial definido. Desde una perspectiva espacial podemos entender estas relaciones como encadenamientos de EC que se suceden en un espacio geográfico determinado. De este modo, la conexión entre distintas situaciones creativas define encadenamientos que dibujan tránsitos posibles entre EC. Estos tránsitos suelen estar estabilizados a través de determinados *marcos* [*frame*] que los regulan, conformando redes de relaciones o conexiones territoriales.

En otros trabajos, a partir de la noción de *marco* [*frame*], distinguimos tipos de interacciones sociales dominantes al interior de distintos tipos de clúster culturales (Zarlenga et al. 2013; Rius Uldemollins & Zarlenga 2014). De esta forma, pudimos diferenciar conceptualmente tres dinámicas dentro de las cuales se enmarcan las principales interacciones sociales de los clúster culturales de la ciudad de Barcelona, que resultan extrapolables a otros contextos: *la burocrática*, *la asociativa* y *la comunitaria*. El primer tipo de interacción predomina en los clúster culturales que se caracterizan por la concentración de instituciones culturales. El segundo, por aquellos clúster donde predominan empresas vinculadas a la producción y/o consumo de bienes culturales. Finalmente, el tercero en barrios caracterizados por la concentración de artistas.

A partir de estas definiciones pudimos distinguir cuatro tipos de clúster culturales según el tipo de interacción social dominante: (1) Los clústeres de industrias creativas, o la concentración de empresas del sector cultural con un objetivo de conseguir una disminución de costes y ventajas competitivas de la clusterización. (2) La agrupación de instituciones culturales como forma de panificación urbana, orientadas a favorecer las economías de escala. (3) El distrito cultural, como un producto de los proyectos de regeneración urbana creando así espacios mixtos de difusión y consumo cultural. (4) Las escenas artísticas que conforman una red de espacios, creadores y públicos asociados a la creación, agrupados para conformar una comunidad local (Rius Uldemollins & Zarlenga 2014; Zarlenga et al. 2013).

Esta tipología no pretende ser una clasificación estanca sino una propuesta de *tipos ideales* que no se reflejan de forma perfecta en la realidad empírica sino que funcionan como modelos a los que diferentes casos se aproximan. Existen casos que compartan ciertas características de dos modelos o en un mismo espacio urbano se puedan encontrar dos dinámicas de clusterización diferentes. No obstante, como veremos, estas dinámicas de clusterización, a pesar de solaparse territorialmente, forman por sus características organizativas y dinámicas de interacción, realidades relativamente autónomas. También es posible que un clúster empiece siendo de un tipo y evolucione hacia otro, ya sea a partir de acciones planificadas o bien por las dinámicas urbanas y sociales no previstas, por lo que estas clasificaciones son históricamente contingentes.

Los barrios de Poblenou y Palermo han sufrido procesos de clusterización contradictorios. Por un lado, el barrio de Poblenou ha visto el desarrollo y consolidación de una escena artística hacia la década del ochenta y posteriormente hacia la primera década del 2000 la creación y desarrollo de un clúster de industrias creativas y del conocimiento. Por otro, en Palermo, desde finales de la década del noventa y durante la primera década del 2000, se ha desarrollado y consolidado un clúster cultural orientado al consumo o distrito cultural. En esta sección analizaremos los encadenamientos posibles entre EC según el tipo de clúster cultural en el que se inscriben. Para esta finalidad, tendremos en cuenta si estos encadenamientos se dan en un contexto adverso para el desarrollo de la actividad creativa, como en el caso del sector artístico de Poblenou (sub-sección 6.2.a); o favorable, como el sector del diseño en el barrio de Palermo (sub-sección 6.2.b).

6.2.a. Encadenamiento de Escenarios Creativos y clúster de creadores culturales

La emergencia y relativa consolidación del sector artístico en el barrio de Poblenou durante la década de los ochenta y parte de los noventa puede ser entendida como un proceso de resonancia específico. La relativa estabilización de este proceso posibilitó la generación de una modalidad de vínculo que permite definir a un sector del barrio de Poblenou como *clúster de creadores culturales* o *barrio artístico*. El proceso de resonancia

iniciado por el sector artístico se ve interrumpido por la gestación y desarrollo del Plan 22@ a comienzo de 2000. La aparición del Plan provoca, entre otras cosas, una expulsión y cambio en las formas de vinculación dentro del sector artístico. En esta sub-sección analizaremos los efectos que el Plan 22@ provoca en los lazos que definen las relaciones entre organizaciones y actores del clúster de creadores o barrio artístico de Poblenou.

Durante la década de los ochenta y principios de los noventa el incipiente sector artístico instalado en el barrio de Poblenou adquiere una relativa centralidad, pudiendo ser caracterizado por conformar un tipo de *clúster cultural de creadores* o *escena artística*. Este tipo de clúster se caracteriza por enmarcar relaciones del tipo comunitarias entre artistas y organizaciones creativas emplazadas en un territorio determinado. Dentro de este marco, priman los lazos sociales afectivos y personales (Rius Uldemollins & Zarlenga 2014; Zarlenga et al. 2013).

La dimensión comunitaria de los clúster culturales de creadores aparece mencionadas en numerosas ocasiones por la historia del arte o los estudios literarios (Franck 2003; Lottman 1981) y la sociología (Lloyd 2010; Simpson 1981). Este tipo de análisis caracteriza las relaciones entre creadores a partir de lazos de amistad, relaciones desinteresadas, la mezcla entre trabajo y ocio, la coincidencia entre espacio de trabajo y espacio de residencia (materializado en el taller de artista, después conocido como *loft*), la relación con el entorno social dentro del clúster y la valorización y transformación del entorno.

La literatura de la vida bohemia, desde su inicio a mitad del siglo XIX destaca el estilo de vida no-convencional, que según Chiapello (2002) forma parte de la crítica artística de la vida burguesa y según Bourdieu (2002b) del *habitus* propio del campo artístico. En este sentido, la concentración de los creadores en una zona facilita la emergencia de una subcultura bohemia (Fischer 1995). Por lo general, este tipo de clúster se gesta de una forma implícita, a partir de redes de colaboración y ayuda. Su agrupación genera la creación de una “masa crítica” suficiente para generar organizaciones que reproduzcan esta subcultura y la muestren al exterior de la comunidad. Los barrios

artísticos aparecen, en este sentido, como el escenario de la vida bohemia, separados de los espacios urbanos de la *middle-culture* (Lloyd 2010).

Desde nuestra perspectiva, las organizaciones creativas cumplen un papel fundamental en la configuración de los marcos que regulan el tipo de interacciones de los clúster culturales. En el capítulo 5 de esta Tesis utilizamos la noción de *enmarcamiento* para definir al conjunto de acciones o mecanismos sociales llevados adelante por el equipo organizativo o los propios creadores a lo largo del tiempo, a través de los cuales se codifican, a nivel de percepciones y regulaciones, determinados tipos de vínculos o acciones sociales que ayudan a pre-definir direcciones creativas formales o específicas de los RC. El resultado de este proceso es el establecimiento de determinados *Marcos Organizacionales Creativos* (MOC). Ahora bien, los MOC también colaboran en la configuración y estabilización de vínculos hacia el exterior de la organización. Al hacerlo no solo pre-definen posibles tránsitos y encadenamientos entre distintos tipos de EC, sino que también estabilizan y traducen en lazos perdurables procesos de resonancia transversales o específicos.

Luego del impacto del Plan 22@, la realidad del sector artístico del Poblenou se modifica. De ser un sector con una relativa centralidad y en expansión, pasa a ocupar un lugar marginal o periférico dentro del barrio. Esta situación modificó el tipo de relaciones que los centros de creación artística y creadores establecían entre sí y con otras organizaciones y actores del barrio y, por tanto, afectó también a la dinámica social dominante del clúster de creadores o escena artística. Si bien, por un lado, el impacto del Plan genera un proceso de mayor unidad y definición de las relaciones al interior del sector; por otro, diversificó el tipo de lazos existentes. Así, de una dinámica de interacción caracterizada por el dominio de lazos del tipo comunitario, emergen nuevas formas de vinculación caracterizadas por una mayor profesionalidad.

La primer consecuencia del Plan 22@ fue reforzar y definir mejor los lazos entre creadores y centros de creación artística del barrio. Así, la mayoría de los centros de creación de Poblenou, independientemente de su tipo y condición, participaron en la creación de una plataforma que los nuclea: El *Mapa Creativo del Poblenou*. La plataforma

es impulsada desde el *Centro de Exposiciones de Can Felipa*, dependiente del Ayuntamiento de Barcelona. Su principal finalidad es dar visibilidad y soporte al sector artístico del barrio ante el avance del Plan 22@. Posteriormente, desde esta plataforma se comienzan a organizar parte de los *Talleres Abiertos del Poblenou*. A nivel situacional este tipo de lazos se cristaliza en encuentros periódicos que ocurren en los distintos centros de creación artística del barrio, donde el foco de atención de los participantes está puesto en las problemáticas del sector y en la organización de los Talleres Abiertos. Estos encuentros refuerzan el sentimiento de pertenencia como grupo de creadores del barrio y ayuda a la construcción de una identidad propia.

La segunda consecuencia del Plan fue diversificar el tipo de vínculo existente entre organizaciones y creadores del sector artístico. Los lazos del tipo comunitarios no desaparecen pero comienzan a convivir con modalidades de vinculación más profesionales. Esta modificación no anula la colaboración y reciprocidad entre centros, pero se da de una forma más pautada y regulada. Así, se mantiene cierto tipo de lazos comunitarios vinculados con la colaboración recíproca o asistencia mutua entre centros que comparten similares características. De esta forma, se mantienen lazos de colaboración técnica, profesional y hasta “política”, sobre todo entre centros que se caracterizan por emplazar EC-abiertos o disonantes que definen MC-comunitarios (como La Fundició o La Nave Espacial) o estéticos-comunitarios (como La Escocesa). Este tipo de vinculación define tránsitos o encadenamientos entre los diferentes EC que se emplazan al interior de los centros de creación artísticas. Por lo general, este tipo de vínculo facilita encuentros recurrentes entre equipos organizacionales y de creadores que pre-definen situaciones de colaboración recíproca. En este tipo de encuentros, los miembros de los equipos de centros más profesionales, como La Escocesa, tienden a brindar soporte y asistencia técnica y organizacional a los miembros de los equipos de centro menos profesionales. Por su parte, los miembros del equipo organizacional de centros del tipo comunitario, como la propia La Fundició y La Nave Espacial, suelen colaborar con los miembros de otras organizaciones creativas en acciones reivindicativas del tipo política por la defensa del espacio ante el avance del Plan 22@.

Aquí, a nivel de barrio, hay iniciativas de colaboración y de generar red y sinergias, sea por proyectos propios o sea por proyectos comunes. Por ejemplo, con *The Private Space* recientemente hemos colaborado en un proyecto. Ellos estaban llevando adelante una parte de las actividades dentro del *Festival Loops*, que se estaba llevando en *Stream*. Dentro del *Stream* había un proyecto que se llamaba *Fresh*. Entonces pidieron la colaboración de centros de creación, que se presentasen para poder ellos hacer una exposición conjunta. Nosotros colaboramos, algunos artistas nuestros se presentaron allá, los escogieron, o sea, también los escogieron porque estaba La Escocesa detrás, y porque era una manera de colaborar y de implicar a centros que ellos consideran importantes para ese proyecto (G3, directora la La Escocesa, Poblenu).

El tipo de lazo comunitario o colaborativo se extiende al sector vecinal organizado y se puede observar en casi todos los centros de creación artística. La diferencia radica en el grado y modo de implicancia de acuerdo al tipo de centro. Mientras los centros más profesionales como Hangar mantienen lazos del tipo formal, a través de la participación en la *Coordinadora de Entidades Vecinales de Poblenu*, centros como La Fundició poseen una mayor implicancia con el sector, en el marco de un afianzamiento del vínculo con la comunidad local. Esta situación se traduce en una mayor participación del centro en las celebraciones del barrio (Carnavales y Fiestas Mayores, comidas barriales, etc.) y en una preocupación por parte de algunos miembros del equipo organizacional o de creadores por la preservación de la memoria y el pasado del barrio. Desde el punto de vista situacional este tipo de implicancia se inscribe en la misma realidad espacial del centro. Así, los *límites* espacio-temporales de los EC de la organización se vuelven permeables a la realidad del entorno; se configura un *medio escénico* que combina elementos artísticos y barriales; se imprime una *direccionalidad creativa* que toma parte de los problemas del entorno para convertirlos artísticamente en herramientas reivindicativas (Ver Capítulo 5 de esta Tesis).

En cuanto al espacio físico [de La Fundició], al ser un espacio que puede ser transformado, se cede a alguna organización vecinal para la realización de eventos, desde alguna comida popular a alguna muestra de poesía, o de teatro o a la creación de algo físico como un decorado. Este es un espacio que se cede a

la comunidad local, se abre, y se utiliza durante el tiempo que sea necesario (G6, escultor y director La Fundició, Poblenou).

Los centros de creación artística, que llevaron adelante estrategias de profesionalización, como Hangar y La Escocesa, comienzan a definir vínculos con el sector público local. Esta relación se enmarca en un tipo de vínculo de dependencia basado en el otorgamiento de subsidios por parte del *Instituto de Cultura de Barcelona* (ICUB) y en su incorporación dentro del *Programa de Fábricas de la Creación*. Esta relación implicó cambios en el modo de organización de los centros. Estos cambios se traducen a nivel espacial en un proceso paulatino de delimitación, configuración de un medio escénico y una direccionalidad creativa claramente definida y orientada hacia finalidades estético-creativas. En centros como Hangar, donde el proceso de profesionalización es casi completo, no existen mayores conflictos y el equipo organizacional tiene la capacidad de direccionar y orientar los RC que allí se celebran hacia finalidades estéticas, configurando así EC-cerrados que definen MC-estéticos profesionales (Ver Capítulo 4 de esta Tesis). Por el contrario, en centros como La Escocesa, donde este proceso recién comienza, existen numerosos conflictos entre los distintos equipos de creadores y el equipo organizacional por los cambios en el modo de organización del centro. Como observamos en el capítulo 4 de esta Tesis, esta situación conflictiva se traduce en la celebración de RC con orientaciones divergentes y en la configuración de EC-disonantes que terminan por definir MC-estético comunitarios.

Las Fábricas de la Creación es un programa que tiene la voluntad de articular una serie de estructuras de producción artísticas. Algo similar a lo que podría ser una organización que tenía Hangar, vinculado con una gestión profesional, pero con un proceso de autogestión, con gran parte de capital público y con la finalidad pública de apoyar determinados procesos de la producción [...]. [El Programa] funciona como un marco regulatorio que te permite una mejor vinculación con el Ayuntamiento (G4, directora Hangar, Poblenou).

Las estrategias de profesionalización de centros como Hangar y La Escocesa llevan al equipo de gestores de estos establecimientos a entablar relaciones con otros centros de similares características fuera del radio del barrio y hasta de la ciudad. Este tipo de relaciones suelen estar pautadas y estructuradas en sus formas. Esta modalidad de vínculo se puede definir como profesional, basada en el intercambio de recursos humanos (artistas residentes) y materiales (asistencia técnica y/o profesional). A diferencia de los vínculos comunitarios o de reciprocidad, los vínculos profesionales se basan en el intercambio equitativo de bienes o servicios en el marco de un proyecto o programa que tiene por finalidad una mejora en la calidad de los recursos humanos de los centros. A nivel espacial este tipo de intercambios supone la posibilidad de tránsitos de parte del equipo de creadores y organizadores por diferentes EC de otros centros de distintas ciudades del mundo.

En el ámbito local este tipo de vínculo profesional se extiende hacia las empresas instaladas en el Distrito 22@. Hangar, por ejemplo, participa en un proyecto de colaboración con empresas del *Parque Biomédico* de Barcelona a partir del intercambio de recursos materiales y humanos. La finalidad que persigue el proyecto es generar diálogos entre sectores diferentes del conocimiento como lo son el arte y la biomedicina.

Nosotros en estos momentos hemos logrado consolidar una relación bastante fuerte con el *Parc Biomedic* de Barcelona, son pares nuestros en un proyecto científico. Ahora estamos enviando grupos de artistas allá, a visitar proyectos muy específicos sobre el genoma humano, sobre la biología de sistemas. Tenemos proyectos y, de alguna manera, una relación cercana. Somos dos ámbitos que, al menos, trabajan con intangibles [...] Tenemos un cierto interés los unos por los otros. Entonces sí que estamos logrando romper un poco ese prejuicio que se le atribuyó siempre al sector cultural, de ser caóticos, incapaces de razonar (G4, directora Hangar, Poblenou).

En resumen, en una primera etapa el sector artístico de Poblenou adquiere una relativa centralidad dentro del barrio, conformando un clúster de creadores o escena artística.

Este tipo de clúster se caracteriza por la existencia de vínculos sociales del tipo comunitario entre actores y organizaciones creativas. Luego del Plan 22@ el proceso de resonancia del sector artístico se interrumpe y se genera una conmoción que obliga a una mayor definición en el tipo de vínculo entre sus organizaciones y actores. Esta nueva situación tiene como resultado, en primer lugar, una mayor definición y afianzamiento de los vínculos entre los diferentes centros de creación artística del barrio. Un ejemplo de esta situación es la creación de una plataforma (El Mapa Creativo de Poblenou) que tiene por finalidad visibilizar al sector. En segundo lugar, las dos centralidades del barrio, el sector vecinal organizado y el Distrito 22@, genera un principio de atracción, o fuerza centrífuga, que modifica las pautas de interacción de los miembros y organizaciones de la comunidad artística. Por un lado, en algunos centros, como La Fundició y La Nave Espacial, se genera un proceso de resistencia y afianzamiento de las redes locales (con el sector vecinal organizado y otros centros de creación artística) basadas en un vínculo del tipo comunitario o de reciprocidad. Por otro, en centros que optaron por una estrategia de profesionalización para sus establecimientos, como Hangar y La Escocesa, se genera un paulatino proceso de independización de las redes locales que conforman el entorno barrial y la sustitución de vínculos del tipo comunitarios por vínculos profesionales (locales e internacionales).

6.2.b. Encadenamiento de Escenarios Creativos y clúster de industrias culturales

La emergencia, desarrollo y consolidación de la actividad del diseño en el barrio de Palermo se puede entender como un proceso de resonancia transversal que atraviesa a distintos sectores profesionales (arquitectos, diseñadores de objetos y de indumentaria) a lo largo del tiempo. En esta sub-sección analizaremos como este proceso define tipos y modalidades de vinculación entre diversos actores y organizaciones que permiten definir a un sector del barrio de Palermo como un *clúster de creadores* que deviene en *clúster de industrias culturales orientado a la producción y consumo*. Para esta finalidad distinguiremos al menos dos etapas de este proceso: la de los diseñadores pioneros y fundadores y la de los advenedizos.

En una primera etapa, los diseñadores pioneros y fundadores comparten el hecho de entablar relaciones con otros diseñadores y emprendimientos creativos del barrio de una forma informal y poco definida. La modalidad de vínculo entre este tipo de emprendimientos suele ser similar a la que se encuentran en los *clúster de creadores o barrios artísticos*: relaciones basadas en lazos comunitarios o de reciprocidad. Los vínculos de reciprocidad se pueden observar tanto a nivel de consejos sobre el desarrollo de los emprendimientos y la situación comercial del barrio, como la estética de los productos.

[Con otros diseñadores del barrio] había una buena relación. Pero todavía más a nivel académico, universitario, como una relación de pares. No era una relación de hacer cosas a nivel comercial, a nivel de ventas, a nivel de alianzas, porque la verdad es que absolutamente ninguno tenía eso en la cabeza. No te importaba si vendías o no vendías. Lo más importante era estar haciendo algo. Era un acto como más egocéntrico [...] más una cuestión de cómo nos definíamos, de cómo nos ayudábamos en el surgimiento de los nuevos locales (D4, diseñadora y propietaria, Mariana Dappiano, Palermo).

Esta modalidad de vínculo se puede explicar tanto por factores generacionales (diseñadores de una misma camada) como profesionales (comparten una misma profesión y, por lo general, educación) de los diseñadores (Miguel 2013; Beltrán & Miguel 2011). Desde un punto de vista situacional y espacial este fenómeno se puede entender por la inscripción de esta camada de diseñadores dentro de un proceso de resonancia transversal que tiene como epicentro, o foco de atención, el diseño de autor. Como hemos señalado anteriormente, el proceso de resonancia se articula y eslabona a partir de objetos culturales (o símbolos), producto de rituales de creatividad asociados al lugar. La fuerza de atracción que generan estos rituales encadenados, en su fase inicial, tiene consecuencias importantes a nivel de los vínculos existentes entre emprendimientos y diseñadores.

En primer lugar, no existe la necesidad de establecer vínculos formales con otros diseñadores o emprendimientos en diseño. La fuerza de atracción de los rituales, y su efecto subjetivo, la carga elevada de energía emocional de sus participantes, no se cristaliza y estabiliza en vínculos formales. La efervescencia colectiva de la fase inicial del proceso de resonancia excede cualquier marco de regulación posible y hace que todos los encuentros se vivan con cierta intensidad y de forma “natural”, sin necesidad de ser pautados con anterioridad. Un hecho importante que facilita esta situación es que la mayoría de los emprendimientos tienen local a la calle en un radio urbano acotado, lo que permite el encuentro entre creadores y la visibilidad de sus productos.

En segundo lugar, el hecho de que los productos culturales creados (prendas de vestir u objetos diseñados) sean efecto de RC que persiguen una misma orientación y direccionalidad estética asociada al lugar, crea una identidad similar entre los creadores. Este principio de identidad común favorece, al inicio del proceso, la gestación de vínculos del tipo comunitarios y de ayuda recíproca. Ayudar a otro diseñador o emprendimiento en diseño, al comienzo de un proceso de resonancia, es también ayudarse a uno mismo. En barrios en los que existe una estética asociada al lugar, el hecho que emprendimientos de similares características, y con una misma estética, se instalen, favorecen a la consolidación de la maraca de lugar. El resultado es la atracción de potenciales clientes que termina por beneficiar al conjunto de emprendimientos.

La fuerza inicial del proceso de resonancia extiende los lazos desestructurados y de naturaleza recíproca a otros sectores como el artístico. Muchos diseñadores pioneros y fundadores imprimen un principio estético a sus productos que es complementados con aportes de artistas. Así, numerosos diseñadores de indumentaria reciben asistencia de músicos o fotógrafos amigos para la presentación de sus prendas. Este tipo de asistencia no se enmarca en un contrato formal de intercambio de servicios. Por el contrario, esta clase de ayuda es entendida como una colaboración en pos de un proyecto estético común, como ocurre en los clúster de creadores o barrios artísticos. Esta situación resulta posible porque los RC que celebran los diseñadores

pioneros o fundadores direccionan su creatividad hacia finalidades estéticas (asociadas al buen diseño) por encima de las comerciales (asociados al mal gusto o la masividad).

Nosotros frecuentábamos el mismo ambiente artístico. En el 2001 empezamos a tener un motivo para hacer algo juntos. Por ejemplo, con un amigo, que es músico, le propuse hacer música en un desfile. Como que empezó a pasar eso, desde un lugar más social y empezamos a tener motivos para ir haciendo intercambios. Con la fotografía pasó lo mismo, con el teatro, o con el cine. De golpe un director de cine amigo me dice “estoy montando una obra, ¿quieres hacerme el vestuario?”; yo le respondo “bueno, dale; pero, ¿quién te hace la música?”, “¿quieres que le diga a mi amigo?” Ese tipo de dinámica se daba (D4, diseñadora y propietaria, Mariana Dappiano, Palermo).

Una vez consolidado el proceso de resonancia, las pautas de interacción se modifican. La atracción de un público consumidor masivo, de nuevas camadas de diseñadores y, luego, de grandes marcas comerciales, tiene como efecto una modificación del tipo de vínculo dominante al interior del sector creativo del barrio. Así, de una modalidad de vinculación entre diseñadores y emprendimientos basada en lazos comunitarios o de reciprocidad se pasa, progresivamente, a una tipo de vinculación comercial, propio de los *clúster de industrias culturales* (Zarlenga et al. 2013; Rius Uldemollins & Zarlenga 2014).

Los diseñadores advenedizos cuando se instalan en Palermo encuentran una actividad consolidada. Esta situación los lleva a desarrollar emprendimientos que pre-definen hacia su interior direccionalidades creativas orientadas hacia finalidades comerciales más que estéticas. Si bien en muchos casos estos diseñadores poseen una preocupación estética que les imprimen a sus productos, deciden establecer una direccionalidad comercial en sus emprendimientos como estrategia de supervivencia en un entorno urbano que se torna cada vez más competitivo. Este tipo de acciones se traduce en la celebración recurrente de RC donde la finalidad comercial prima sobre la estética. El resultado es la emergencia de EC-cerrados que configuran MC-comerciales profesionales (Ver Sub-Sección 4.2.b de esta Tesis). Hacia el exterior este tipo de emprendimientos estabilizan vinculaciones con otras organizaciones creativas

y diseñadores basadas en el intercambio de servicios profesionales. Este tipo de interacciones, comerciales-profesionales, se basan en proyectos o alianzas comerciales destinadas a la producción y venta de bienes y servicios culturales.

Nosotros principalmente somos partícipes de desarrollar muchas alianzas de producto. En vez de desarrollar un producto nuevo y de convertirme en un multi-producto, nos aliamos con diferentes diseñadores y hacemos una alianza entre estampados y producto. Acá todo lo que hay tiene que ser estampados implicados en el cine, no hay otra cosa extra. Si ingresa un producto, ingresa con una alianza pautada. Por ejemplo, con Puro hicimos una alianza de bolsos en donde el estampado lo poníamos nosotros y los bolsos los hacían ellos, teníamos bolsos que ellos no los tenían en su local pero sí teníamos bolsos acá que lo lanzamos con inauguración del local este [...]. Ahora estamos haciendo una alianza comercial con una chica que hace zapatos, vamos a hacer una especie de combo de unos zapatos con unos soquetes, combinando el estampado. Tenemos otra alianza que sigue en pie con una chica que hace bolsos para bicicletas (D7, diseñador y propietario, No lineal, Palermo).

Al igual que los diseñadores pioneros o fundadores, la misma modalidad de vinculación se extiende a otros sectores como el artístico. Sin embargo, en esta clase de emprendimientos, la meta comercial se pone en el centro de una alianza o contratación que redundará en beneficios económicos para ambas partes. Esta modalidad de vinculación no suele ser tan usual, pero en los casos en las que existe, como en los emprendimientos de *Puro* y *No lineal*, esta clase de relaciones suele ser más bien estructurada y basada en algún tipo de contrato que regula la relación. Por ejemplo, los diseños en los estampados de la indumentaria de *No lineal* están hechos por ilustradores, a quienes se contrata para el diseño de las estampas en sus productos.

La competencia del entorno urbano obliga a muchos diseñadores advenedizos a establecer vínculos con el sector público o plataformas comerciales. A diferencia de los diseñadores pioneros y fundadores, quienes no se encontraron con la necesidad de establecer esta clase de relaciones en sus inicios, para los diseñadores advenedizos este tipo de vínculos resultan sumamente importantes para poder desarrollar y

consolidar su actividad en el barrio. El tipo de vinculación con el sector público -en el caso de muchos diseñadores con el *Centro Metropolitano de Diseño* (CMD) de la ciudad de Buenos Aires- se basa en la asistencia y asesoramiento para el desarrollo empresarial y la identidad de marca.

Nosotros participamos de las Ferias Dorrego, que eran organizadas por el gobierno de la ciudad. La Feria era una exhibición al público de nuevos diseñadores emergentes. A partir de nuestra participación en la Feria nos enteramos de una convocatoria de incubación de empresas abierto por el CMD. Decidimos participar, presentamos un proyecto, nos eligieron y estuvimos dos años incubados. Al estar incubados tuvimos asesoramiento financiero, comercial y de marca. También te permitían tener dentro del CMD un espacio con Internet, teléfono [...]. Se realizaban encuentros cada 15 días donde se llevaba un seguimiento con las diferentes asesorías [...]. A partir de estos asesoramientos acomodamos un poco la marca a una identidad. Nuestro emprendimiento comenzó como algo pequeño y personal y pasó a tener más forma de una pequeña empresa. A partir de ahí, abrimos un taller propio y nos pusimos a confeccionar nuestras propias prendas y nos asentamos en Malabia y Güemes (D7, diseñador y propietario, No lineal, Palermo).

La consolidación del proceso de resonancia termina por afectar las modalidades de vinculación y en los procesos de creatividad que venían llevando adelante los diseñadores pioneros y fundadores. La creciente competencia del entorno urbano obliga a estos diseñadores a definir con mayor precisión los vínculos que establecen con otras organizaciones y actores del barrio. Así, los diseñadores pioneros y fundadores pasan de un tipo de vinculación basados en lazos flexibles, comunitarios y de reciprocidad a pautas fijas, regidas por criterios comerciales. A nivel de los RC, esta situación provoca un principio de contradicción que se plasma en una doble direccionalidad creativa (regida por pautas estéticas y comerciales) que define EC-disonantes y MC-profesionales estéticos y comerciales (Ver Sub-Sección 4.3.b). Desde una perspectiva longitudinal, el proceso de resonancia se inicia con un tipo de pautas de interacción y culmina con otro: de abiertas y comunitarias a rígidas y comerciales. A nivel del tipo de clúster se pasa de un *clúster de creadores* a uno de *industrias culturales*.

En otros trabajos pudimos constatar que los *clúster de industrias culturales* se definen por poseer un tipo de dinámica social dominante basada en criterios comerciales. Dentro de este tipo de clúster se pueden distinguir, a su vez, dos sub-tipos: los *clúster de producción cultural* y los de *consumo cultural*, el primero orientado a la producción cultural, el segundo a la venta de productos culturales (Zarlenga et al. 2013; Rius Uldemollins & Zarlenga 2014). En Palermo se puede observar la consolidación de estos dos sub-tipos de clúster, ya que muchos emprendimientos en diseño instalados en el barrio disponen de espacios para la creación, confección y venta de sus productos (Ver Capítulo 5 de esta Tesis).

Ilustración 38: Entorno urbano de Palermo "Sobo"



Fuente: Fotografías propias

El clúster de producción cultural aparece como una estrategia de integración de la cadena de producción creativa característica de los mundos artísticos (Becker 2008). Las interacciones entre sus miembros se fundamentan en que comparten unas convenciones originadas en el seno de la propia disciplina, en el caso de Palermo el diseño de objetos e indumentarias. Los clúster de industrias culturales orientados al consumo, por su parte, tienen una relación más intensa con el entorno aunque ambivalente. Por una parte, los diseñadores son cada vez más conscientes del peso de la marca asociada con el lugar. Por lo tanto, existen estrategias de situarse cerca de otros emprendimientos prestigiosos para contagiarse de su halo, como en el caso de los diseñadores advenedizos respecto a los pioneros o fundadores. No obstante, esta estrategia tiene un límite claro. Los clústeres de consumo cultural nacen con un

objetivo: atraer al visitante ocasional y fidelizar al comprador. Por lo tanto, su relación con el espacio urbano se divide entre una estrategia discursivamente comunitarista pero que esconde una dinámica instrumental. Un claro ejemplo de esta situación es la conformación de la plataforma comercial *Circuito de Diseñadores de Palermo Viejo*. Esta plataforma está conformada principalmente por grandes marcas, pero inscrita en una retórica que defiende al diseño de autor y la identidad barrial de Palermo.

Cuando se armó el *Circuito de Diseñadores de Palermo Viejo* me indigné. Lo armó el dueño de Jazmín Chebar, que es una marca. Me llegó un mail con la información que se había armado el grupo con un manifiesto. El manifiesto decía que esto no es Palermo Soho, sino Palermo Viejo, porque decía que querían reivindicar el diseño y los diseñadores independientes y reflotar el espíritu original del barrio. Yo leí el manifiesto y me quedé impactada para bien. Pero cuando leo que los firmantes de este manifiesto tan romántico, tan hermoso eran Starbucks, Pingüin, La Coste, Jazmín Chebar, María Cher, todas grandes marcas me indigné. Ellos fueron los que convirtieron a Palermo en este shopping a cielo abierto (D5, diseñadora y propietaria, Caro de Dam, Palermo).

En resumen, el inicio del proceso de resonancia –debido a la potencialidad y efervescencia provocada por los diseñadores que le dieron origen– genera pautas de interacción desestructuradas y basadas en vínculos de reciprocidad. A nivel urbano, esta situación se cristaliza en la conformación de un clúster de creadores. En la medida que el proceso de resonancia se expande y atrae a un público masivo, a otros diseñadores y grandes marcas, las pautas de interacción comienzan a definirse con mayor precisión y a modificarse. Así, se pasa de un tipo de interacción basado en lazos de reciprocidad a otro donde priman los lazos comerciales. El efecto de este proceso es la emergencia de un clúster de industrias culturales (de producción y consumo). A diferencia del caso de Poblenu, donde el proceso de resonancia y el tipo de pautas de vinculación es afectado de forma exógena (el impacto del Plan 22@), en Palermo este cambio es endógeno (generado por los propios diseñadores). De todas formas, en los dos casos, las pautas de interacción se modifican cuando la actividad dominante del entorno urbano se define con mayor precisión, sea por factores externos al propio proceso (como en el caso de Poblenu) o internos (como en el caso de Palermo).

Conclusiones

CONCLUSIONES

El objetivo principal de esta tesis ha sido elaborar un marco conceptual alternativo que explique la incidencia del lugar en los procesos de creatividad cultural urbana desde una perspectiva sociológica. La elaboración de un marco conceptual de estas características reviste un interés y una relevancia significativa. Este hecho está demostrado en la cantidad de trabajos e investigaciones académicas que han abordado, desde diferentes perspectivas, el modo en que la dimensión territorial afecta los procesos de creatividad e innovación en diferentes áreas de la producción contemporánea. Sin embargo, son pocas las investigaciones que desde la sociología han tratado este fenómeno. Por tanto, exceptuando algunos casos, la dimensión social, pieza clave para una mejor comprensión de la relación entre lugar y creatividad cultural, no se ha tenido en cuenta con la relevancia que merece.

A partir del análisis empírico de determinados procesos de creatividad cultural - vinculados con el diseño, la producción audiovisual y las artes visuales en los barrios de Poblenou y Palermo de las ciudades de Barcelona y Buenos Aires- hemos elaborado un marco conceptual sociológico singular que pretendió poner de relieve la importancia de la dimensión social del fenómeno. El punto de partida que definió la estrategia de nuestra investigación fue la situación creativa. Desde este enfoque hemos construido categorías sociológicas que nos han permitido dilucidar en detalle como la realidad del lugar se hace presente en cada una de las situaciones en la que dos o más personas se juntan con un foco de atención común puesto en algún aspecto de la creatividad cultural.

Esta estrategia de trabajo nos permitió, en primer lugar, poder comprender la compleja dialéctica entre interacción social, lugar y creatividad cultural. En segundo, poder construir una tipología de escenarios creativos de acuerdo a las características

del lugar y el tipo de interacciones sociales que allí se celebran. Sin perder de vista la perspectiva situacional, en tercer lugar, pudimos comprender, de qué manera elementos del entorno organizacional y urbano afectan los procesos de creatividad cultural. Finalmente, gracias a esta estrategia pudimos elaborar categorías sociológicas lo suficientemente específicas pero a la vez flexibles para poder analizar el impacto del lugar en otras áreas de la producción cultural. En esta conclusión, expondremos las características más relevantes de este marco conceptual de una forma integral y sucinta.

A. RITUALES, ESCENARIOS Y MARCOS

El punto de partida y llegada de nuestra investigación es la *situación*. El encuentro, efímero o prolongado, entre dos o más personas que tiene por foco de atención algún aspecto, central o marginal, de la creación cultural. Siguiendo los aportes fundamentales de Randall Collins (2005; 2009; 1987) definimos a las interacciones que se celebran en este tipo de encuentros como *Rituales de Creatividad* (RC). Desde esta perspectiva, entendemos a los procesos de creatividad cultural como el encadenamiento de RC, que se suceden a lo largo del tiempo, focalizados en algún aspecto de la creación cultural. Estos aspectos pueden ser técnicos (aprendizaje de un modo de hacer), estéticos (discusiones formales), conceptuales (diálogos sobre la definición del producto creado) o valorativos (apreciación).

Desde un punto de vista sincrónico, señalamos que la realidad de los RC se definen en el aquí y ahora de la situación. En este sentido, el foco de atención de la interacción ritualizada estructura y define la realidad de la situación creativa. Por ejemplo, el diálogo entre dos artistas sobre determinados aspectos formales o técnicos de un proyector artístico define el para qué específico de la situación, su aquí y ahora. Desde esta perspectiva, todas las situaciones creativas pueden ser entendidas como estructuralmente similares: un tipo de interacción ritualizada que tiene por foco de atención algún aspecto de la creación.

Ahora bien, también señalamos, que desde una perspectiva diacrónica, los creadores participan de diferentes situaciones creativas que definen en su conjunto determinados proyectos creativos (en arte, diseño o producción audiovisual). Collins (2009) utiliza la noción de *cadena* [*chain*] para definir las conexiones entre diferentes rituales de interacción. Sin embargo, cuando analiza procesos de creatividad en filosofía y arquitectura, Collins presta más atención a los encadenamientos generacionales, basados en la interacción maestro-discípulos, que definen linajes creativos que otros tipos de encadenamientos (Collins 2005; Collins & Guillén 2012). En nuestro análisis, por el contrario, utilizamos la noción de cadena o encadenamiento para definir el proceso de un proyecto creativo en su conjunto. Esta distinción, nos permitió enmarcar cada una de las situaciones creativas en las que participa un creador dentro de un horizonte más vasto, pudiendo definir así orientaciones y finalidades creativas que exceden el aquí y ahora de la situación. En este sentido, desde nuestra perspectiva, hablar de procesos de creatividad cultural significa pensar en el eslabonamiento de RC que definen un proyecto creativo en su conjunto.

Los RC generan un efecto de *consonancia* hacia su interior (entre los que participaron en el ritual) y de *resonancia* hacia su exterior (entre quienes no participan pero se sienten atraídos por él). Collins presta principal atención al primero de estos efectos: la consonancia que los rituales de interacción generan en sus participantes. Para el sociólogo norteamericano, los rituales de interacción exitosos, generan una consonancia corporal que define grados de intensidades y ritmos entre sus participantes. El resultado es la generación de diferentes grados de solidaridad, simbolismo y energía emocional (Collins 2009, pp.71–132). A lo largo de esta Tesis nosotros intentamos demostrar como los RC generan una consonancia común entre los creadores participantes, que permite la generación de marcos de percepción y modos de interacción comunes asociados al lugar.

La resonancia, por el contrario, es el efecto generado por RC en personas que no participaron directamente de este tipo de rituales. Desde nuestra perspectiva, el proceso de resonancia aparece asociado al lugar donde los RC se celebran y está

vinculado, por un lado, al tipo y grado de atracción que genera en otros creadores, pudiendo distinguir entre procesos de resonancia *específicos* y *transversales* según su grado de alcance. Por otro, a la capacidad de los RC de convertir elementos de lugar en determinados productos culturales que, elevados a símbolo o emblema, se expanden, cambiando su forma, según los distintos grupos de creadores al que el proceso de resonancia afecta.

A lo largo de la presente Tesis, definimos a los *Escenarios Creativos* (EC) como el lugar donde se celebran de forma recurrente RC. El concepto de EC se convirtió en una pieza clave para entender la relación entre las interacciones sociales, asociadas a procesos creativos, y el lugar donde estas ocurren, desde una perspectiva situacional. A partir de los aportes de Thomas Gyerin (2000; 2002), definimos a los EC como una realidad condicionada y condicionante de las interacciones sociales que tienen por foco de atención algún aspecto de la creatividad cultural. En este sentido, los EC representan la realidad espacial de los RC. Si los RC ocurren en alguna parte, este lugar se convierte en EC. Sin embargo, para que esto suceda tiene que existir un proceso de asimilación del lugar. El lugar se presenta como una serie de recursos (materiales y sociales) que los RC incorporan y los devuelven, cambiando su clave, en formas de percepción y pautas de conducta que guía las interacciones de los creadores. De este modo, los RC ocurren en lugares definidos pero que terminan por redefinir. El resultado de este proceso es la emergencia de *Marcos Creativos* (MC) asociados al lugar. En este sentido, los EC se presentan como una realidad doble. Por un lado, una realidad configurada por la recurrencia de RC; por otro, una realidad que participa en la configuración de MC.

El concepto de MC es una derivada de la noción de *marco* elaborada por Erving Goffman (2006), que a lo largo de la investigación hemos usado para analizar procesos creativos. Goffman utiliza la noción de marco para entender determinados aspectos de una franja de actividad desde un punto de vista simbólico (lo que los actores perciben de una situación), organizativo (las premisas o reglas que las regulan) y de límite o status (el lugar y tipo de relación que determinada actividad establece con su entorno) (Goffman 2006, pp.257–261). En nuestro análisis la noción de MC nos

sirvió para definir las percepciones, reglas y límites que emergen como efecto de determinados RC asociados al lugar o EC.

La noción de MC nos sirvió, además, para distinguir distintos tipos de procesos creativos y niveles de análisis de nuestra investigación. Así, pudimos diferenciar, por un lado, MC según la orientación y finalidad de los RC y el tipo de EC que configuran. Además, a través de la noción de marco, pudimos comprender como determinadas regulaciones, a nivel de las organizaciones creativas (centros de creación artística, emprendimientos en diseño y producción audiovisual) y urbanas (distritos donde existe un predominio de actividades creativas), definen modos de percepción y pautas de interacción que condicionan las situaciones creativas.

B. ESCENARIOS CREATIVOS ABIERTOS, CERRADOS Y DISONANTES

A lo largo de la Tesis elaboramos una tipología que nos permitió distinguir diferentes tipos de EC de acuerdo a la orientación y finalidad de los RC que los configuran. Para lograr una mayor precisión analítica, elegimos determinadas organizaciones creativas donde se celebran con recurrencia este tipo de rituales, como ser centros de creación artística, emprendimientos en diseño o productoras audiovisuales en los barrios analizados. Así, pudimos identificar tres tipos de EC: *abiertos*, *cerrados* y *disonantes*. Esta construcción tipológica nos permitió, además, poder diferenciar al menos dos tipos de MC: *experimentales* y *profesionales*. Los primeros, aparecen asociados a los EC-abiertos; los segundos, a los EC-cerrados.

Los *EC-abiertos* son lugares donde se celebran de forma recurrente RC que tienen por foco de atención algún aspecto de los procesos creativos (sean estos aspectos técnicos, estéticos, conceptuales o valorativos). Sin embargo, este tipo de RC no se encuentra necesariamente inscriptos dentro de una finalidad específica que trascienda el aquí y el ahora de la situación creativa. Los actores que participan en este tipo de RC suelen ser creadores semi-profesionales y establecer interacciones focalizadas en aspectos creativos del tipo horizontal o no jerarquizado.

Definimos a los MC resultantes de este tipo de EC como experimentales. Los *MC-experimentales* generan criterios de percepción y regulación que terminan por estructurar procesos de creatividad cultural como si los mismos fueran un ensayo, práctica o preparación para proyectos o producciones creativas futuras. Como pudimos analizar, la falta de una orientación definida, que encadene los RC hacia una finalidad específica, no significa que no exista como resultado del proceso de creatividad un producto cultural específico (sea una escultura o una prenda de vestir singular). Lo que significa es que durante cada una de las situaciones que definen el proceso de creación y desarrollo de cualquier producto cultural, no existe una finalidad (estética o comercial) que enmarque el proceso dentro de unas convenciones específicas propias de un determinado sector de la producción cultural.

A su vez, distinguimos dos sub-tipos de MC-experimentales según si los mismos tienden a regular las interacciones existentes entre los creadores de acuerdo a pautas *comunitarias* o *basadas en dinámicas de la amistad*. Siguiendo la caracterización de los lazos comunitarios de Tönnies (2002), definimos a los *MC-experimentales comunitarios* como regulaciones donde priman pautas de interacción basadas en lazos sentimentales, afectivos y de reciprocidad. Demostramos como este tipo de marco hace más permeable la inscripción de problemáticas socio-comunitarias locales dentro de la producción creativa. Por su parte, los *MC-experimentales basados en dinámicas de amistad* se definen por la existencia de pautas de interacción donde priman relaciones de confianza y amistad. A partir de Michael Farrell (2001; 1982) señalamos la importancia de este tipo de lazos de amistad como soporte para la experimentación y la innovación.

Los *EC-cerrados*, al contrario de los abiertos, están configurados por RC que se enmarcan dentro de un encadenamiento más basto que definen un tipo de proyecto creativo inscripto dentro de *convenciones* específicas de un sector de la producción cultural (sea en arte, diseño o producción audiovisual) (Becker 2008, pp.61–89). Esto quiere decir que cada situación creativa forma parte de un eslabón de una cadena, donde la finalidad del proceso se predefine desde el comienzo de la creación de acuerdo a ciertas pautas específicas. Por este motivo, los RC, que se celebran en este

tipo de escenarios tienden a ser más funcionales y pautados y participar creadores profesionales.

Definimos a los MC que resultan de este tipo de escenarios como *profesionales*. Los MC-profesionales hacen que los creadores perciban y regulen sus interacciones de acuerdo a una adecuación, más o menos racional, entre la existencia de determinados medios disponibles para lograr una finalidad predeterminada. Como pudimos observar, este tipo de marcos estructura esquemas mentales en los que existe una cierta racionalidad a la hora de desarrollar un proyecto creativo. Esta racionalidad no anula la existencia de situaciones creativas del tipo experimentales, pero las mismas se terminan por enmarcar dentro de la finalidad y convenciones del proyecto creativo.

A su vez, dentro de los MC-profesionales distinguimos dos sub-tipos, de acuerdo a si la orientación y finalidad de los proyectos creativos es *estética* o *comercial*. Definimos a los MC-profesionales como estéticos cuando los procesos creativos que enmarcan están orientados hacia finalidades específicas, inscriptas dentro de ciertas convenciones que definen la realidad de un sector de la producción cultural. De esta forma, los *MC-estético profesionales* estructuran esquemas mentales que se ajustan dentro de reglas y convenciones internas, que apunta a la producción para un mercado restringido o de especialistas (Bourdieu 2002b, pp.322–323). Por el contrario, definimos a los *MC-profesionales* como *comerciales* porque la finalidad que enmarca el proceso creativo tiene por objetivo la venta de determinados productos culturales en un mercado de consumidores amplio, guiados por criterios exógenos o pautas de mercado (Bourdieu 2002b, pp.322–323). Esto no quiere decir que los esquemas mentales de los MC-comerciales profesionales no estén guiados por pautas estéticas específicas, sino que las mismas se adaptan para satisfacer una demanda general o ampliada.

Finalmente, definimos a los *EC-disonantes* como los lugares donde conviven, de forma simultánea RC con orientaciones y finalidades divergentes. Como observamos, esta divergencia puede estar caracterizada porque en un mismo espacio se celebren RC no orientados y orientados; y dentro de estos últimos, con orientaciones distintas (por

ejemplo, estéticas y comunitarias o estéticas y comerciales). La coexistencia en un mismo escenario de RC orientados y no orientados o con distintas orientaciones, puede generar conflictos entre creadores, como lo observamos en algunos centros de creación artística, o ser vividos por los mismos creadores de manera contradictoria, como lo constatamos en algunos emprendimientos en diseño.

La recurrencia de RC en un mismo lugar configura determinado tipo de EC. Sin embargo, como pudimos observar a lo largo de la presente Tesis, los EC no son lugares estables, definidos de una vez y para siempre; son lugares flexibles, que se transforman de acuerdo al tipo de interacción social, a las pautas organizacionales y al contexto urbano donde se inscriben. De esta forma, tanto los EC-abiertos como los cerrados se definen en una estabilidad y un equilibrio que puede modificarse. Los EC-disonantes representan el momento inestable del cambio.

La convivencia simultánea de RC, inscriptos en diferentes orientaciones y finalidades, tiene como resultado la configuración de *MC opuestos o divergentes*. Esta divergencia se plasma en criterios de percepción y pautas de regulación antagónicas que pueden derivar en conflictos entre creadores o vivirse como contradicciones internas en el proceso creativo de un mismo creador. A lo largo de la presente Tesis pudimos observar un principio de contradicción y conflicto entre creadores en un centro de creación artística por la existencia de MC opuestos: experimentales-comunitarios y estético profesionales. También principios de contradicción interna entre diseñadores producto la coexistencia de pautas comerciales y estético profesionales dentro de sus procesos creativos.

En resumen, los EC, independientemente de su tipo, inscriben al creador en unas redes de interacción que definen sus orientaciones estéticas, usos del tiempo y actividades a realizar. De este modo, cualquier creador al arribar a un EC se inserta en una red de relaciones que lo engulle y lo reorienta al incluirlo en nuevas problemáticas, sean estéticas, comerciales o comunitarias. El creador se apropia del escenario y el escenario se apropia del creador. Esta doble apropiación opera en un sentido de orientación creativa. La persona se orienta hacia el escenario y el escenario

orienta a la persona. El creador se deja llevar por situaciones y eventos que allí suceden, orientando su mirada hacia focos de atención que el EC, en tanto que sedimentos de RC pre-existentes, define. En este sentido, los EC y sus redes de interacción social definen el foco de atención y problemáticas creativas de los creadores, al orientar la creación hacia una finalidad determinada.

La baja orientación y finalidad de los RC que definen a los EC-abiertos les da a este tipo de escenarios una potencialidad para la experimentación. Los EC-abiertos son proclives a la fermentación de nuevos contenidos creativos. Sin embargo, los RC que allí se celebran, al no poseer una orientación creativa dentro de las convenciones de determinado sector de la producción cultural, tienden a generar productos culturales marginales o de difícil inscripción dentro de los códigos del sector. Por el contrario, los EC-cerrados, se caracterizan por la celebración de RC que se inscriben dentro de proyectos creativos inscritos en convenciones específicas de un sector de la producción cultural. El resultado es un producto cultural definido y reconocible dentro de ciertas convenciones. Sin embargo, la falta de flexibilidad e hibridez hace que muchas veces estos formatos no posean un contenido del todo sustantivo que puedan generar formatos alternativos o disruptivos a los ya existentes. Por el contrario, la inestabilidad de los EC-disonantes puede potenciar procesos de creatividad e innovación cultural singulares. La convivencia de dinámicas creativas divergentes es terreno de cultivo para fertilizaciones cruzadas que se pueden cristalizar en contenidos y formas novedosas y disruptivas de hacer.

C. LÍMITES, MEDIO ESCÉNICO Y DIRECCIÓN CREATIVA

Los EC no solo se definen como una realidad social. Los EC, además, funcionan como una red de soportes físicos a través de los cuales los creadores transitan. A lo largo de nuestro análisis intentamos analizar como los límites, el medio y los recursos del lugar no solo participan en la configuración de los EC, sino también, a través de ellos, en la estructuración de los MC de los creadores. A partir de los aportes de Goffman (2009) distinguimos analíticamente entre los *límites*, el *medio escénico*, y la *dirección creativa* que definen la realidad material de los distintos tipos EC (abiertos,

cerrados y disonantes) emplazados en centros de creación artística, emprendimientos en diseño y productoras audiovisuales.

Los *límites* de los EC remiten a los distintos tipos de demarcaciones que definen y circunscriben espacial, temporal y simbólicamente las diversas situaciones creativas que pueden acontecer al interior de cualquier organización creativa. Los límites espaciales refieren a las barreras físicas, como paredes o tabiques, que sirven para separar espacialmente las diferentes situaciones creativas que en esta clase de establecimiento se celebran. Los límites temporales, por su parte, dan cuenta de los usos de los espacios a lo largo del tiempo. De este modo, la variación temporal en la utilización de los espacios permite distinguir, si en un mismo escenario, se repiten similares situaciones creativas o existen situaciones de otro tipo, según distintos momentos del tiempo. Finalmente, los límites simbólicos remiten a las fronteras que separan simbólicamente la realidad de un escenario (lo que definen un adentro y un afuera; y por tanto una lógica de inclusión-exclusión).

El *medio escénico* está conformado por los recursos con los que cuentan las organizaciones y los EC que se emplazan en estas. Con una finalidad analítica a lo largo de la Tesis distinguimos entre *recursos humanos, materiales y simbólicos* de un medio escénico. Los recursos humanos refieren al tipo y nivel de profesionales con los que cuenta una organización creativa. Los recursos humanos pueden ser estables o temporales y cumplir distintos tipos de funciones dentro de la organización y en las diversas situaciones creativas. Los recursos materiales remiten a elementos fijos (como la calidad y tamaño de los espacios) y móviles (mobiliario, herramientas y recursos diversos) que disponen los establecimientos donde se emplazan los EC. Finalmente, los recursos simbólicos refieren a la existencia de determinados elementos de la organización (tanto humanos como materiales) que pueden ser percibidos por los actores como prestigiosos o que aluden a un determinado tipo de identidad. Los recursos materiales, humanos y simbólicos que definen el medio escénico, conforman el equipo de signos estables que configuran el decorado de los EC.

También demostramos como el acondicionamiento físico o material de los EC es llevado adelante por los distintos equipos que conforman la realidad de los establecimientos creativos. Siguiendo a Goffman (2009) definimos a un *equipo* como el conjunto de individuos que cooperan entre sí con la finalidad de representar una rutina determinada. Dentro de las organizaciones creativas pudimos distinguir al menos dos equipos, el de creadores y el de organizadores o gestores. El *equipo de creadores* es el que posee el predominio dramático dentro de una organización creativa, por ser el centro de las situaciones que allí se celebran. El *equipo de organizadores o gestores*, es quien, por lo general, lleva adelante el predominio directivo de esta clase de establecimientos, por ser quien tiene mayor capacidad para definir y dirigir una situación determinada. Las interacciones dramáticas entre equipos de creadores y gestores terminan por definir la dirección creativa, sino también los límites y el medio escénico de los establecimientos donde se emplazan los EC.

Siguiendo a Collins (2005) señalamos que, una de las características importantes de los procesos de creatividad es la identificación de problemas sin resolver y la capacidad de convencimientos a otros de la importancia de su resolución. En nuestro análisis, el equipo de creadores y organizadores es quien juega un papel importante a la hora de identificar y alentar la resolución de problemas vinculados con la producción cultural. A lo largo de nuestra investigación denominamos *dirección creativa* a las acciones llevadas adelante por el equipo de creadores o gestores que funciona como indicadores de problemáticas a resolver dentro de un sector de la producción cultural. A su vez, distinguimos entre direcciones creativas de forma y de contenido. Las *direcciones creativas formales* son acciones que enmarcan procesos de creatividad cultural hacia cuestiones más generales, como una estética a seguir o un contenido a tratar que señalan una temática. Por el contrario, las *direcciones creativas de contenido* son las acciones que identifican y ayudan a resolver problemas específicos vinculados con el que hacer creativo, como la resolución de cuestiones técnicas dentro de una producción cultural específica.

Según el tipo de EC analizado, pudimos distinguir variaciones en sus límites, medio escénico y direccionalidad creativa. Así pudimos observar que los EC-abiertos se

caracterizan por emplazarse en establecimientos creativos donde existen *límites débiles*, un *medio escénico híbrido* y una *baja direccionalidad creativa*. Por el contrario, los EC-cerrados se definen por la existencia de un entorno organizacional que posee *límites fuertes*, un *medio escénico homogéneo* y una *direccionalidad creativa definida*. Los EC-disonantes, se inscriben en organizaciones creativas que se caracterizan por estar en un proceso de cambio, lo que se traduce en *límites conflictivos*, un *medio escénico heterogéneo* y una *direccionalidad creativa divergente*.

Las organizaciones creativas donde se emplazan EC-abiertos se caracterizan por no poseer límites espacio-temporales del todo claros que permitan la separación entre espacios destinados a la realización de actividades creativas de otro tipo de actividades. A nivel espacial esta debilidad en los límites se traduce en la utilización de un mismo espacio para realizar actividades vinculadas a la creación cultural junto con otras actividades sociales y comunitarias, en una suerte de palimpsesto o mixtura espacial, como pudimos observar en el caso de algunos centros de creación artísticas del tipo comunitarios. A nivel temporal, esta debilidad se percibe en la utilización de un mismo espacio para la realización de actividades creativas y no creativas de acuerdo a diferentes momentos del tiempo; sean estas actividades relacionadas con aspectos comunitarios o conversaciones entre amigos. A nivel simbólico, esta debilidad de límites espaciales se traduce en una doble valencia de los espacios que hace permeable sus fronteras para la coexistencia de actividades exógenas a los procesos creativos como actividades vinculadas con la comunidad local o diálogos variados entre amigos.

Como lo demostramos en nuestro análisis, la existencia de límites débiles hace posible la celebración de RC que configuran EC-abiertos. Los RC incorporan y transforman ciertas características del lugar y las convierten en categorías y esquemas mentales que configuran modos de hacer y de crear. La existencia de límites espacio-temporales débiles configura MC proclives a la experimentación y la conexión con otras actividades no necesariamente vinculadas con algún aspecto de la actividad cultural, como el fortalecimiento de las relaciones personales o la participación en reivindicaciones socio-comunitarias.

Por otra parte, el medio escénico del entorno organizacional donde se emplaza los EC-abiertos se caracteriza por la existencia de recursos materiales, humanos y simbólicos que poseen una doble valencia; ya que combinan elementos vinculados con actividades creativas (sea en arte, diseño o producción audiovisual) y otros que no están directamente relacionados con tal finalidad. Así, los recursos humanos de este tipo de organizaciones se caracterizan por la co-existencia de creadores (artistas, diseñadores o productores audiovisuales) con diferentes niveles de profesionalidad y de personas que, no siendo creadores, utilizan el espacio con otras finalidades, como por ejemplo actividades vinculadas con reivindicaciones y festividades locales. A su vez, los recursos materiales de este tipo de organizaciones, como pudimos constatar, también se caracterizan por la co-existencia de elementos que combinan elementos vinculados a la actividad creativa (como herramientas, materiales de trabajo y espacios medianamente acondicionados para tales finalidades) como otros no directamente relacionados para tal fin (como efectos personales, o elementos que remiten a cuestiones vinculadas fuertemente con la comunidad local de pertenencia).

En nuestro análisis definimos como *medio escénico híbrido* a la disposición de un equipo de signos y recursos no del todo funcionales a una actividad específica pero que coexisten de manera combinada e intercalada. El modo de combinación de estos elementos los termina por definir el equipo de creadores y gestores de la organización, configurando un conocimiento local [*tacit knowledge*] irreducible al lugar. Los creadores, a través de los RC que celebran, lo que hacen es embeberse de ese decorado y convertirlo en un conocimiento formal, que de acuerdo a las características del medio (según si combina elementos vinculados con la creación cultural y la comunidad local o personales y afectivos) definen MC-experimentales del tipo comunitarios o basados en dinámicas de la amistad.

En este tipo de establecimientos la *direccionalidad creativa es baja*. Identificamos como una de las razones de esta situación la poca complejidad de las organizaciones creativas donde se emplazan EC-abiertos. Como pudimos demostrar, en esta clase de establecimientos, como pueden ser centros de creación artísticas del tipo comunitario o basados en dinámicas de amistad, no existe una clara distinción entre el equipo de

creadores y de gestores. Son los propios creadores los que realizan tareas de gestión. Debido a esta situación, la dirección creativa recae en los creadores, quienes además llevan adelante actividades de creación. Por tanto, el predominio directivo y dramático de las situaciones creativas es llevado adelante por el mismo equipo de actores, lo que genera algunas dificultades en el señalamiento de problemáticas formales. Cualquier indicación u orientación creativa se juega en las propias interacciones focalizadas en algún aspecto de la creatividad. En los casos analizados, al estar estas interacciones fuertemente reguladas por lazos de amistad y comunitarios terminan por reforzar regulaciones y orientaciones no necesariamente creativas, como el involucramiento en problemas de la comunidad local o la solidificación de lazos de amistad.

Las organizaciones creativas donde se emplazan EC-cerrados, a diferencia de los abiertos, se caracterizan por la demarcación de límites fuertes. Como pudimos observar la existencia de *límites fuertes* se traduce, a nivel espacial, en la separación y aislación de los lugares destinados a la realización de actividades vinculadas con la creación cultural. Esta separación puede ser dentro del mismo establecimiento, como en algunos centros de creación artística, o en distintas locaciones, como algunos emprendimientos en diseño. De este modo, las barreras físicas y espaciales funcionan como límites que enmarcan y separan el tipo de actividades que están permitido realizarse de las que no. La delimitación espacial se refuerza con ciertas regulaciones, las cuales muchas veces se cristalizan en determinadas normativas, que definen los usos de los espacios de la organización. En lo que respecta a los límites temporales, este tipo de establecimientos funciona con un principio binario basado en la lógica de uso y no-uso. Esto quiere decir que los espacios de la organización suelen utilizarse para la realización de una sola actividad o no usarse. De este modo, los lugares destinados a la producción cultural tienden a separarse de otros tipos de espacios, impidiendo la mixtura de usos. A nivel simbólico, la existencia de límites espacio-temporales fuertes hace posible que las interacciones que se celebren en cada espacio sean de un solo tipo, lo que evita desviaciones y conduce los procesos de creatividad hacia orientaciones y finalidades más definidas.

La existencia de límites fuertes y una clara definición en las funciones de los espacios genera una menor capacidad de agencia en los creadores para modificar el entorno existente. Esta situación trae aparejada una mayor adaptación a las reglas y finalidades que la organización propone implícitamente a través de sus límites. Los RC celebrados se vuelven, por tanto, menos espontáneos; concentrándose en un foco de atención preciso, pautado por la funcionalidad preestablecida de forma unívoca por el espacio. El resultado de este proceso es una mayor eficacia en la direccionalidad y formato de los proyectos y productos culturales allí elaborados.

Los recursos humanos, materiales y simbólicos de las organizaciones donde se emplazan los EC-cerrados tienden a ser de un mismo tipo y funcionales a las metas que los equipos de gestores de la organización proponen como finalidad o misión, sean estas finalidades estéticas o comerciales. Por esta razón decidimos llamar al medio escénico que define el decorado de este tipo de establecimientos como homogéneo. Un *medio escénico homogéneo* se define por la uniformidad de sus recursos disponibles que adquieren cierta funcionalidad para lograr una finalidad definida. A nivel de recursos humanos esta uniformidad se traduce en la existencia de creadores de un mismo nivel profesional y perfil creativo. Como pudimos constatar a lo largo de la investigación, la existencia de un cuerpo de expertos y un mecanismo de selección específico al interior de las organizaciones creativas garantiza la disponibilidad de recursos humanos similares, como ocurre en algunos centros de creación artísticas analizados. También la concentración urbana de organizaciones creativas de un mismo tipo, que comparten una estética similar, terminan funcionando como puntos de atracción para otros creadores de similares características, como ocurre con los emprendimientos en diseño analizados.

Los recursos materiales que definen el medio escénico homogéneo también tienden a ser unívocos. Estos recursos se caracterizan por: la disponibilidad de espacios funcionales destinados a las distintas etapas en la realización de proyectos y productos culturales; la existencia de equipamiento técnico especializado; fachadas despojadas de cualquier atributo que no remita a la actividad creativa desarrollada. Como pudimos observar, la cualidad común de todos estos elementos, que definen el equipo de signos

fijos de los medios escénicos homogéneos, es su fuerte determinación; lo que se traduce en la dificultad que tienen los creadores en resignificarlos y dirigirlos hacia otras finalidades diferentes a las pautadas por la organización.

La direccionalidad creativa de los establecimientos donde se emplazan EC-cerrados suele ser igualmente *definida*. Como pudimos constatar, una de las razones de este fenómeno es la existencia de cierta complejidad organizacional que caracteriza a este tipo de establecimientos. Por tanto, y a diferencia de lo que ocurre en las organizaciones donde se suelen emplazar EC-abiertos, en estos casos se pueden distinguir al menos dos equipos: el de creadores y gestores. Esta situación permite que el predominio dramático y directivo recaiga en equipos actorales diferentes, como pudimos observar en determinados centros de creación artística; o que exista dentro de un sector del equipo de creadores un predominio directivo fuerte, como pudimos constatar en determinados emprendimientos en diseño y productoras audiovisuales. Esta situación permite que la centralidad dramática quede enmarcada dentro de la misión y finalidades de las organizaciones donde se desarrollan. El resultado es una direccionalidad creativa definida de acuerdo a las finalidades de la organización, sean estas finalidades estéticas o comerciales.

Los EC-disonantes se suelen emplazar en organizaciones creativas que por modificaciones endógenas (cambios en los modos de funcionamiento) y/o exógenas (transformaciones barriales) se encuentra en un proceso de cambio. La particularidad de esta clase de escenario –razón que nos permitió identificarlos como de un tercer tipo diferenciado y no como un mero momento transitorio entre un EC-abierto y otro cerrado- fue la convivencia conflictiva y simultánea entre orientaciones creativas divergentes que los definen. La divergencia en las direccionalidades creativas, se traduce en modos de organización y gestión diferentes y, por consiguiente, en una puesta en duda o inestabilidad en la demarcación de los límites que definen la realidad interna de las organizaciones. A lo largo de nuestra investigación pudimos observar que en esta clase de establecimientos los límites espaciales y temporales se convierten en arena de disputa entre diferentes equipos de creadores y gestores. El conflicto no se debe a que los límites que definen a la organización sean difusos. Por el contrario,

como pudimos observar, lo que se pone permanentemente en duda es la autoridad capaz de definir las delimitaciones espacio-temporales. El resultado de esta situación es la existencia de *límites conflictivos*.

La discusión sobre los límites puede ser hacia el interior de los establecimientos creativos, por la definición de los lugares y tamaños de los estudios de creadores o por la cantidad de tiempo de residencia de un creador, como pudimos observar en un centro de creación artística. Pero también, sobre los límites simbólicos que separan y unen determinados establecimientos con su entorno barrial, como pudimos constatar en algunos emprendimientos en diseño. La inestabilidad en los límites resultan potenciales para los procesos de creatividad cultural. Los RC configuran EC que disponen de ciertos límites espacio-temporales que se traducen en principios de visión y división que se cristalizan en determinados tipos de MC. Límites espaciales débiles facilitan la emergencia de contenidos potenciales que por lo general no logran cristalizarse en formatos disruptivos. Límites fuertes ahogan cualquier contenido disruptivo al inscribirlos en formatos preestablecidos. Por el contrario, la existencia de límites en conflicto permite una ambivalencia entre el contenido y la forma que, favorecida por la inestabilidad y el conflicto, pueden funcionar como base para el fermento de productos culturales disruptivos y singulares.

Por otra parte, los establecimientos donde se emplazan EC-disonantes se caracterizan por disponer de un *medio escénico heterogéneo*. Como señalamos durante la investigación un medio escénico heterogéneo se caracteriza por la existencia de recursos materiales, humanos y simbólicos que poseen una doble valencia, al igual que los medios escénicos híbridos. Pero a diferencia de estos últimos, la disposición de estos elementos es segmentada y los modos de apropiación parciales. La diversidad y segmentación se deben a la convivencia inestable de elementos y recursos asociados a diferentes momentos de la organización. Así pudimos constatar que esta clase de organizaciones residen y trabajan creadores con diferentes perfiles profesionales y creativos, asociados a distintos momentos y criterios de selección por parte del equipo de creadores o gestores. Pero, a diferencia de un medio escénico híbrido, donde los creadores, por más perfiles diferentes que posean, tienen un denominador común

vinculado con cierta ideología o lazos de amistad. Aquí no hay criterio común que los unifique más allá del hecho de ser creadores. En relación a los recursos materiales, existe una coexistencia de elementos que tienen funciones y finalidades variadas, pero a diferencia del medio escénico híbrido, esta coexistencia no se traduce directamente en una combinación o mezcla.

Un medio escénico heterogéneo se define, por tanto, por la existencia de elementos que tienen diferentes funciones y, además, son usados de manera diferencial o alternada. La particularidad reside en el modo en que estos elementos son activados por parte de los creadores. Como señalamos a lo largo de la investigación, todos los elementos que conforman la realidad de un medio escénico poseen un carácter de indeterminación semántica que posibilita su interpretación y modalidades de uso diferencial según la posición y tipo de interacción de los creadores. La divergencia en las direccionalidades creativas de los RC (sean estéticas y comunitarias o estéticas y comerciales), propias de los EC-disonantes, lleva a diferentes modalidades de apropiación del entorno según la finalidad y orientación de los proyectos creativos.

Finalmente, las organizaciones creativas donde se emplazan EC-disonantes poseen cierta inestabilidad en los modos de organización que se trasluce en *direccionalidades creativas divergentes*. Como pudimos observar en algunos centros de creación artística y emprendimientos en diseño, la supervivencia de modos de organización y finalidades pasadas, en un momento donde existe un proceso de cambio y transformación, lleva a una disputa por el predominio directivo del establecimiento. La direccionalidad creativa se convierte en terreno de conflicto entre equipos de creadores y gestores con criterios divergentes o en una contradicción interna por parte de un mismo equipo. Como señalamos, el resultado de esta clase de disputa es que las situaciones creativas no terminan por estabilizarse dentro de determinados marcos que las orienten y definan en una dirección creativa clara. Nuevamente aquí, esta situación conflictiva reviste un potencial para la dinamización de procesos creativos singulares. La convivencia entre direccionalidades creativas divergentes, pueden crear una mixtura interesante entre elementos experimentales y profesionales, estéticos y comunitarios, que derive en un proyecto o producto cultural singular.

En resumen, los EC, además de estar configurados por una red de interacciones recíprocas ritualizadas que orientan a los creadores hacia diferentes finalidades creativas, funcionan como un soporte material a través de los cuales los creadores transitan. Los EC son bases locales permanentes que delimitan y brindan sustento técnico y colaborativo a los creadores. Los creadores se mueven en un flujo global que se re-articula permanentemente a nivel local. En este sentido, los EC funcionan como nodos sociales y materiales que, de acuerdo a su forma y pautas de interacción, terminan por orientar y dar forma a los productos y proyectos culturales, dejando una huella indeleble del lugar.

D. PROCESOS DE RESONANCIA, PUNTOS DE INTERÉS Y TRANSPOSICIÓN DE CLAVE

Los EC se inscriben en una realidad situacional condicionada no solo por las organizaciones creativas sino también por el medio urbano en donde se inscriben. Para comprender de qué manera la realidad urbana participa en los procesos de creatividad cultural nos servimos de algunos conceptos claves como el de *resonancia*, *punto de interés* y *transposición de clave*. Estos conceptos funcionan, además, como un clivaje fundamental de nuestro marco conceptual ya que tienen la pretensión de articular de una manera integral, y a la vez específica, la realidad de los procesos de creatividad cultural urbana.

Definimos a los procesos de resonancia de una manera general como el encadenamiento de RC a lo largo del tiempo asociado a determinado espacio urbano. En este sentido, los procesos de resonancia remiten al encadenamiento temporal entre RC y EC. Su punto de partida y de llegada son los RC. Los EC son su causa y efecto, el elemento que le da cuerpo y materialidad al proceso. Señalamos que los procesos de resonancia tienen, al menos, dos efectos en relación al lugar o EC donde acontecen: el de *atracción* y *expansión*. El efecto de atracción remite a la capacidad de los RC de convertir a los EC donde se celebran en un punto de interés para otros creadores. El efecto de expansión refiere a la capacidad de los RC de tomar ciertos elementos característicos del lugar y convertirlos en productos culturales singulares que, a su vez,

participan como contenidos o elementos de otros RC. Tanto el proceso de atracción y expansión que genera la resonancia de los RC provocan un tercer efecto: la *transformación* de lugar. En este sentido, a lo largo del proceso de resonancia el lugar se transforma y se convierte, cambiando su clave, tanto en un determinado tipo EC como en un símbolo o producto cultural asociado al lugar.

Los RC tienen la capacidad de generar un foco de atención común sobre determinados aspectos de los procesos de creatividad cultural. Pero también, como señalamos a lo largo de nuestra investigación, los RC tienen la potencialidad de asociar determinadas prácticas creativas a lugar donde estas ocurren. Así pudimos constatar cómo, en determinados casos, la repetición de RC eleva al lugar como emblema y, al hacerlo, lo convierte, a los ojos de otros creadores, en un escenario apto para la creación artística. En este sentido, pudimos observar que si determinados RC resultan exitosos, comienzan a estructurar un espacio de atención común que pone en foco la relación entre determinadas interacciones creativas y el lugar donde estas ocurren.

Para definir este fenómeno de atracción utilizamos el concepto de *punto de interés urbano* de Simmel (1977, pp.660–663). Un punto de interés urbano es la fijación en el espacio de determinados contenidos sociales que revisten cierto interés para una formación social determinada, pero por estar anclados a un espacio territorial resultan inamovibles. En nuestro análisis señalamos que estos contenidos sociales pueden ser físicos (como la existencia de espacios en desuso disponibles a un bajo coste de alquiler), sociales (vinculados con redes de creadores instaladas en el lugar), políticos (como determinadas acciones de promoción territorial) o simbólicos (relacionadas con el prestigio del lugar). Los RC, si resultan exitosos, operan a modo de señalamiento de estos contenidos sociales del lugar al elevarlos a emblemas. De este manera, como pudimos observar el emblema, que asocia determinados procesos creativos y el lugar donde estos ocurren, funciona como un elemento que estructura principios de percepción de lo que puede ser posible para quienes no lo han vivido aún.

Como señalamos a lo largo de nuestra investigación, para que se genere cierto interés por determinados lugares, no solo tiene que producirse algún tipo de señalamiento, sino también tiene que haber un grupo de actores que se sientan interpelados por ese llamado. Para que esto suceda tiene que existir un cambio en la posición social de ciertos creadores, como una forzosa migración debido a transformaciones urbanas del espacio donde trabajaban. Como pudimos observar en el caso de los artistas visuales de Barcelona, esta situación genera un estado de disponibilidad y apertura para la búsqueda de nuevos lugares donde desarrollar su actividad creativa.

Los RC no solo convierten en puntos de interés determinados lugares del espacio urbano sino que los transforman en su fisonomía. Para definir este primer tipo de transformación utilizamos la noción de *transposición de clave* [*keyings*] de Goffman (Goffman 2006, pp.83–86). La *transposición de clave* [*keyings*] refiere al acto por el cual se transforma un material que ya posee un sentido de acuerdo con un esquema de interpretación diferente. Como observamos a lo largo de esta Tesis, el cambio en los esquemas de interpretación se produce cuando un lugar con un uso particular, como una fábrica en desuso o una antigua casa, se lo percibe como un espacio potencial para la realización de algún tipo de actividad vinculada con la producción cultural.

La percepción del lugar como un espacio para la realización de una actividad diferente a la que allí se realiza termina por materializarse en un cambio en su fisonomía. Mientras más permeables sean los RC respecto a la realidad de su entorno, menores serán los cambios del lugar. Esto quiere decir que mayores serán los elementos que sobrevivan de la realidad anterior. Los RC no direccionados, que tienden a la configuración de EC-abiertos, suelen ser más permeables a la realidad pre-existente del lugar. Si la realidad está asociada al pasado de un barrio determinado, como la actividad fabril en Poblenou, esto quiere decir que mayores serán los elementos del pasado barrial que sobrevivan en la nueva fisonomía. El resultado es una modificación en los límites y el medio escénico que definen la realidad material del lugar. Por el contrario, en la medida que los RC se empiezan a orientar hacia una dirección más concreta y específica, mayor será el cambio y menor la presencia de elementos exógenos a la nueva actividad, como sucede en los EC-cerrados. En este sentido, cada

transformación añade un *estrato* [*layer*] o *capa* [*lamination*] de sentido al lugar, pero sin anular por completo la realidad anterior.

La transposición de clave de un lugar no solo tiene que ver con la modificación de su fisonomía material (límites y medio), sino también con elementos que son tomados como insumos en los procesos de creatividad cultural urbana. Esta segunda acepción de la transposición de clave se relaciona directamente con los procesos de resonancia pero en un sentido de expansión. Si la atracción de los procesos de resonancia transforma la fisonomía del lugar, la expansión lleva la fisonomía del lugar, trasmutada en productos culturales, más allá de sus fronteras; como un movimiento de sístole diástole.

El proceso de resonancia funciona, en este caso, como un encadenamiento de RC asociados a lugar que va más allá de la realización de un proyecto o producto cultural determinado. El encadenamiento se produce entre distintos grupos de creadores (compartan o no la misma profesión) a través de los productos culturales asociados al lugar. En la última parte de la investigación distinguimos analíticamente este proceso. El punto de partida es un grupo de creadores a los que denominamos como C1. Este grupo de creadores celebran RC primarios (RC1) asociados al lugar. El resultado del proceso es la creación de un producto cultural que posee determinados elementos del lugar trasmutado y que, por su singularidad y carga, es elevado a emblema o símbolo de lugar (S1). En nuestro estudio dimos el ejemplo del grupo de arquitectos del barrio de Palermo de la ciudad de Buenos Aires, quienes a través del reciclaje, toman y conservan parte de la fisonomía características de las casas del barrio. El encadenamiento se produce cuando un segundo grupo de creadores (de igual o distinta profesión) al que llamamos C2, en sus RC o RC2 toman como material para la creación elementos de S1. El resultado del proceso es un nuevo producto cultural o símbolo (S2), que conserva y expande, en un nuevo formato a S1. En nuestro análisis este segundo grupo de creadores está representado por los diseñadores pioneros y fundadores quienes toman para sus diseños elementos vinculados con el estilo retro de las casas recicladas para sus diseños.

En nuestro análisis señalamos que la variación entre S1 y S2 es producto de los distintos MC de los creadores, arquitectos y diseñadores; y que su concordancia se debe a que ambos MC están configurados por la realidad del lugar. El resultado es un cambio o transposición de clave del producto cultural. La variación es morfológica, casas y objetos de diseño; la permanencia es de contenido, cierto anhelo por el pasado. También mencionamos que, en la medida que el proceso de resonancia se expande y afecta a otros grupos de creadores de la misma profesión pero diferente generación, el contenido del producto cultural se pierde y solo queda su forma. De esta manera, el producto cultural como símbolo o emblema de lugar deviene en mera marca o estética asociada al lugar. Esta situación ocurre porque en la medida que el proceso de resonancia se expande, y alcanza a diferentes generaciones, estas absorben cada vez menos el contenido cultural de los productos y más su forma. Así, el símbolo, vaciado de su contenido, deviene en marca. En el barrio de Palermo esta situación sucede con los diseñadores advenedizos, quienes se sienten atraídos por una estética que incorporan a sus productos pero como mera forma.

Dentro de los procesos de resonancia distinguimos entre los de corto y largo alcance, de acuerdo a su expansión y grado de afectación. A los primeros, o de corto alcance, los denominamos *específicos* y los definimos así porque tienden a afectar solo a un mismo grupo profesional y generacional de creadores, como el caso del sector artístico del barrio de Poble Nou en la ciudad de Barcelona. A los segundos, o de largo alcance, como *transversales*, porque tienden a afectar a distintos grupos de creadores de diferentes generaciones, como el caso de los arquitectos y diseñadores del barrio de Palermo.

Explicamos que los procesos de resonancia de corto alcance se deben a la imposibilidad de un determinado sector de la producción cultural para definir una centralidad dentro de un distrito urbano delimitado. Por el contrario, los procesos de resonancia de largo alcance, o transversales, se sustentan en la existencia de una centralidad creativa lo suficientemente fuerte, consolidada y con capacidad de expansión como para trasvasar e influir a otros sectores de la producción cultural. Tomando como referencia la noción de centro de Shils (1975), definimos como

centralidad a la capacidad de convertir en dominante un mismo sentimiento de pertenencia, creencias, valores y pautas de conductas entre diversos actores y organizaciones que exceden la especificidad del grupo que les dio origen. Los RC juegan un papel importante en la definición de este tipo de centralidades creativas al configurar un sentimiento de pertenencia, creencias compartidas y pautas de interacción común asociadas al lugar; que iniciada entre los miembros de un determinado grupo de creadores, luego se expande hacia otros grupos profesionales y generacionales.

Finalmente, como corolario de esta tesis, dimos cuenta de qué manera los procesos de resonancia, de corto o largo alcance, configuran pautas de interacción que, una vez estabilizadas, definen modos de relación entre distintos tipos de actores y organizaciones en un espacio territorial al que denominamos *clúster o distrito cultural*. Desde una perspectiva espacial, entendimos estas pautas de interacción como un encadenamiento de EC dentro de un espacio geográfico determinado. En base a análisis previos (Rius Uldemollins & Zarlenga 2014; Zarlenga et al. 2013), elaboramos una tipología de clúster culturales según el tipo de interacción social dominante. De esta forma, pudimos diferenciar conceptualmente tres dinámicas dentro de las cuales se enmarcan las principales interacciones sociales de los clúster culturales: la *burocrática*, la *asociativa* y la *comunitaria*. El primer tipo de interacción predomina en los clúster culturales que se caracterizan por la concentración de instituciones culturales. El segundo, por aquellos clúster donde predominan empresas vinculadas a la producción y/o consumo de bienes culturales. Finalmente, el tercero en barrios caracterizados por la concentración de artistas.

Observamos como el sector artístico del Poblenou se caracteriza por la conformación de un tipo de clúster cultural de creadores o escena artística. Definimos a este tipo de clúster por la existencia de una modalidad de interacción dominante basada en lazos comunitarios entre artistas y organizaciones creativas. En el caso de los diseñadores del barrio de Palermo, identificamos a las pautas de interacción dominantes, en sus inicios, como desestructuradas y basadas en vínculos de reciprocidad, conformando de este modo un clúster de creadores. Posteriormente, pudimos observar que en la

medida que el proceso de resonancia se expande, y la centralidad del diseño se consolida, se produce un cambio en las pautas de interacción pasando a regirse por un nuevo patrón dominante basado en lazos asociativo-comerciales. El resultado de este proceso es la emergencia de un clúster de industrias culturales de producción y consumo.

Los procesos de resonancia se inician en situaciones creativas y culminan en ellas. El eslabonamiento entre RC-EC-MC se expande y modifica a otros RC-EC-MC; el círculo se cierra cuando el propio proceso se consolida y termina por afectar a los propios creadores que le dieron origen. En el caso del sector artístico de Poblenou, el proceso de resonancia se ve afectado por factores externos a la propia actividad; en el caso de Palermo, por la dinámica del propio proceso. En los dos casos los RC comienzan con una baja direccionalidad, configurando EC-abiertos que definen MC-experimentales. En la medida que el entorno urbano se define con mayor precisión en su actividad (sea por factores exógenos o endógenos al propio proceso de resonancia), los RC tienden a ser más direccionados y a configurar EC-cerrados que dan lugar a MC-profesionales. En el medio del proceso nos encontramos con algunas divergencias en las direccionalidades creativas que terminan por definir EC-disonante y MC-inestables o conflictivos.

E. LÍMITES Y NUEVAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

El marco conceptual y la tipología de escenarios creativos elaborados a lo largo de nuestra investigación nos han permitido dar una respuesta sociológica a nuestro interrogante central sobre la incidencia de lugar en los procesos de creatividad cultural urbana. Hemos intentado construir un marco conceptual lo suficientemente flexible y preciso como para poder analizar otros casos de estudio. Sin embargo, nuestra perspectiva de análisis posee algunas limitaciones que, mejorándolas y perfeccionándolas, nos permitirían abrir nuevas líneas de investigación.

Uno de los principales límites que posee nuestro enfoque es cierto grado de estatismo, propio de un análisis que se centra en comprender el impacto del lugar en situaciones

creativas que se dan al interior de organizaciones y de un entorno urbano definido. Una forma para comprender el impacto del lugar desde un punto de vista más dinámico podría ser el centrarse en determinados proyectos culturales y analizar el tipo de influencia que generan los distintos escenarios en donde se gestaron, desarrollaron y definieron.

De esta forma, una posible línea de investigación a seguir podría hacer foco no tanto en los distritos donde las situaciones creativas tienden a agruparse, sino en analizar los diferentes escenarios creativos, donde se desarrolla un proyecto cultural. Este nuevo enfoque nos permitiría analizar el impacto del lugar no desde una perspectiva sincrónica (la del distrito y organizaciones) sino diacrónica (marcada por la duración de los proyectos seleccionados).

Otra de las limitaciones u omisiones de nuestra investigación fue el no desarrollar lo suficiente algunas implicancias que la perspectiva de los rituales de interacción posibilita para la comprensión de los procesos de generación de valor cultural. En este sentido, podríamos haber pensado a los rituales no sólo como dinamizadores de procesos de creatividad sino, además, con la capacidad de generar valor cultural. El valor cultural se podría definir por el grado de atención o interés social que despierta un objeto, una práctica o un discurso. En este sentido, la noción de creatividad se podría definir por la capacidad de llamar la atención, mediante símbolos, sobre determinados aspectos de una actividad o realidad social, generando, a través de este acto, un interés o valorización. Atender a esta dimensión de los rituales de creatividad podría abrir líneas de investigación sobre un tema central e importante en la actualidad como es el fenómeno de la creación de valor cultural.

Finalmente, se podría ir más allá de la dimensión espacial para analizar procesos de creación e innovación en esferas como la científica y tecnológica y compararla con procesos de creación en artes. Esta comparación nos permitiría contrastar diferencias y similitudes entre dos polos opuestos de la creación contemporánea: uno más experimental y otro más funcional

Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, T.W., 2004. *Teoría Estética. Obra completa*, 7, Madrid: Akal. Básica de Bolsillo.
- Ajuntament de Barcelona, 2005a. *El Proyecto 22@ Barcelona*, Barcelona.
- Ajuntament de Barcelona, 2005b. *Estado de Ejecución del Proyecto 22@Barcelona*, Barcelona.
- Ajuntament de Barcelona, 2000. *Modificaciones del PGM per a les zones industrials de Poblenou. Districte d'activitats 22@BCN*, Barcelona.
- Albert, R.S., 1990. Identity, experiences, and career choice. Among the exceptionally gifted and eminent. In M. A. Runco & R. S. Albert, eds. *Theories of creativity*. London, California, New Delhi: Sage Publications, pp. 13–35.
- Almansa Maqueta, J.C., 1966. Happening a la Sala Sant Martí. Tres generacions de pintura al Poble Nou: Francesc Domingo, Gonçal Sobrer i Francesc Gironès. *Quatre Cantons*, (67).
- Álvarez de Celis, F., 2003. *Transformaciones económico-territoriales en las áreas de Palermo Viejo y Palermo Hollywood* C. de E. para el D. E. M. CEDEM, ed., Buenos Aires: Gobierno de la ciudad de Buenos Aires.
- Amabile, T., 1990. Within you, without you: The social psychology of creativity, and beyond. M. A. Runco & R. S. Albert, eds. *Theories of creativity*, pp.61–92.
- Amatriain, I., 2009. Introducción. El Nuevo Cine Argentino y la renovación independiente, en una década de cambio social y cultural. In I. Amatriain, ed. *Una década de nuevo cine argentino. Balance de un fenómeno complejo: industria, crítica, formación y estéticas cinematográficas*. Buenos Aires: Ciccus, pp. 15–69.
- Amin, A. & Thrift, N., 2007. Cultural-economy and cities. *Progress in Human Geography*, 31(2), pp.143–161.
- Aparici, I., 2011. *El impacto de la renovación urbana en la configuración cultural local: El caso Poblenou-22@*. Universidad de Barcelona.
- Arranz, M., 2001. *El Poblenou: 150 anys d'història*, Barcelona: Arxiu Històric del Poblenou.

- Aydalot, P., 1986. *Milieux innovateurs en Europe*, Paris: GREMI.
- Azar, M. & Masera Lew, M., 2011. La producción de cine: potrero de hacedores. In L. Rubinich & P. Miguel, eds. *Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*. Buenos Aires: Aurelia Rivera Libros, pp. 131–162.
- Barnes, C., Borello, J.A. & Llahí, A.P., 2011. Formas de organización de la producción, la distribución y el consumo cinematográfico en la Argentina. In *XVI Reunión anual de la Red Pymes Mercosur*. Universidad Tecnológica Nacional de Concepción del Uruguay, pp. 1–35.
- Basov, N. & Nenko, A., 2013. Artistic Community Knowledge Structure Revealed: A Semantic Network Analysis of “La Escocesa”, Barcelona. *Working Papers Centre for German and European Studies*, (8), pp.1–36.
- Bassett, K., 1993. Urban cultural strategies and urban regeneration: a case study and critique. *Environment and Planning A*, 25, pp.1773–1788.
- Becattini, G., 2004. The Marshallian industrial district as a socioeconomic notion. In G. Becattini, ed. *Industrial Districts: A New Approach to Industrial Change*. Northampton Massachusetts: Edward Elgar Publishing, p. 199.
- Becker, H.S., 2008. *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*, Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Bell, D., 1976a. *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, Basic Books.
- Bell, D., 1976b. *The Cultural Contradictions of Capitalism*, Heinemann Educational Books.
- Beltrán, G. & Miguel, P., 2011. Emprendedores creativos. Reacomodamientos en trayectorias de la clase media por la vía de la inversión simbólica. In L. Rubinich & P. Miguel, eds. *01 10 Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*. Buenos Aires: Aurelia Rivera Libros, pp. 226–253.
- Bernstein, B., 1989. *Clases, códigos y control. Hacia una Teoría de las transmisiones educativas. Tomo II*, Madrid: Ediciones AKAL.
- Bianchini, F., 1993. Remaking European cities: the role of cultural policies.
- Boltanski, L. & Chiapello, É., 2002. *El nuevo espíritu del capitalismo*, Madrid: Ediciones AKAL.
- Bourdieu, P., 2002a. *Campo Intelectual y Proyecto Creativo*, Buenos Aires: Editorial Montessor.

- Bourdieu, P., 2010a. Cuestiones sobre el arte a partir de una escuela de arte cuestionada. In *El sentido social del gusto*. Buenos Aires: Siglo XXI, pp. 19–43.
- Bourdieu, P., 1985a. Describir y Prescribir: las condiciones de posibilidad y los límites de la eficacia política. In *¿Qué Significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid: Akal Universitaria, pp. 96–105.
- Bourdieu, P., 1990. Espacio Social y Génesis de las “clases.” In P. Bourdieu, ed. *Sociología y Cultura*. México: Grijalbo, pp. 205–228.
- Bourdieu, P., 2007. La casa o el mundo dado vuelta. In *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI, pp. 419–439.
- Bourdieu, P., 2010b. La producción de la creencia. Contribución a una economía de los bienes simbólicos. In *El sentido social del gusto*. Buenos Aires: Siglo XXI, pp. 153–229.
- Bourdieu, P., 2002b. *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*, Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P., 1985b. Los ritos de institución. In *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid: Akal Universitaria, pp. 78–86.
- Bourdieu, P., 2008. Pero, ¿Quién creo a los creadores? In *Cuestiones de sociología*. Madrid: Akal. Básica de Bolsillo, pp. 205–218.
- Braticevic, S., 2007. Estructura económico territorial del barrio de Palermo y dinámica del complejo de diseño”. *Coyuntura Económica de la Ciudad de Buenos Aires*, (19), pp.314–329.
- Brown, R.T., 1989. Creativity: What are we to measure? In J. A. Glover, R. R. Ronning, & C. R. Reynolds, eds. *Handbook of creativity*. New York : Plenum Press, pp. 3–33.
- Casellas, A., Dot-Jutgla, E. & Pallares-Barbera, M., 2012. Artists, Cultural Gentrification and Public Policy et al. P. Suau, ed. *Knowledge, Networks and Work: Relational Dimensions of Regional Growth*, 23(1), pp.S104–S114.
- Cinti, T., 2008. Cultural clusters and districts: the state of the art. In P. Cooke & L. Lazeretti, eds. *Creative cities, cultural clusters and local economic development*. New horizons in regional science series. Elgar, pp. 70–92.
- Coller, X., 2000. *Estudio de casos*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Collins, R., 1987. A Micro-Macro Theory of Intellectual Creativity : The Case of German Idealist Philosophy. *Sociological Theory*, 5(1), pp.47–69.
- Collins, R., 2009. *Cadenas de rituales de interacción*, Barcelona: Anthropos.

- Collins, R., 2004. *Interaction Ritual Chains*, Princeton University Press.
- Collins, R., 1981. On the Microfoundations of Macrosociology. *American Journal of Sociology*, 86(5), pp.984–1014.
- Collins, R., 2005. *Sociología de las filosofías: Una teoría global del cambio intelectual*, Barcelona: Hacer.
- Collins, R., 1988. The micro contribution to macro sociology. *Sociological Theory*, 6(2), pp.242–253.
- Collins, R., 1989. Toward a Theory of Intellectual Change: The Social Causes of Philosophies. *Science, Technology, & Human Values*, 14(2), pp.107–140.
- Collins, R. & Guillén, M.F., 2012. Mutual halo effects in cultural production: the case of modernist architecture. *Theory and Society*, 41(6), pp.527–556.
- COMEDIA, 1991. *Making the Most of Glasgow's Cultural Assets: The creative City and its Cultural Economy: Final Report*, Glasgow.
- Comunian, R., 2011. Rethinking the Creative City: The Role of Complexity, Networks and Interactions in the Urban Creative Economy. *Urban Studies*, 48(6), pp.1157–1179.
- Correa, M.E., 2012. La creatividad como recurso económico: aproximaciones al estudio del diseño independiente como estrategia de inserción de jóvenes en la ciudad de Buenos Aires. *Revista Anfora*, (30), pp.35–52.
- Correa, M.E., 2009. La producción cultural como estrategia de inserción: el caso de los diseñadores independientes de la Ciudad de Buenos Aires. *Margen*, 1(55), pp.1–10.
- Correa, M.E., 2011. La producción cultural del diseño: El caso de los diseñadores independientes de la ciudad de Buenos Aires. *Trabajo y sociedad*, XV(11), pp.329–342.
- Cruz i Gallach, H. & Martí Costa, M., 2010. Conflictos urbanísticos y movilizaciones ciudadanas: reflexiones desde Barcelona. *Finisterra*, 45(90), pp.111–132.
- Currid, E., 2007. *The Warhol Economy. How Fashion, art, and Music drive New York City*, Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Currid, E. & Williams, S., 2010. The geography of buzz: art, culture and the social milieu in Los Angeles and New York. *Journal of Economic Geography*, 10(3), pp.423–451.
- DCMS, 1998. Creative Industries Mapping Document D. for culture media and sport, ed.

- Delgado, M., 2008. La artistización de las políticas urbanas. El lugar de la cultura en las dinámicas de reapropiación capitalista de la ciudad. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, XII(270).
- Derudder et al., 2003. Hierarchical Tendencies and Regional Patterns in the World City Network: A Global Urban Analysis of 234 Cities. *Regional Studies*, 37(9), pp.875–886.
- Durán, V. et al., 2005. Mapas barriales: ¿marca de las nuevas centralidades? Los casos de San Telmo, Abasto, Palermo Viejo y Lanín. In M. W. Guerra, ed. *Buenos Aires a la Deriva: Transformaciones Urbanas Recientes*. Buenos Aires: Editorial Biblos, pp. 409–430.
- Durkheim, É., 2007. *Las formas elementales de la vida religiosa*, Madrid: Akal.
- Elias, N., 1991. *Mozart. Sociología de un genio*, Barcelona: Ediciones Península.
- Evans, G., 2001. *Cultural Planning: An Urban Renaissance?*, London: Routledge.
- Farrell, M.P., 1982. Artists' Circles and the Development of Artists. *Small Group Research*, 13(4), pp.451–474.
- Farrell, M.P., 2001. *Collaborative Circles: Friendship Dynamics and Creative Work*, Chicago: University of Chicago Press.
- Featherstone, M., 1991. *Consumer culture and postmodernism*, SAGE.
- Fischer, C.S., 1995. The Subcultural Theory of Urbanism: A Twentieth-Year Assessment. *American Journal of Sociology*, 101(3), pp.543–577.
- Florida, R., 2005. *Cities and the creative class*, London: Routledge.
- Florida, R., 2002. *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, New York: Basic Books.
- Franck, D., 2003. *Bohemian Paris: Picasso, Modigliani, Matisse, and the Birth of Modern Art*, Grove Press.
- Frisby, D., 1992. *Fragmentos de la modernidad: teorías de la modernidad en la obra de Simmel, Kracauer y Benjamin*, Madrid: Visor.
- Fromhold-Eisebith, M. & Eisebith, G., 2005. How to institutionalize innovative clusters? Comparing explicit top-down and implicit bottom-up approaches. *Research Policy*, 34(8), pp.1250–1268.
- Frost-Kumpf, H.A., 1998. *Cultural Districts. The Arts as Strategy for Revitalizing Our Cities*, Washington: Americans for the Arts.

- García, B., 2004a. Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future. *Local Economy*, 19(4), pp.312–326.
- García, B., 2004b. Urban regeneration, arts programming and major events. *International Journal of Cultural Policy*, 10(1), pp.103–118.
- Gieryn, T.F., 2000. A Space for Place in Sociology. *Annual Review of Sociology*, 26(2000), pp.463–496.
- Gieryn, T.F., 2006. City as Truth-Spot: Laboratories and Field-Sites in Urban Studies. *Social Studies of Science*, 36(1), pp.5–38.
- Gieryn, T.F., 2002. What buildings do. *Theory and society*, 31(1), pp.35–74.
- Glover, J.A., Ronning, R.R. & Reynolds, C.R., 1989. *Handbook of creativity*, New York : Plenum Press.
- Goffman, E., 1974. *Frame analysis: an essay on the organization of experience*, Boston, US: Northeastern University Press.
- Goffman, E., 2006. *Frame analysis: los marcos de la experiencia*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Goffman, E., 2009. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Goffman, E., 1970. *Ritual de la interacción*, Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Gombrich, E.H., 2000. *Norma y forma*, Madrid: Debate.
- González, L., 2013. Cine y Geografía. Hacia un estado del Arte, con énfasis en la Argentina. *Biblio 3W. Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, 18(1054).
- Grabher, G., 2002. Cool Projects, Boring Institutions: Temporary Collaboration in Social Context. *Regional Studies*, 36(3), pp.205–214.
- Granovetter, M., 1985. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), pp.481–510.
- Gruzinski, S., 2012. *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a Blade Runner (1942-2019)*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Guillamon, I.M., 2008. *La fábrica del conflicto. Terciarización, lucha social y patrimonio en Can Ricart Barcelona*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Habermas, J., 1999. *Teoría de la acción comunicativa*, Madrid: Taurus.

- Hall, P., 2000. Creative Cities and Economic Development. *Urban Studies*, 37(4), pp.639–649.
- Harrington, D.M., 1990. The ecology of human creativity: A psychological Perspective. In M. A. Runco & R. S. Albert, eds. *Theories of creativity*. London, California, New Delhi: Sage Publications, pp. 143–170.
- Harvey, D., 1990. *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford: Basil Blackwell.
- Hauser, A., 1978. *Historia social de la literatura y el arte*, Madrid: Guadarrama / Punto Omega.
- Van Heur, B., 2009. The Clustering of Creative Networks: Between Myth and Reality. *Urban Studies*, 46(8), pp.1531–1552.
- Hutter, M. & Stark, D., 2014. Pragmatist Perspectives on Valuation: An Introduction. In *Moments of Valuation: Exploring Sites of Dissonance*. Oxford University Press.
- Jameson, F., 1991. *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, London [etc.]: Verso.
- Jameson, F., 1996. *Teoría de la postmodernidad*, Madrid: Trotta.
- Jauss, H.R., 1995. *Las transformaciones de lo moderno: estudios sobre las etapas de la modernidad estética*, Madrid: Visor.
- Joas, H., 1996. *The Creativity of Action*, Chicago: The University of Chicago press.
- Julier, G., 1996. Barcelona design, Catalonia's political economy, and the New Spain, 1980–1986. *Journal of Design History*, 9(2), pp.117–127.
- Julier, G., 2005. Urban Designscapes and the Production of Aesthetic Consent. *Urban Studies*, 42(5-6), pp.869–887.
- Jutgla, E.D., Casellas, A. & Pallares-Barbera, M., 2010. L'ambigüitat de la producció intensiva en coneixement: el nou espai econòmic del Poblenou. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 56(3), pp.389–408.
- Kadushin, C., 1976. Networks and Circles in the Production of Culture. *American Behavioral Scientist*, (19), pp.469–784.
- Kagan, S. & Hahn, J., 2011. Creative cities and (un) sustainability: from creative class to sustainable creative cities. *Culture and Local Governance*, 3(1).
- Kantis, H., 2005. *Clusters y nuevos polos emprendedores intensivos en conocimiento en Argentina. Versión para críticas y comentarios*, Buenos aires .

- Kantis, H. & Drucaroff, S., 2008. *Nuevas Empresas y Emprendedores de Moda en Buenos Aires: ¿Hacia un cluster de Diseño?*, Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Karlsson, C., 2010. Cluster, Networks and Creativity. *CESIS Electronic Working Paper Series*, (Paper 235), pp.1–34.
- Kong, L., 2000. Culture, economy, policy: trends and developments. *Geoforum*, 31(4), pp.385–390.
- Krätke, S., 2011. *The Creative Capital of Cities: Interactive Knowledge Creation and the Urbanization Economies of Innovation*, Wiley-Blackwell.
- Landry, C., 2008. *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, London: Routledge.
- Landry, C. & Bianchini, F., 1995. *The creative city*, Great Britain: Demos.
- Landry, C. & Bianchini, F., 1998. *The creative city*, London: Demos.
- Lash, S., 1990. *Sociology of Postmodernism*, London [etc.]: Routledge.
- Lawrence, D. & Low, S., 1990. The built environment and spatial form. *Annual review of anthropology*, 19(1), pp.453–505.
- Lawson, C. & Lorenz, E., 1999. Collective learning, tacit knowledge and regional innovative capacity. *Regional studies*, 33(4), pp.305–317.
- Lloyd, R., 2010. *Neo-Bohemia: Art and commerce in the postindustrial city*, New York - London: Routledge.
- Lloyd, R., 2002. Neo-Bohemia: Art and Neighborhood Redevelopment in Chicago. *Journal of Urban Affairs*, 24(5), pp.517–532.
- Lottman, H.R., 1981. *Rive gauche. du front populaire a la guerre froide*, SEUIL.
- Mandel, E., 1978. *Late Capitalism*, London [etc.]: Verso.
- Markusen, A., 1996. Sticky Places in Slippery Space: A Typology of Industrial Districts. *Economic Geography*, 72(3), pp.293–313.
- Markusen, A., 2006. Urban development and the politics of a creative class: evidence from a study of artists. *Environment and Planning A*, 38(10), pp.1921 – 1940–1921 – 1940.
- Markusen, A. & Schrock, G., 2006. The Artistic Dividend: Urban Artistic Specialisation and Economic Development Implications. *Urban Studies*, 43(10), pp.1661–1686.

- Marrero Guillamón, I., 2003. ¿Del manchester catalán al soho barcelonés? La renovación del barrio del Poblenou en Barcelona y la cuestión de la vivienda. *Scripta Nova*, 7(146).
- Marshall, A., 1920. *Principles of Economics* 8th ed., London: Macmillan and Co. 8th ed.
- Marti-Costa, M. & Pradel, M., 2011. The knowledge city against urban creativity? Artists' workshops and urban regeneration in Barcelona. *European Urban and Regional Studies*, 19(1), pp.92–108.
- Maskell, P. & Lorenzen, M., 2004. The cluster as market organisation. *Urban Studies*, 41(5-6), pp.991–1009.
- Mignaqui, I., Szajnber, D. & Cicollella, P., 2005. Clusters creativos en la ciudad de Buenos Aires: estudios de cine y televisión, moda y diseño, dans “Palermo Hollywood” y “Palermo Soho.” *41st isocarp congress. Creative clusters in Buenos Aires City*.
- Miguel, P., 2013. *Emprendedores del Diseño. Aportes para una sociología de la moda*, Buenos Aires: Eudeba.
- Miguel, P., 2009. Los recorridos del diseño de indumentaria en la ciudad de Buenos Aires. *Apuntes de investigación del CECyP*, (15), pp.43–69.
- Milgram, R.M., 1990. Creativity: an idea whose time has come and gone? In M. A. Runco & R. S. Albert, eds. *Theories of creativity*. London, California, New Delhi: Sage Publications, pp. 215–234.
- Molotch, H., 1996. LA as a product: how design works in a regional economy. In A. J. Scott & E. W. Soja, eds. *The city: Los Angeles and urban theory at the end of the twentieth century*. California: University of California Press, pp. 225–275.
- Molotch, H., 2002. Place in product. *International Journal of Urban and Regional Research*, 26(4), pp.665–688.
- Molotch, H., 1976. The City as a Growth Machine: Toward a Political Economy of Place. *The American Journal of Sociology*, 82(2), pp.309–332.
- Molotch, H., 2003. *Where stuff comes from*, New York - London: Routledge.
- Mommaas, H., 2004. Cultural clusters and the post-industrial city: towards the remapping of urban cultural policy. *Urban Studies*, 41(3), pp.507–532.
- Montgomery, J., 2003. Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 1: Conceptualising Cultural Quarters. *Planning Practice and Research*, 18(4), pp.293–306.

- Montgomery, J., 2004. Cultural quarters as mechanisms for urban regeneration. Part 2: a review of four cultural quarters in the UK, Ireland and Australia. *Planning Practice and Research*, 19(1), pp.3–31.
- Montgomery, J., 1995. The story of Temple Bar: creating Dublin's cultural quarter. *Planning Practice and Research*, 10(2), pp.135–172.
- Mur, S. & Clusa, J., 2011. Impacte urbanístic i immobiliari del 22@: el futur “central business district” de Barcelona. *Revista econòmica de Catalunya*, (64), pp.31–53.
- Musterd, S. & Murie, A., 2010. The idea of the Creative or Knowledge-Based City. In S. Musterd & A. Murie, eds. *Making Competitive Cities*. Oxford: Wiley-Blackwell, pp. 17–32.
- Negri, A. & Lazzarato, M., 1993. El ciclo de la producción inmaterial. *Revista Futur Antérieur*, (16).
- Negri, A. & Lazzarato, M., 1991. Trabajo inmaterial y subjetividad. *Revista Futur Antérieur*, (7).
- Nelson, R. & Winter, S.G., 1982. *An Evolutionary Theory of Economic Changes*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Neumann, J. Von & Morgenstern, O., 1953. *Theory of Games and Economic Behavior*, Princeton: Princeton University Press.
- Noya, J., 2010. Sociología de la creatividad. In J. Noya, F. del Val, & C. M. Pérez Colman, eds. *Musica. Música, sociedad y creatividad artística*. Madrid: Biblioteca Nueva, pp. 19–40.
- O'Connor, J., 2004. “A special kind of city knowledge”: innovative clusters, tacit knowledge and the “Creative City.” *Media International Australia*, 112, pp.131–149.
- Palacio, I. del & Engel, J., 2011. Com poden crear clústers d'innovació els governs?: El cas 22@Barcelona. *Revista econòmica de Catalunya*, (64), pp.141–149.
- Panofsky, E., 2000. *Sobre el estilo: tres ensayos inéditos*, Barcelona: Editorial Paidós.
- Paül i Agustí, D., 2014. Repercusiones inesperadas de una transformación urbana ralentizada por la crisis . El retorno de los artistas al distrito creativo 22@Barcelona. *Cuadernos Geográficos*, 53(2), pp.87–102.
- Peck, J., 2005. Struggling with the Creative Class. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29(4), pp.740–770.
- Pino, D.A. del, 1991. *Palermo: un barrio porteño*, Buenos Aires: Fundación Banco de Boston.

- Piore, M. & Sabel, S., 1984. *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity.*, New York: Basic.
- Polanyi, K., 1944. *The Great Transformation*, New York: Holt Rinehart.
- Polanyi, M., 2012. *Personal Knowledge: Towards a Post-critical Philosophy*, Chicago: University of Chicago Press.
- Porter, M.E., 1998. Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*.
- Redaelli, E., 2008. Thinking about Local Cultural Policy in America: Navigating the Theoretical Confusion. *The International Journal of the Arts in Society*, (2), pp.55–66.
- Richards, G., 2013. Imagineering events as interaction ritual chains. In G. Richards, L. Marques, & K. Mein, eds. *Event Design: Social perspectives and practices*. London: Routledge, pp. 14–25.
- Rius Uldemollins, J. & Zarlenga, M.I., 2014. Industrias, distritos instituciones y escenas. Tipología de clústeres culturales de Barcelona. *Revista Española de Sociología*, (21), pp.47–68.
- Rius Uldemollins, J., 2008. Los barrios artísticos como base local de la Cultura global. El caso del Raval de Barcelona. *Revista Internacional de Sociología*, 46(51), pp.179–205.
- Rodríguez Morató, A., 2013. El concepto de Resonancia.
- Rodríguez Morató, A., 1996. El impacto de la globalización en la articulación territorial de las dinámicas artísticas. In C. Lobeto & D. Wechsler, eds. *Ciudades. Estudios socioculturales sobre el espacio urbano*. Buenos Aires: ID Instituto Internacional del Desarrollo. Ediciones Nuevos Tiempos, pp. 15–27.
- Rodríguez Morató, A., 2007. La perspectiva de la sociedad de la cultura. In *La sociedad de la cultura*. Barcelona: Ariel, pp. 11–51.
- Rodríguez Morató, A., 2005. La reinención de la política cultural a escala local: el caso de Barcelona. *Sociedade e Estado*, 20(2), pp.351–376.
- Rodríguez Morató, A., 2001. Una nueva formación local: el complejo cultural local. In X. B. Fernández, ed. *Cultura e desenvolvemento local*. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega, pp. 2–15.
- Roth, A.L., 1995. “Men Wearing Masks”: Issues of Description in the Analysis of Ritual. *Sociological Theory*, 13(3), pp.301–327.
- Santagata, W., 2002. Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth. *International Journal of Urban and Regional Research*, 26(1), pp.9–23.

- Sarfatti Larson, M., 1993. *Behind the Postmodern Facade.*, Berkeley: University of California Press.
- Sassen, S., 1991. *The global city: New York, London, Tokio*, Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Schumpeter, J., 1939. *Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*, New York: McGraw-Hill.
- Scott, A.J., 2014. Beyond the Creative City : Cognitive – Cultural Capitalism and the New Urbanism. *Regional Studies*, (March), pp.37–41.
- Scott, A.J., 2007. Capitalism and urbanization in a new key? The cognitive-cultural dimension. *Social forces*, 85(4), pp.1465–1482.
- Scott, A.J., 2001. Capitalism, Cities, and the Production of Symbolic Forms. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 26(1), pp.11–23.
- Scott, A.J., 2010. Cultural economy and the creative field of the city. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 92(2), pp.115–130.
- Scott, A.J., 2008. *Social economy of the metropolis*, Oxford: Oxford University Press.
- Scott, A.J., 1996. The craft, fashion, and cultural products industries of Los Angeles: competitive dynamics and policy dilemmas in a multisectoral image- producing complex. *Annals of the Association of American Geographers*, 86(2), pp.306–323.
- Scott, A.J., 2000. The Cultural Economy of Cities. *International Journal of Urban and Regional Research*, 21(2), pp.323–339.
- Scott, A.J., 1999. The cultural economy: geography and the creative field. *Media, Culture & Society*, 21(6), pp.807–817.
- Sennett, R., 2000. *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*, Barcelona: Anagrama.
- Shils, E., 1975. *Center and periphery: essays in macrosociology*, Chicago: University of Chicago Press.
- Simmel, G., 1977. El espacio y la sociedad. In *Sociología 2*. Madrid: Biblioteca de la Revista de Occidente, pp. 643–741.
- Simmel, G., 2001. Puente y Puerta. In *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Ediciones Península.
- Simmel, G., 1996. *Rembrandt: ensayo de filosofía del arte* F. Jarauta & E. Estiú, eds., Murcia: Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos.

- Simmie, J., 2004. Innovation and clustering in the globalised international economy. *Urban Studies*, 41(5-6), pp.1095–1112.
- Simmie, J., 2005. Innovation and space: A critical review of the literature. *Regional Studies*, 39(6), pp.789–804.
- Simpson, C., 1981. *SoHo: The artist in the city*, Chicago: Univ of Chicago Press.
- Sintes i Bou, M., 2011. *Gonçal Sobrer, un rebel sense pebrots. Pintures i fets*, Barcelona: Arxiu Historic del Poblenou.
- Snow, D. et al., 1986. Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation. *American Sociological Association*, 51(4), pp.464–481.
- Snow, D. & Benford, R., 1988. Ideology, frame resonance, and participant mobilization. *International social movement research*, (1), pp.197–217.
- Sternberg, R.J., 2006. Introduction. In J. C. Kaufman & R. J. Sternberg, eds. *The International Handbook of Creativity*. New York: Cambridge University Press, pp. 1–9.
- Tironi, M., 2009. The paradoxes of cultural regeneration: Artists, neighbourhood redevelopment and the “creative city” in Poblenou, Barcelona. *Journal of Urban Regeneration and Renewal*, 3(1), pp.92–105.
- Todtling, F., 1991. The geography of innovation: transformation from Fordism towards Postfordism? In *Paper presented for the 19 European Science Foundations RURE Programme*. Barcelona, Spain.
- Tönnies, F., 2002. *Community and Society*, UK: Courier Dover Publications.
- Torre, M. & Zarlenga, M.I., 2009. Fabricando directores. Una reflexión en torno a los espacios de formación cinematográfica en el surgimiento del Nuevo Cine Argentino. In I. Amatriain, ed. *Una década de nuevo cine argentino. Balance de un fenómeno complejo: industria, crítica, formación y estéticas cinematográficas*. Buenos Aires: Ediciones CICUSS, pp. 103–119.
- Urfalino, P., 2004. *L'invention de la politique culturelle*, Paris: Hachette.
- Uzzi, B. & Spiro, J., 2011. Collaboration and Creativity: The Small World Problem. *The American Journal of Sociology*, 111(2), pp.447–504.
- Valera, S., 2009. El Poblenou barcelonés como barrio artístico. In B. F. Quesada & J. P. Lorente, eds. *Arte en el espacio público: Barrios artísticos y revitalización urbana*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, pp. 163–178.
- Vasari, G., 1960. *Vidas de los más excelentes pintores, escultores y arquitectos* J. E. Payró, ed., Barcelona: Éxito.

- Vecslir, L. & Kozak, D., 2013. Transformaciones urbanas: En la manzana tradicional desarrollos fragmentarios y microtransformaciones en el tejido del barrio de Palermo Buenos. *Cuaderno urbano*, 14(14), pp.146–172.
- VV.AA., 2010. *Informe sobre los aspectos económicos y culturales de la industria cinematográfica argentina*, Buenos Aires.
- VV.AA., 2007. *La dimensión económica de las Artes Visuales en España*, Barcelona.
- VV.AA., 2003. Palermo Viejo. Transformaciones económico territoriales: De los talleres mecánicos a la gastronomía y los locales especializados en prendas de vestir y en objetos de decoración y diseño. 1993 –2002 C. de E. para el D. E. M. CEDEM, ed.
- Weber, M., 1999. *Economía y sociedad: esbozo de sociología comprensiva*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Weber, M., 1987. *Ensayos sobre Sociología de la Religión 3 Tomos*, Madrid: Taurus.
- Wen, W., 2012. “Scenes, Quarters and Clusters: the Formation and Governance of Creative Places in Urban China.” *Journal of Cultural Science*, (5), pp.8–27.
- White, H.C., 1993. *Careers and creativity: social forces in the arts*, Colorado: Westview Press.
- Williamson, O., 1985. *The economic institution of capitalism*, New York: Free Press.
- Wölfflin, H., 1952. *Conceptos fundamentales de la Historia del Arte*, Madrid: Espasa-Calpe.
- Yencken, D., 1988. The Creative City. *Meanjin*, 47(4), p.597.
- Zarlenga, M.I., 2013. *Place and creativity in Visual Arts. A sociological analysis of urban creativity processes in the city of Barcelona*, Bielefeld / St. Petersburg.
- Zarlenga, M.I., Rius Uldemollins, J. & Rodríguez Morató, A., 2013. Cultural clusters and social interaction dynamics: the case of Barcelona. *European Urban and Regional Studies*, (Online first), pp.1–19.
- Zimmer, A. & Toepler, S., 1996. Cultural Policies and the Welfare State: The Cases of Sweden, Germany, and the United States. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 26(3), pp.167–193.
- Zukin, S., 1987. Gentrification: culture and capital in the urban core. *Annual Review of Sociology*, 13(1987), pp.129–147.
- Zukin, S., 1989. *Loft living: culture and capital in urban change*, Rutgers University Press.
- Zukin, S., 1992. Posmodern urban landscapes: mapping culture and power. In S. Lash & J. Friedman, eds. *Modernity and Identity*. Oxford: Wiley-Blackwell, pp. 221–247.

Zukin, S., 1995. Whose culture? Whose City. In *The cultures of cities*. Oxford: Blackwell, pp. 1–47.

Zukin, S. & Braslow, L., 2011. The life cycle of New York's creative districts: Reflections on the unanticipated consequences of unplanned cultural zones. *City, Culture and Society*, 2(3), pp.131–140.

Anexos

ANEXO 1. ÍNDICE DE TABLAS E ILUSTRACIONES

1.1. Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Delimitación geográfica de las áreas de Palermo "Soho" y "Hollywood" en la ciudad de Buenos Aires.....	77
Ilustración 2: Georreferenciación de locales comerciales y de servicios en Diseño en las áreas de Palermo "Soho" y "Hollywood" en la ciudad de Buenos Aires al año 2007	79
Ilustración 3: Georreferenciación de productoras audiovisuales dentro y fuera del Distrito Audiovisual de la Ciudad de Buenos Aires.....	85
Ilustración 4: Mapa del barrio de Poblenu y Georreferenciación de artistas según espacios de trabajo.....	91
Ilustración 5: Esquema conceptual de la relación entre Rituales Creativos, Escenarios Creativos y Marcos Creativos	107
Ilustración 6: Espacios de trabajo de La Fundició	111
Ilustración 7: Escultura y Panel de Fotografías de La Fundició	115
Ilustración 8: Espacio de trabajo de Zona Factoría de Art y Casa San Crespín	116
Ilustración 9: Esquema conceptual de la relación entre RC-no orientado, EC-abiertos y MC-experimentales	122
Ilustración 10: Espacios de trabajo de Hangar.....	124
Ilustración 11: Interior de los locales de No Lineal y Lala.....	128
Ilustración 12: Esquema conceptual de la relación entre RC-orientados, EC-cerrados y MC-profesionales..	133
Ilustración 13: Espacios de trabajo de La Escocesa.....	136
Ilustración 14: Esquema conceptual de la relación entre RC-doble orientación, EC-disonantes y MC-experimental profesional.....	146
Ilustración 15: Esquema conceptual general de tipos y subtipos de Escenarios Creativos	147
Ilustración 16: Exterior de La Fundició	155
Ilustración 17: Exterior y espacio expositivo común de Zona Factoría de Art	160
Ilustración 18: Esquema de relación entre Límites Débiles, EC-abieros y MC-experimentales	163
Ilustración 19: Exterior de Hangar.....	164
Ilustración 20: Esquema de relación ente Límites Fuertes, EC-cerrados y MC-profesionales	169
Ilustración 21: Exterior y Sala de uso Común de La Escocesa	172
Ilustración 22: Exterior del local de Calma Chicha y entorno urbano del barrio de Palermo.....	175
Ilustración 23: Esquema de relación entre Límites en Conflicto, EC-disonantes y MC-opuestos.....	177
Ilustración 24: Elementos que configuran el decorado interior de La Fundició	181
Ilustración 25: Decorado de los espacios comunes de Casa San Crespín.....	184
Ilustración 26: Esquema conceptual de la relación entre Medio Escénico Híbrido, EC-abiertos y MC-experimentales.....	185
Ilustración 27: Decorado interior del local de Kapush.....	190
Ilustración 28: Esquema de relación entre Medio Escénico Homogéneo, EC-cerrado y MC-profesionales	191
Ilustración 29: Intervenciones artísticas en La Escocesa.....	194
Ilustración 30: Esquema conceptual de la relación entre Medio Escénico Heterogéneo, EC-disonantes y MC-opuestos.....	196
Ilustración 31: Esquema conceptual de la relación entre una Baja Direccionalidad Creativa, EC-abiertos y MC-experimentales	205
Ilustración 32: Esquema Conceptual de la relación entre Direccionalidades Creativas Definidas, EC-cerrados y MC-profesionales	212
Ilustración 33: Logos de La Fundició y La Escocesa que rememoran el pasado fabril de los establecimientos.....	225
Ilustración 34: El barrio de Poblenu y los cambios provocados por el Plan 22@.....	230
Ilustración 35: Esculturas realizadas por artistas de La Fundició y La Escocesa	235
Ilustración 36: Esquema de relación del Proceso de Resonancia	245
Ilustración 37: Diseños de Calma Chicha, Caro de Dam, Puro y Nike Sobo.....	248
Ilustración 38: Entorno urbano de Palermo "Sobo"	271

1.2. Índice de Tablas

Tabla 1: Síntesis del concepto de creatividad (según conceptos de referencia)	61
Tabla 2: Síntesis del concepto de lugar (según espacio, tiempo, actores y tipo de interacción)	70
Tabla 3: Muestra de entrevistados según barrios y sector	94
Tabla 4: Resumen de las principales categorías de codificación del material empírico	99

ANEXO 2. LISTA COMPLETA DE ENTREVISTADOS SEGÚN BARRIO Y SECTOR

2.1. Lista completa de entrevistados del barrio de Poblenou

Referencias de codificación de entrevistados:

AV: Artistas Visuales

D: Diseñadores

PA: Productores Audiovisuales

G: Gestores de Organizaciones Creativas (Centro de Creación artística o Espacio de Exhibición)

FP: Funcionario Público

RV: Referente Vecinal

E: Experto

BR: Propietarios de Bares y Restaurantes

I. SECTOR ARTÍSTICO: 33 Entrevistas

(1) Creadores artísticos		
Código de entrevistado	Posición	Centro
1. AV9	Artista residente	Nauart
2. AV7	Artista / Manager	Colectivo Bajel
3. AV14	Artista residente	La Escocesa
4. AV15	Artista residente	La Escocesa
5. AV16	Artista residente	Hangar
6. AV2	Artista / Propietario	Taller individual
7. AV8	Artista residente	Laboratorio Symbolon
8. AV6	Artista residente	La Fundicio
9. AV5	Artista residente	Zona. Factoría de Art
10. AV12	Artista residente	Espronceda 164
11. AV3	Artista residente	Espronceda 164
12. AV1	Artista / Propietaria	Taller Individual
13. AV4	Artista residente	Guanes
14. AV10	Artista residente	La Escocesa
15. AV11	Artista residente	La Escocesa
16. AV12	Artista residente	La Escocesa
17. AV13	Artista residente	La Escocesa
(2) Centros de creación en artes visuales		
Persona entrevistada	Posición	Centro
1. G1	Director	Nauart
2. G2	Propietario	Colectivo Bajel
3. G3	Director	La Escocesa
4. G4	Directora	Hangar
5. G5	Director	Bar Cerca de la Pedrera

6. G6	Coordinador	La Fundicio
7. G7	Director	Taller Quadrat 9
8. G8	Referente	Zona Factoria de Art
9. G9	Propietario	Taller
10. G10	Propietario	Taller
11. G11	Director General	Palo Alto / Estudio Mariscal
(2) Centros de creación en artes escénicas y del circo		
Persona entrevistada	Posición	Centro
1. AV24	Referente	La Nave Espacial (Ex Macabra)
(2) Centros de exposición		
Persona entrevistada	Posición	Centro
1. G12	Director	Niu
2. G13	Prensa y comunicación	The Private Space
3. G14	Coordinadora del Programa de Artes Visuales	Centro de Arte Can Felipa
4. G15	Directores	Dee Bee

Fuente: *Elaboración Propia*

II. SECTOR VECINAL: 13 Entrevistas

(3) Entidades Vecinales de carácter cultural e identitario		
Persona Entrevistada	Cargo	Nombre de la entidad
1. RV1	Coordinador	Centre d'Imatgeria Festiva del Poblenou (Dracs + Gegants)
2. RV2	Presidente	Arxiu Històric del Poblenou
3. RV3	Presidente	Asociación Cultural Bac de Roda
(3) Entidades vecinales de carácter político		
Persona Entrevistada	Cargo	Nombre de la entidad
1. RV4	Miembro	Asamblea de Joves del Poblenou
2. RV5	Miembro	
3. RV6	Miembro	Texidora / Asamblea Social del Poblenou
4. RV7	Miembro	AP Octubre
(3) Entidades vecinales de carácter social		
Persona Entrevistada	Cargo	Nombre de la entidad
1. RV8	Vice-Presidente	AAVV Poblenou
2. RV9	Responsable	Casal del Poblenou
3. RV10	Presidente	Coordinadora de Entidades
(3) Entidades vecinales de carácter económico		
Persona Entrevistada	Cargo	Nombre de la entidad
1. RV11	Presidente	Eix Comercial Poblenou
(3) Entidad de Carácter Artístico Cultural		
Persona Entrevistada	Cargo	Nombre de la entidad
1. RV12	Coordinadora	Escuela de Arte del Poblenou
2. RV13	Referente	Casino de la Aliança

Fuente: *Elaboración propia*

III. SECTOR 22@: 7 entrevistas

(6) Sector Público		
Persona Entrevistada	Cargo	Ámbito
1. FP1	Consejero Delegado	Sociedad Municipal 22@BCN
2. FP2	Secretario Técnico	Asociación 22@Network
3. FP3	Directora de Estudios	Barcelona Activa
4. FP4	Coordinador del Proyecto Fábricas de la Creación	ICUB
5. FP5	Ex director ICUB / Creador del Proyecto Fábricas de la Creación	ICUB
Expertos		
Persona Entrevistada	Cargo	Ámbito
1. E1	Profesora Titular	UB / Facultad de Económicas
2. E2	Catedrático	UB / Facultad de Económicas

Fuente: *Elaboración propia*

2.2. Lista completa de entrevistados del barrio de Palermo

I. SECTOR ARTÍSTICO: 17 Entrevistas

(1) Creadores artísticos		
Persona entrevistada	Posición	Centro
1. AV17	Artista residente	Casa San Crespín
2. AV18	Artista residente	Casa San Crespín
3. AV19	Artista residente	Casa San Crespín
4. AV20	Artista residente	Casa San Crespín
5. AV21	Artista residente	Casa San Crespín
6. AV22	Artista residente	Casa San Crespín
7. AV23	Artista residente	Casa San Crespín
(2) Centros de creación en artes visuales		
Persona entrevistada	Posición	Centro
1. G16	Coordinadora	Peras de Olmo
2. G17	Coordinación colectiva	Casa San Crespín
(2) Centros de exposición: galerías		
Persona entrevistada	Posición	Centro / Galería
1. G18	Propietario	Quimera del Arte
2. G19		Elisi del Río
3. G20	Co-Propietario	Espacio Escarlata
4. G21	Propietaria	Espacio Niceta
5. G22	Co-propietaria	Sclifka / Molina
6. G23	Propietaria	La Bladousse
7. G24	Coordinador	Feria de Arte Palermo
8. G25	Expositor	Feria de Arte Palermo

Fuente: *Elaboración Propia*

II. SECTOR VECINAL: 5 Entrevistas

(3) Entidades Vecinales / Comunidad de Vecinos Activa 80s-90s		
Persona Entrevistada	Actividad	Nombre de la entidad
1. RV14	Intervenciones urbanas	Comunidad de Vecinos
2. RV15	Participación activa	Comunidad de Vecinos

3. RV16	Ex Presidente	SO.FO.PA.VI
4. RV17	Participación activa	Comunidad de Vecinos
5. RV18	Organización	Festival Buen Día

Fuente: *Elaboración Propia*

III. SECTOR DISEÑO: 13 Entrevistas

(4) y (5) Primeros emprendimientos 90s.		
Persona entrevistada	Posición	Nombre del emprendimiento
1. D1	Dueño	Papelera Palermo, La mejor Flor y Miles
2. D2	Diseñadora	Diana Cabeza Estudio
3. D3	Diseñadora	Calma Chicha
(4) y (5) Diseñadores pioneros 98-2004		
Persona entrevistada	Posición	Nombre del emprendimiento
1. D4	Diseñadora / Propietaria	D4
2. D5	Diseñadora / Propietaria	Caro de Dam
3. D6	Diseñadora	Boutique Nómade
(4) y (5) Expansión 2004-13		
Persona entrevistada	Posición	Nombre del emprendimiento
1. D7	Propietario	No lineal
2. D8	Diseñadora / Propietaria	Kapush
3. D11	Propietario	Chapó Lolo
4. D12	Diseñadora / Propietaria	Lala
5. D9	Propietario	Puro
6. D10	Encargado de sucursal	Nike soho

Fuente: *Elaboración Propia*

IV. SECTOR AUDIOVISUAL: 6 Entrevistas

(6) Productoras audiovisuales		
Persona Entrevistada	Posición	Nombre de la productora
1. PA4	Socio y Director Adjunto	El oso producciones
2. PA2	Productora / Co-propietaria	Polimart
3. PA5	Productora / CO-propietario	Sudestada Cine
4. PA3	Director	Kapow
5. PA6	Representante	Patagonik
6. PA1	Propietaria	Abre Palermo

Fuente: *Elaboración Propia*

V. SECTOR GASTRONÓMICO: 2 Entrevistas

(7) Bares y Restaurantes		
Persona Entrevistada	Cargo	Emprendimiento
1. BR1	Propietario	Il Ballo del Mattone
2. BR2	Propietaria	Pierina Tea Houe

Fuente: *Elaboración Propia*

VI. SECTOR PÚBLICO: 8 Entrevistas

(8) Vinculado con el Diseño		
Persona Entrevistada	Cargo	Área

1. FP6	Directora	Centro de Diseño
2. FP7	Coordinadora	Plan Nacional de Diseño
3. FP8	Ex Director del CMD	CMD
4. FP9	Director de Industrias Creativas y Comercio Exterior, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires	CMD
(8) Vinculado con el Distrito Audiovisual		
Persona Entrevistada	Cargo	Área
1. FP10	Coordinadora	Distrito Audiovisual
(8) Expertos		
Persona Entrevistada	Cargo	Área
1. E3	Fundador y Ex Director CMD	Consultoría Privada
2. E4	Investigador UBA-FADU	Arquitectos
3. E5	Investigadora UBA-FSOC	Socióloga

Fuente: *Elaboración propia*

2.3. Lista de Artistas Visuales según nivel de profesionalidad y centro de pertenencia

Referencia	Centro	Nivel de Profesionalidad	Tipo de creación	Formación	Exposiciones individuales y colectivas	Aparición en revistas especializadas / Premio y Becas	Principal actividad de subsistencia
AV1	Taller Individual	No-Profesional	Pintura Mural	Escuela de Arte Prilidiano Pueyrredón (Buenos Aires, Argentina)	No	No	Decoración artística
AV2	Taller individual	No profesional	Escultura en madera	Autodidacta (hijo de ebanista)	Si (individual)	No	Ebanistería y Carpintería / Venta de Obra
AV3	Taller Colectivo (Espronceda 164)	Semi-profesional	Pintura	Autodidacta	3 individuales: Galería Moncada (Barcelona) Galería Arcadia (Barcelona) Galería Escala (Figueras)	No	Venta de Obra en Ferias
AV4	Taller Colectivo (Guanes)	Semi-profesional	Pintura	Escuela Llotja (Barcelona)	3 Muestras Individuales	No	Enseñanza de arte en la Escuela de Arte

							de Poblenuou Diseño (Autónomo)
AV5	Taller Colectivo (Zona. Factoría de Art)	Semi-profesional (novel)	Escultura	Bachillerato con orientación Artística (Lisboa, Portugal) Licenciatura en cine (Lisboa, Portugal) Escola Massana (Barcelona, España)	Si (individuales y colectivas)	Si: Beca para residencia artística de un mes en Budapest	Primer Asistente de escultura (Estudio Samuel Salcedo)
AV6	Centro de Creación Comunitario (La Fundicio)	No profesional	Escultura Moldes Joyería RestauraciónFundición	Escuela de arte de Burgos (Diseño y artes aplicadas a la madera) / Escuela de arte de Zamora (Escultura) 2002 – 2003 / Escola Massana (Escultura) 2003 – 2004 Llotja (Fundició artística)	Si (colectivas)	No	Sin trabajo
AV7	Centro de Creación Privado (Colectivo Bajel)	No Profesional	Escultura en hierro	Autodidacta /Diseño de Producto (Mendoza, Argentina) / Clases particulares de Dibujo y Escultura	Si (colectiva)	No	Trabajos de herrería / Joyería / Clases particulares de escultura en metal
AV8	Centro de Creación Privado (Laboratorio Symbolon)	Semi-profesional	Arte Interactivo Gestión Cultural	Comunicación Audiovisual (México D.F., México)	Si (Colectiva)	No	VJ (Proyección de Videos en Festivales)
AV9	Centro de Creación Privado (Nauart)	Semi-profesional	Pintura Escultura Performance	Escuela Nacional de Bellas Artes (Asunción, Paraguay) / New York Institute of Photography (NY, USA)	7 Muestras individuales 8 muestras colectivas	No	Diseño de muebles / Diseño de escenografías / Venta de obra

AV10	Centro de Creación Público (La Escocesa)	Profesional	Instalaciones Fotografía Esculturas	-	4 Muestras individuales 10 Muestras colectivas	26 Apariciones en Publicaciones especializadas y generales 6 Apariciones en Catálogos de Arte 4 Premios Obras en 2 colecciones	Contrato con Galería / Venta de Obra
AV11	Centro de Creación Público (La Escocesa)	No profesional	Street Art	Autodidacta	No	No	Empleado de Adif
AV12	Centro de Creación Público (La Escocesa)	-	Instalaciones Dibujo	-	-	-	-
AV13	Centro de Creación Público (La Escocesa)	Semi-profesional	Pintura Fotografía	-	1 Muestra Individual 17 Muestras Colectivas	2 Becas de La Escocesa	-
AV14	Centro de Creación Público (La Escocesa)	Profesional	Street Art	Autodidacta Escuela Llotja (curso de mural)	Si (Individuales y colectivas)	Contratos para realizar intervenciones	Diseño (indumentaria) Cursos Venta de Obra Contrato con Galería
AV15	Centro de Creación Público (La Escocesa)	Semi-profesional	Pintura	-	19 Muestras Individuales 83 Muestras Colectivas	No	Paro / Venta de Obra
AV16	Centro de Creación Público (Hangar)	Profesional	Instalaciones	Bachiller en Artes (UB, Barcelona) Taideteollinen Korkeakoulu, KuvataideAkademian	15 Muestras Individuales 43 Muestras	4 Apariciones en Libros de artistas 12 Apariciones	Artista de Galería Artist in Àngels (Barcelona) /

				(Finlandia) Ammattikorkeakoulu (Finlandia)	Colectivas	es en Publicaciones especializadas 2 Residencias Hangar (Barcelona) PORI A-I-R (Finlandia) 1 Beca Independent Studies Program in MACBA (PEI 2005-2007) 4 Premios	Seminarios
AV17	Taller Colectivo (San Crespín)	Semi-Profesional	Instalaciones	Ingeniería Electrónica, Universidad de Buenos Aires (Buenos Aires, Argentina) Taller de Anteproyecto (Diego Bienchi), Universidad Torcuato Di Tella (Buenos Aires, Argentina) Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires, Argentina)	2 Muestras individuales 2 Muestras Colectivas	Selección Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires)	-
AV18	Taller Colectivo (San Crespín)	Semi-profesional	Instalaciones Pintura Bordado	Escuela Municipal Manuel Belgrano (Buenos Aires, Argentina) Taller Particular (Eduardo Faradje) Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires, Argentina)	3 Muestras Individuales 4 Muestras Colectivas	1 Beca YPF para residencia en el Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires) 1 Beca Fondo Nacional de las Artes	-

				Diversas Clínicas y programas		Selección Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires) Residencia de Artistas “Amor de verano” coordinada por el crítico y teórico Jorge Sepúlveda T Valparaíso	
AV19	Taller Colectivo (San Crespín)	Semi Profesional	Instalaciones Escultura	Diseño de Indumentaria ORT (Buenos Aires) Talleres particulares (Gorriarena / DERMIJIAN / González Carril / Hernán Rojo / Gerte) Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires, Argentina)	3 Muestras Individuales 4 Muestras Colectivas	3 Seleccionadas para premios Selección Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires) Programa de residencias para artistas de Pouch Cove (St. Johns, Canada).	-
AV20	Taller Colectivo (San Crespín)	Semi-Profesional	Instalación	Taller Particular (Mariana López) Clínica (Daniel Espina) Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires, Argentina)	1 Muestra Individual 3 Muestras Colectivas	1 Mención Selección Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires)	-
AV21	Taller Colectivo (San Crespín)	Semi-Profesional	Instalaciones (Telas)	Escuelas de Bellas Artes Rogelio Yrurtia (Buenos Aires, Argentina) Escuela de Bellas Artes	3 Muestras Individuales 10 Muestras Colectivas	1 Mención Beca de la Fundación Heinrich Böll/	-

				Prilidiano Pueyrredón (Buenos Aires, Argentina) Talleres y Clínicas (Mariela Scafati, Marina de Caro, Ernesto Ballesteros y Tulio de Sagastizabal) Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires, Argentina)		Puerta Abierta (Santa cruz de la Sierra-Bolivia) Selección Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires)	
AV22	Taller Colectivo (San Crespín)	No profesional	Pintura	Facultad de Bellas Artes (Rosario) Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires, Argentina)	-	Selección Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires)	-
AV23	Taller Colectivo (San Crespín)	Semi-profesional	Fotografía Audio-visual	BA Fine Art & History of Art en Goldsmiths College, University of London (Londres, UK) Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires, Argentina)	3 Muestras Individuales 6 Muestras Colectivas	Selección Programa de Artistas Di Tella (Buenos Aires) Programa de residencias para artistas de Pouch Cove (St. Johns, Canada).	-
AV24	Centro de Creación Comunitario (La Nave Espacial)	Semi-profesional	Performance Artes del Circo	Estudios de Circo en Ginebra	-	No	Teatro Nacional de Catalunya

Fuente: *Elaboración Propia*

2.4. Lista de Productores Audiovisuales según empresa, formación y experiencia

Referencia	Nombre del Emprendimiento	Tamaño del Emprendimiento	Producción principal	Formación	Experiencia Laboral previa en el rubro
PA1	Abre Palermo	Pequeño	Publicidad		
PA2	Polimart	Pequeño	Publicidad		

PA3	Kapow	Mediano	Televisión	TEA (Buenos Aires)	Endemol (Producción del programa de Antonio Gasalla)
PA4	El oso producciones	Mediano	Televisión		
PA5	Sudestada Cine	Mediano	Cine	Marketing ENERC	Trabajos freelance en radio, televisión y cine
PA6	Patagonik	Grande	Cine y Televisión		
PA7	La Maryposa	Pequeño	Estudio de Fotografía	Licenciatura en Turismo Fotografía	Departamento de marketing
PA8	Dee-Bee	Pequeño	Estudio de Fotografía		

Fuente: *Elaboración Propia*

2.5. Lista de Diseñadores según formación y experiencia

Referencia	Nombre del Emprendimiento	Antigüedad en el barrio	Tipo de creación	Formación	Experiencia Laboral previa en el rubro
D1	Papelera Palermo	Pionero	Diseño de objetos		
D2	Diana Cabezas	Pionero	Diseño de objetos y mobiliario urbano		
D3	Calma Chicha	Pionero	Diseño de objetos	Diseñadora Textil, UBA, primer camada (Buenos Aires)	No
D4	D4	Fundador	Diseño de indumentaria	Diseño de Indumentaria, UBA, Segunda camada (Buenos Aires)	Gran Empresa (Zara) Consignación
D5	Caro de Dam	Fundador	Diseño de indumentaria	Bellas Artes (Amsterdam)	No
D6	Boutique Nómade	Fundador	Diseño de indumentaria	Autodidacta	No
D7	No lineal	Advenedizo	Diseño de indumentaria		
D8	Kapush	Advenedizo	Diseño de indumentaria	Diseño Indumentaria, UADE (Buenos Aires)	Pequeña Empresa Consignación
D9	Puro	Advenedizo	Diseño de indumentaria	Autodidacta Corte y modelado de calzado	No
D10	Nike Soho	Advenedizo	Diseño de indumentaria		

D11	Chapó Lolo	Advenedizo	Diseño de objetos	Diseño gráfico, UBA (Buenos Aires) Contador Público, UBA (Buenos Aires)	Empresa (Publicidad)
D12	Lala	Advenedizo	Diseño de indumentaria	Diseño Indumentaria, UBA (Buenos Aires)	Mediana Empresa (Grisino, Leandro Dominguez) Consignación
D13	S/N	Poblenou	Diseño	Diseño Gráfico (Barcelona)	Empresa (como diseñadora)

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 3. PRINCIPALES VARIABLES Y SU OPERACIONALIZACIÓN

En el presente Anexo se exponen las principales variables de la investigación, su operacionalización. Las principales variables se definen según su dimensión de abordaje y de acuerdo a cuatro ejes: (1) Posición. (2) Interacciones. (3) Lugar. (4) Creatividad

3.1. Dimensiones, indicadores y categorías de las variables a nivel situacional

A nivel situacional las variables refieren a la posición social de los creadores en arte, diseño y el sector audiovisual, sus interacciones sociales, su relación con el lugar y los procesos de creatividad cultural atendiendo principalmente a la situación de creación y el impacto que en ella provoca el lugar, las redes cercanas y lejanas, la base organizacional y los pequeños rituales y eventos significativos.

Variables: Variable 2 (V2): Posición social de los creadores. Variable 1 (V1) Tipo, Cantidad y Frecuencia de contactos con espacios y actores sociales al interior y fuera del barrio (según si es con el sector público, artístico, empresarial o comunitario). Variable 3 (V3): Tipo de interacciones sociales focalizadas en la creación artística o el diseño. Variable 4 (V4): Tipo y grado de incidencia del lugar. Variable (5) Nivel de creatividad cultural.

Variable 2 (V2): Posición de los creadores (arte, diseño, sector audiovisual)

Dimensión 2.1.: Posición individual de cada uno de los creadores
Sub-dimensión 2.1.1.: Posición General (Estructura General)
Indicador 2.1.1.1.: Según grado de profesionalidad
Sub-dimensión 2.1.2.: Posición Específica (Micro situaciones)
Indicador 2.1.2.1.: Según grado de Capital Cultural (CC)
Indicador 2.1.2.2.: Según grado de Energía Emocional (EE)
Dimensión 2.2: Posición relacional de cada uno de los creadores dentro de las redes de creación local (frame 3):
Sub-dimensión 2.2.1.: Según espacio de atención (estructura de oportunidades)
Indicador 2.2.1.1.: Según cercanía del foco de atención principal de la redes de creadores (cerca-lejos)
Indicador 2.2.1.2.: Según tipo de participación en los principales debates de la redes de creación (oposición-concordancia)
Indicador 2.2.1.3.: Según distribución de CC y EE obtenidos
Sub-dimensión 2.2.2.: Según tipo de vínculos y trayectorias (cadenas) de cada uno de los creadores con otros creadores
Indicador 2.2.2.1.: Según tipo y frecuencia de vínculos verticales con maestros y/o referentes (conflicto-colaboración)
Indicador 2.2.2.2.: Según tipo y frecuencia de vínculos horizontales con colegas y colaboradores (conflicto-colaboración)

<p>Sub-dimensión 2.2.3.: Según tipo de vínculo de cada uno de los creadores artísticos con su Base Organizacional (Subsidios, mercado, comunidad)</p> <p>Indicador 2.2.3.1.: Según tipo de vínculo con el centro de pertenencia</p> <p>Indicador 2.2.3.2.: Según tipo y frecuencia de vínculo con el ayuntamiento u otra instancia gubernamental (vía centro o subsidio)</p> <p>Indicador 2.2.3.3.: Según tipo y frecuencia de vínculo con la comunidad local (vía centro o apoyo)</p> <p>Indicador 2.2.3.4.: Según tipo y frecuencia de vínculo con el mercado (vía exposición en galerías o trabajos profesionales)</p> <p>Dimensión 2.3: Tipo de participación en rituales sociales que tengan por foco la creación</p> <p>Sub-Dimensión 2.3.1.: Según estructura del ritual (inputs)</p> <p>Indicador 2.3.1.1.: Según tema tratado</p> <p>Indicador 2.3.1.2.: Según participantes</p> <p>Indicador 2.3.1.3.: Según lugar ocupado</p> <p>Sub-Dimensión 2.3.2.: Según efectos del ritual (outputs)</p> <p>Indicador 2.3.2.1.: Según símbolos creados</p> <p>Indicador 2.3.2.2.: Según pautas morales y solidaridad generadas</p> <p>Indicador 2.3.2.3.: Según EE y CC obtenidos</p> <p>Sub-Dimensión 2.3.3.: Según marco del ritual (frame)</p> <p>Indicador 2.3.3.1.: Según contexto formal</p> <p>Indicador 2.3.3.2.: Según lugar</p> <p>Indicador 2.3.3.3.: según frecuencia</p>

Variable 1 (V1): Tipo de interacciones sociales de los creadores

<p>Dimensión 1.1: Tipo de vínculo de cada uno de los creadores dentro de las redes de interacciones sociales del barrio (y otros lugares).</p> <p>Indicador 1.1.1.: Según tipo y frecuencia de vínculos con empresas/emprendimientos del barrio (frame 1) no directamente relacionadas con el ámbito creativo</p> <p>Indicador 1.1.2.: Según tipo y frecuencia de vínculos con la comunidad local (frame 2) no directamente relacionadas con el ámbito creativo</p> <p>Dimensión 1.2: Posición relacional de cada uno de los creadores dentro de redes sociales según foco de atención del frame 1 y frame 2:</p> <p>Sub-Dimensión 1.2.1.: Posición de relacional de cada uno de los creadores en relación al foco de atención generado empresas / emprendimientos creativos (frame 1)</p> <p>Indicador 1.2.1.1.: Según cercanía del foco de atención principal de la redes de empresas / emprendimientos creativos (cerca-lejos)</p> <p>Indicador 1.2.1.2.: Según tipo de participación con empresas/emprendimientos creativos (oposición-concordancia)</p> <p>Indicador 1.2.1.3.: Según distribución de CC y EE obtenidos</p> <p>Sub-Dimensión 1.2.2.: Posición de relacional de cada uno de los creadores en relación al foco de atención generado por la comunidad local (frame 2)</p> <p>Indicador 1.2.2.1.: Según cercanía del foco de atención principal de la comunidad local (cerca-lejos)</p> <p>Indicador 1.2.2.2.: Según tipo de participación en los principales debates de la comunidad local (oposición-concordancia)</p> <p>Indicador 1.2.2.3.: Según distribución de CC y EE obtenidos</p> <p>Dimensión 3: Tipo de participación en rituales de interacción celebrados en el barrio que tengan un foco de atención diferente a la creación.</p> <p>Sub-Dimensión 1.3.1.: Según estructura del ritual (inputs)</p> <p>Indicador 1.3.1.1.: Según participantes</p> <p>Indicador 1.3.1.2.: Según tema tratado</p> <p>Indicador 1.3.1.3.: Según lugar ocupado</p> <p>Sub-Dimensión 1.3.2.: Según efectos del ritual (outputs)</p> <p>Indicador 1.3.2.1.: Según símbolos creados</p> <p>Indicador 1.3.2.2.: Según pautas morales y solidaridad generadas</p>
--

Indicador 1.3.2.3.: Según EE y CC obtenidos
 Sub-Dimensión 1.3.3.: Según marco del ritual (frame)
 Indicador 1.3.3.1.: Según contexto formal
 Indicador 1.3.3.2.: Según lugar
 Indicador 1.3.3.3.: según frecuencia

Variable 3 (V3): Tipo y grado de incidencia del lugar.

Dimensión 3.1.: Según tipo y grado de influencia de las redes materiales del barrio en los creadores
 Sub-Dimensión 3.1.1.: Según escala barrial (macro)
 Indicador 3.1.1.1.: Tipo y Grado de influencia según infraestructura y servicios del barrio
 Indicador 3.1.1.2.: Tipo y Grado de influencia según renta
 Sub-Dimensión 3.1.2.: Según escala situacional (micro)
 Indicador 3.1.2.: Tipo y Grado de influencia según infraestructura y servicios del espacio de trabajo
 Dimensión 3.2.: Según tipo y grado de incidencia de las redes simbólicas del barrio sobre los creadores artísticos.
 Sub-Dimensión 3.2.1.: Según escala barrial (macro)
 Indicador 3.2.1.1.: Prestigio del barrio
 Indicador 3.2.1.2.: Clima artístico del barrio
 Sub-Dimensión 3.2.2.: Según escala situacional (micro)
 Indicador 3.2.2.1.: Prestigio del centro
 Indicador 3.2.2.2.: Clima artístico del centro
 Dimensión 3.3.: Según tipo y grado de incidencia de las regulaciones (marco jurídico) del barrio sobre los creadores.
 Sub-Dimensión 3.3.1.: Según escala barrial (macro)
 Sub-Dimensión 3.3.2.: Según escala situacional (micro)
 Dimensión 3.4.: Según tipo y grado incidencia de los creadores artísticos en las redes materiales del barrio
 Sub-Dimensión 3.4.1.: Según escala barrial (macro)
 Indicador 3.4.1.1.: Grado de influencia sobre infraestructura y servicios del barrio
 Indicador 3.4.1.2.: Grado influencia sobre la renta
 Sub-Dimensión 3.4.2.: Según escala situacional (micro)
 Indicador 3.4.2.1.: Grado de influencia sobre la infraestructura y servicios del centro
 Dimensión 3.5.: Según tipo y grado de incidencia de los creadores artísticos en las redes simbólicas del Poblenou
 Sub-Dimensión 3.5.1.: Según escala barrial (macro)
 Indicador 3.5.1.1.: Prestigio del barrio
 Indicador 3.5.1.2.: Clima artístico del barrio
 Sub-Dimensión 3.5.2.: Según escala situacional (micro)
 Indicador 3.5.2.1.: Prestigio del centro
 Indicador 3.5.2.2.: Clima artístico del centro
 Dimensión 3.6.: Según tipo y grado de incidencia de los creadores artísticos en las regulaciones (marco jurídico) del barrio
 Sub-Dimensión 3.6.1.: Según escala barrial (macro)
 Sub-Dimensión 3.6.2.: Según escala situacional (micro)

Variable 4 (V4): Nivel de creatividad cultural del barrio

Dimensión 4.1.: Según tipo y grado de innovación artística
 Dimensión 4.2.: Según tipo de reconocimiento y/o legitimidad dentro de las redes de creación

3.2. Dimensiones, indicadores y categorías de las variables a nivel organizacional

A nivel organizacional las variables refieren al tipo y modo de organización de centros de creación, grupos de artistas, emprendimientos y empresas vinculadas al diseño y al sector audiovisual, sus relaciones e interacciones sociales, su relación con el lugar (a escala meso), su participación en procesos de creatividad cultural atendiendo principalmente al impacto que en ella provocan las redes de relaciones cercanas y lejanas, la base organizacional y la participación u organización de eventos significativos.

Variables: Variable 1 (V1): Tipo y Tamaño de las empresas. Variable 2 (V2) Tipo, Cantidad y Frecuencia de contactos con otros espacios y actores sociales al interior y fuera del barrio. Variable 3 (V3): Creatividad e innovación cultural (según tipo e intensidad de los eventos en los que participa). Variable 4 (V4): Tipo y grado de incidencia del lugar. Variable (V5) Nivel de creatividad cultural.

V1: Tipo y Tamaño de las empresas:

Dimensión 1: Datos Generales
 Nombre / Dirección Postal / Año de creación / Año de instalación en 22@
 Dimensión 2: Sector económico
 Indicador 1: Según sector
 Indicador 2: Según tipo de actividad (IAE)
 Dimensión 3: Tamaño de las empresas
 Indicador 1: Según Superficie (en metros cuadrados)
 Indicador 2: Según Origen de capital (según país de procedencia)
 Indicador 3: Según cantidad de empresas
 Indicador 3: Según Cantidad de empleados

V2: Tipo, Cantidad y Frecuencia de contactos

Dimensión 1: Dependencia / Prestación de servicios (vínculos burocráticos)
 Indicador 1: Vínculos con administraciones
 Indicador 2: Vínculos con empresas
 Indicador 3: Vínculos con la comunidad local / asociaciones vecinales
 Dimensión 2: Competencia / Utilización de Recursos (vínculos asociativos)
 Indicador 1: Vínculos con administraciones
 Indicador 2: Vínculos con empresas
 Indicador 3: Vínculo con la comunidad local / asociaciones vecinales
 Dimensión 3: Conflicto / Colaboración (vínculos comunitarios)
 Indicador 1: Vínculo con administraciones
 Indicador 2: Vínculos con empresas
 Indicador 3: Vínculo con la comunidad local / asociaciones vecinales

V3: Tipo e intensidad de los eventos en los que participa

Dimensión 1: Según estructura del ritual (inputs)
 Indicador 1: Según participantes
 Indicador 2: Según tema tratado
 Indicador 3: Según lugar ocupado
 Dimensión 2: Según efectos del ritual (outputs)

<p>Indicador 1: Según símbolos creados Indicador 2: Según pautas morales y solidaridad generadas Indicador 3: Según EE y CC obtenidos Dimensión 3.: Según marco del ritual (frame) Indicador 1: Según contexto formal Indicador 2: Según lugar Indicador 3: Según frecuencia</p>
--

V4: Tipo y grado de incidencia del lugar

<p>Dimensión 1: Según tipo y grado de influencia de las redes materiales del barrio Indicador 1: Tipo y Grado de influencia según infraestructura y servicios Indicador 2.: Tipo y Grado de influencia según costes del suelo y renta Dimensión 2: Según tipo y grado de incidencia de las redes simbólicas del barrio Indicador 1: Prestigio del barrio Indicador 2: Clima empresarial del barrio Dimensión 3: Según tipo y grado de incidencia de las regulaciones (marco jurídico) del Poblenu</p>

V5: Creatividad e innovación cultural

<p>Dimensión 1: Según nivel de estudios alcanzados por los empleados Dimensión 2: Según tipo de bienes y servicios producidos</p>
--

ANEXO 4. GUIONES DE ENTREVISTAS SEGÚN BARRIO Y SECTOR

A continuación se detallan una muestra de los modelos de guiones de entrevistas utilizados de acuerdo a los barrios analizados (Poblenou y Palermo) y las dimensiones de abordaje (situacional, organizacional y urbana).

4.1. *Guión de entrevistas Poblenou*

4.1.a. Guión general de entrevista para los creadores del Poblenou

<p>GENERAL</p> <p>(1) Datos personales ¿Dónde naciste? ¿Cuántos años tenés? ¿Dónde vivís actualmente? ¿Qué estudiaste? ¿Dónde estudiaste? ¿Trabajás actualmente? ¿A qué te dedicás? ¿Con ese dinero te alcanza para vivir? ¿Tus padres a qué se dedican/dedicaban?</p> <p>(2) ¿Me podrías contar brevemente tu trayectoria como artista antes de venir al Poblenou? ¿Y después de haber llegado? Explorar sus relaciones profesionales antes y después de su llegada al barrio.</p> <p>(3) ¿Cómo llegaste al Poblenou? ¿y a este colectivo? ¿Por qué lo elegiste? ¿Quién te dijo de venir? ¿Qué tipo de relaciones eran? ¿Qué te aportó en tu obra el haber venido?</p> <p>VÍNCULOS CON ARTISTAS</p> <p>(4) ¿Por qué decidiste venir a trabajar a esta asociación/colectivo? ¿Cómo fue que entraste aquí? [Preguntar por criterios de selección]</p> <p>(5) ¿Cómo es tu relación con los artistas de la asociación? ¿Y con otros? [Preguntar por cada persona] ¿Con qué frecuencia tratás con ellas? [Preguntar por cada persona] ¿Cómo calificarías a estas relaciones (conflictivas, colaborativas, de dependencia, etc.)? (tener en cuenta también los procesos de valorización) [Preguntar por el colectivo de pertenencia] ¿Qué valores te guían dentro de la organización? ¿Compartís los valores de la organización? ¿Y los valores de tus compañeros?</p> <p>(6) ¿Cuándo te entraste al colectivo, tuviste que seguir algún tipo de norma? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Estabas de acuerdo con ellas? ¿Por qué?</p> <p>(7) ¿Te sentís parte del colectivo? ¿Por qué?</p> <p>(8) Además de trabajar en tu obra. ¿Qué otras cosas hacés dentro del colectivo/asociación?</p> <p>(9) Para vos, ¿qué está bien visto y que está mal visto dentro del colectivo/taller de arte en el que participas?</p> <p>MECANISMOS SOCIALES (RITUALES)</p>
--

(10) ¿Cómo artista, tuviste/tenés encuentros que te hayan resultado/resulten significativos? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuáles? [Tener en cuenta si es con colegas artistas, en galerías o eventos, al estilo de vernisage].

¿Quiénes participan?

(11) ¿Cómo definirías tu participación en estos encuentros?

¿Qué rol asumís en ese tipo de encuentros? ¿Y las otras personas? [Si no lo dice preguntar] ¿Existen jerarquías al interior del grupo? ¿Cómo se hacen notar? ¿Existen disputas? [Si la respuesta es afirmativa] ¿De qué tipo?

¿Por lo general estas reuniones son sobre algo en particular? [Si es afirmativa] ¿Sobre qué?

(12) ¿Este tipo de reuniones suelen ser muy intensas? ¿Por qué?

(13) ¿Con que periodicidad ocurren?

¿Cómo definirías a ese tipo de reuniones [tener en cuenta el grado de formalización]?

(14) ¿En qué lugar suelen ocurrir estas reuniones?

¿Es importante que ocurran allí o puede ser en cualquier lugar? ¿Por qué?

(15) ¿Crees que este tipo de encuentros afectaron/afectan tu trabajo como artista? ¿Por qué?

[Si no es el grupo de pares con quien comparte el espacio preguntar:] ¿Quiénes son las personas que más influenciaron en tu trabajo como artista? ¿En qué medida lo hicieron? [Repreguntar]

¿Crees que tus compañeros del colectivo/taller han influenciado en tu trabajo como artista? ¿De qué manera lo han hecho?

(16) ¿Sentís que la participación en ese tipo de encuentros ha valorado más tu obra? ¿Por qué? ¿Y el trabajar en el Poblenou?

¿Te sentís un artista reconocido en el ámbito internacional? ¿Y en el ámbito local? ¿Por qué?

¿Qué tipo de valor le atribuís a tu trabajo como artista? ¿Y qué valores crees que les dan tus compañeros/amigos artistas? ¿Y las instituciones culturales? ¿Y el mercado del arte?

(17) ¿Qué ha cambiado en tu obra desde que participas en ese tipo de encuentros? ¿Por qué?

SOLIDARIDAD

(18) ¿Qué tipo de sentimientos te despiertan este tipo de encuentros?

[Sólo si no salió antes] Este tipo de sentimiento es el mismo o difiere de cuando participas de algún evento o institución cultural promovido por el Ayuntamiento/Generlaitat? [Si la respuesta es afirmativa] ¿De qué manera? [Si expone frecuentemente] ¿Y cuándo exponés en alguna galería? ¿Por qué?

(19) ¿Te sentís un artista del Poblenou? ¿Por qué?

[Luego preguntar si amerita el caso] ¿Te sentís un artista de Barcelona? ¿Por qué? [Si todas las respuestas fueron negativas, preguntar] ¿Cómo artista, te sentís que perteneces a algún otro lugar? ¿Por qué?

(20) Si tuvieras que elegir una palabra, objeto, imagen o cualquier otra cosa que defina esos encuentros ¿cuál sería?

[Sólo si no salió antes] ¿Cómo definirías tu vínculo con el mercado del arte? ¿Y con el Ayuntamiento/Generalitat?

VÍNCULOS CON INSTITUCIONES / EVENTOS CULTURALES (BUROCRACIA)

(21) Desde que estás en el Poblenou ¿Participás/participaste de algún evento o actividad cultural organizada por el ayuntamiento?

[Si la respuesta es afirmativa] ¿En cuáles? ¿Por qué participaste? [Para cada una de las nombradas] ¿Qué tipo de participación tenés/tuviste?

(22) ¿Esta participación hizo que tu trabajo se cotice/cotizara mejor? ¿Por qué?

(23) ¿Con que persona o personas de la administración te relacionás/relacionaste cuando participas/participaste? ¿Cómo es/fue tu relación con ellos?

[Preguntar por cada persona] ¿Qué tipo de vínculos te unen a ellos?

[Preguntar por cada persona] ¿Con que frecuencia tratás/trataste con ellas?

[Preguntar por cada persona] ¿Cómo calificarías a estas relaciones (conflictivas, colaborativas, de dependencia, etc.)? ¿Por qué? (tener en cuenta también los procesos de valorización)

(24) ¿Cómo te sentís/sentiste cuando participas/participas en este tipo de eventos?

¿Qué valores guían/guiaban dentro de esas instituciones y/o eventos? ¿Compartís sus valores? ¿Y los valores de tus compañeros? ¿Por qué?

[Para cada una de las instituciones y/o eventos nombrados] ¿Cuándo participaste de estos eventos / instituciones, tuviste que seguir algún tipo de norma? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Estabas de acuerdo con ellas? ¿Por qué? ¿Crees que estas normas afectan/afectaron el reconocimiento / puesta en valor de tu trabajo?

(25) ¿Qué es lo que más te motiva/motivó a participar? ¿Por qué?

[Para cada una de las instituciones y/o eventos nombrados] ¿Por qué lo hiciste? ¿Qué buscabas al participar?

[Para cada una de las instituciones y/o eventos nombrados] ¿Te sentís/sentías parte del evento/institución? ¿Por qué?

[Para cada una de las instituciones y/o eventos nombrados] ¿Qué posición ocupabas / ocupaste durante el evento / en la institución?

VÍNCULOS CON EL MERCADO DEL ARTE / EMPRESAS CULTURALES (ASOCIACIÓN)

(26) Desde que estás en el Poblenuu ¿Participás/participaste de alguna exposición? ¿Y colaboraste como artista con alguna empresa de la zona? (distinguir ente dentro y fuera del barrio)

[Si la respuesta es afirmativa] ¿Con cuáles? ¿Por qué? [Para cada una de las nombradas] ¿Qué tipo de participación tenés/tuviste? ¿Con que personas te relacionás/relacionaste?

(27) ¿Esta participación hizo que tu trabajo se cotice/cotizara mejor? ¿Por qué?

(28) ¿Con que persona o personas te relacionás/relacionaste cuando participas/participaste en este tipo de eventos o empresas? ¿Cómo es/fue tu relación con ellos?

[Preguntar por cada persona] ¿Qué tipo de vínculos te unen a ellos?

[Preguntar por cada persona] ¿Con que frecuencia tratás/trataste con ellas?

[Preguntar por cada persona] ¿Cómo calificarías a estas relaciones (conflictivas, colaborativas, de dependencia, etc.)? (tener en cuenta también los procesos de valorización)

(29) ¿Cómo te sentís/sentiste cuando participas/participas en este tipo de eventos?

¿Qué valores guían/guiaban dentro de las galerías/exposiciones o empresas culturales? ¿Compartís sus valores? ¿Y los valores de tus compañeros? ¿Por qué?

[Preguntar por cada galería o empresa] ¿Cuándo participaste de exposiciones o empresas culturales, tuviste que seguir algún tipo de norma? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Estabas de acuerdo con ellas? ¿Por qué? ¿Crees que estas normas afectan/afectaron el reconocimiento / puesta en valor de tu trabajo?

(30) ¿Qué es lo que más te motiva/motivó a participar? ¿Por qué?

[Preguntar por cada galería o empresa] ¿Por qué lo hiciste? ¿Qué buscabas al participar? (tener en cuenta estrategias de valorización)

[Preguntar por cada galería o empresa] ¿Te sentís/sentías parte de la galería y/o empresa cultural? ¿Por qué?

[Preguntar por cada galería o empresa] ¿Qué posición ocupabas / ocupaste durante la exposición / al interior de la empresa?

VÍNCULO CON LA COMUNIDAD LOCAL (COMUNIDAD)

(31) Desde que estás en el Poblenuu ¿Participás/participaste de algún evento o actividad organizada por los vecinos o algún tipo de asociación del barrio?

[Si la respuesta es afirmativa] ¿En cuáles? ¿Por qué? [Para cada una de las nombradas] ¿Qué tipo de participación tenés/tuviste?

(32) ¿Esta participación hizo que tu trabajo se cotice/cotizara mejor? ¿Por qué?

(33) ¿Con que persona o personas del barrio te relacionás/relacionaste cuando participas/participaste? ¿Cómo es/fue tu relación con ellos?

[Preguntar por cada persona/asociación] ¿Qué tipo de vínculos te unen a ellos?

[Preguntar por cada persona/asociación] ¿Con que frecuencia tratás/trataste con ellas?

[Preguntar por cada persona/asociación] ¿Cómo calificarías a estas relaciones (conflictivas, colaborativas, de dependencia, etc.)? (tener en cuenta también los procesos de valorización)

- (34) ¿Cómo te sentís/sentiste cuando participas/participas en este tipo de eventos?
¿Qué valores guían/guaban dentro de esos espacios? ¿Compartís sus valores? ¿Y los valores de tus compañeros? ¿Por qué?
[Preguntar por cada persona/asociación] ¿Cuándo te relacionabas con las asociaciones vecinales, tuviste que seguir algún tipo de norma? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Estabas de acuerdo con ellas? ¿Por qué?
- (35) ¿Qué es lo que más te motiva/motivó a participar? ¿Por qué?
[Preguntar por cada persona/asociación] ¿Por qué lo hiciste? ¿Qué buscabas al participar? (tener en cuenta estrategias de valorización)
[Preguntar por cada persona/asociación] ¿Te sentís/sentías parte del barrio? ¿Por qué?
[Preguntar por cada persona/asociación] ¿Qué es lo que hacés/hiciste por el barrio/asociación de vecinos?

RELACIÓN CON EL BARRIO

- (36) ¿Qué tiene de bueno trabajar en Poblenuu? ¿Y en este taller/colectivo?
¿Tenés intenciones de quedarte en el futuro?
- (37) ¿El barrio tiene recursos interesantes para el trabajo artístico? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuáles? ¿Y el taller/colectivo?
- (38) ¿Da prestigio trabajar en el Poblenuu? ¿Por qué? ¿Y en el taller/colectivo?
Dirías que en Poblenuu hay un “ambiente artístico” ¿Por qué?
- (39) ¿Crees que tu presencia en el Poblenuu cambió en algo al barrio? ¿Por qué?
- (40) ¿Hay “algo” del Poblenuu en tu obra?
[Si hay algo] ¿Qué? En tanto que artista, ¿qué ha cambiado en tu vida desde que estás trabajando en el Poblenuu? ¿Por qué?
- (41) ¿Te encontraste con algún tipo de regulación o pauta cuando viniste a trabajar al Poblenuu? ¿Cuáles? ¿Y con este espacio? ¿Cuáles? ¿Y en este taller/colectivo?
[Si las respuestas son afirmativas]
- (42) ¿Qué te parecen estas regulaciones o pautas?
¿Pudieron cambiar en algo estas leyes / regulaciones? [Si la respuesta es afirmativa] ¿De qué manera?

4.1.b. Guión general de entrevista para centros de creación del Poblenuu

ESTRUCTURA (INTERNO)

- (1) ¿Podría contarme brevemente la historia del colectivo? [año de creación, génesis, cambios, etc.]
- (2) Actualmente ¿Qué cantidad de artistas pertenecen al colectivo? ¿Y antes? [Si hay un cambio en el número] ¿A qué atribuye el este cambio en el número?
- (3) Actualmente ¿Cómo definiría a este colectivo? ¿Qué hacen la mayoría de los integrantes (si es necesario preguntar en detalle)? ¿Y antes?
[Si hay un cambio en actividad] ¿A qué atribuye este cambio de actividad?
- (4) Actualmente ¿Podría decirme de qué manera se organiza el colectivo?
[Si no sale en la respuesta] ¿Cuáles son los mecanismos de financiación del colectivo? ¿Cuáles son los criterios de selección de los integrantes? ¿Qué funciones cumplen cada uno de los integrantes? ¿Existe algún tipo de jerarquía? ¿Y antes? [Si hay un cambio en la organización] ¿A qué atribuye este cambio en la organización?

I. VÍNCULOS DENTRO DEL BARRIO (EXTERNO)

Vínculo con instituciones culturales

- (5) Actualmente el colectivo ¿Tiene algún tipo de relación con el ayuntamiento, Generalitat, instituciones culturales, planes o eventos públicos? [Si la respuesta es afirmativa, preguntar para cada uno] ¿De qué tipo?

¿Quiénes son las personas del colectivo que están más en contacto con...? ¿Por qué? Para usted ¿el tipo de relación con... varía respecto al tipo relaciones internas del colectivo? ¿Por qué?
 [Preguntar para cada caso]¿Con qué frecuencia el colectivo está en contacto con...? ¿Este contacto es permanente o esporádico? ¿Es por proyecto o continuo? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?

(6) [Preguntar para cada caso] ¿Cómo definiría este tipo de vínculo?
 ¿Por qué? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?
 [Preguntar para cada caso] ¿Qué valores guían/guieron la relación con...? ¿El colectivo comparte esos valores? ¿Por qué? [Si existe algún tipo de discrepancia] ¿Cómo se llegó a un acuerdo?
 [Pregunta para cada caso] En la relación del colectivo con... ¿Hubo que seguir algún tipo de norma explícita? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Se estaba de acuerdo con ella? ¿Por qué?

(7) [Pregunta para cada caso] ¿Qué es lo que motivó al colectivo a establecer este tipo de relaciones? ¿Hubo algún tipo de resistencia interna? ¿Por qué?
 [Pregunta para cada caso] ¿La relación con... tiene/tuvo que ver con una estrategia concreta por parte del colectivo? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Por qué?

Vínculo con galerías y empresas culturales

(8) Actualmente el colectivo ¿Tiene algún tipo de relación con centros de exposición (galerías) y empresas culturales del barrio? [Si la respuesta es afirmativa, preguntar para cada uno] ¿De qué tipo? ¿Y de fuera?

¿Quiénes son las personas del colectivo que están más en contacto con...? ¿Por qué? Para usted ¿el tipo de relación con... varía respecto al tipo relaciones internas del colectivo? ¿Por qué?
 [Preguntar para cada caso]¿Con qué frecuencia el colectivo está en contacto con...? ¿Este contacto es permanente o esporádico? ¿Es por proyecto o continuo? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?

(9) [Preguntar para cada caso] ¿Cómo definiría este tipo de vínculo?
 ¿Por qué? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?
 [Preguntar para cada caso] ¿Qué valores guían/guieron la relación con...? ¿El colectivo comparte esos valores? ¿Por qué? [Si existe algún tipo de discrepancia] ¿Cómo se llegó a un acuerdo?
 [Pregunta para cada caso] En la relación del colectivo con... ¿Hubo que seguir algún tipo de norma explícita? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Se estaba de acuerdo con ella? ¿Por qué?

(10) [Pregunta para cada caso] ¿Qué es lo que motivó al colectivo a establecer este tipo de relaciones? ¿Hubo algún tipo de resistencia interna? ¿Por qué?
 [Pregunta para cada caso] ¿La relación con... tiene/tuvo que ver con una estrategia concreta por parte del colectivo? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Por qué?

Vínculo con los vecinos de barrio

(11) Actualmente el colectivo ¿Tiene algún tipo de relación con los vecinos o algún tipo de asociación barrial del Poblenu? [Si la respuesta es afirmativa, preguntar para cada uno] ¿De qué tipo?

¿Quiénes son las personas del colectivo que están más en contacto con...? ¿Por qué? Para usted ¿el tipo de relación con... varía respecto al tipo relaciones internas del colectivo? ¿Por qué?
 [Preguntar para cada caso]¿Con qué frecuencia el colectivo está en contacto con...? ¿Este contacto es permanente o esporádico? ¿Es por proyecto o continuo? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?

(12) [Preguntar para cada caso] ¿Cómo definiría este tipo de vínculo?
 ¿Por qué? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?
 [Preguntar para cada caso] ¿Qué valores guían/guieron la relación con...? ¿El colectivo comparte esos valores? ¿Por qué? [Si existe algún tipo de discrepancia] ¿Cómo se llegó a un acuerdo?
 [Pregunta para cada caso] En la relación del colectivo con... ¿Hubo que seguir algún tipo de norma explícita? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Se estaba de acuerdo con ella? ¿Por qué?

(13) [Pregunta para cada caso] ¿Qué es lo que motivó al colectivo a establecer este tipo de relaciones? ¿Hubo algún tipo de resistencia interna? ¿Por qué?

[Pregunta para cada caso] ¿La relación con... tiene/tuvo que ver con una estrategia concreta por parte del colectivo? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Por qué?

Vínculo con otros colectivos de artistas

(14) Actualmente el colectivo ¿Tiene algún tipo de relación con otros artistas o colectivos de artistas del Poblenu? [Si la respuesta es afirmativa, preguntar para cada uno] ¿De qué tipo? ¿Quiénes son las personas del colectivo que están más en contacto con...? ¿Por qué? Para usted ¿el tipo de relación con... varía respecto al tipo relaciones internas del colectivo? ¿Por qué?

[Preguntar para cada caso]¿Con qué frecuencia el colectivo está en contacto con...? ¿Este contacto es permanente o esporádico? ¿Es por proyecto o continuo? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?

(15) [Preguntar para cada caso] ¿Cómo definiría este tipo de vínculo? ¿Por qué? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?

[Preguntar para cada caso] ¿Qué valores guían/guieron la relación con...? ¿El colectivo comparte esos valores? ¿Por qué? [Si existe algún tipo de discrepancia] ¿Cómo se llegó a un acuerdo?

[Pregunta para cada caso] En la relación del colectivo con... ¿Hubo que seguir algún tipo de norma explícita? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Se estaba de acuerdo con ella? ¿Por qué?

(16) [Pregunta para cada caso] ¿Qué es lo que motivó al colectivo a establecer este tipo de relaciones? ¿Hubo algún tipo de resistencia interna? ¿Por qué?

[Pregunta para cada caso] ¿La relación con... tiene/tuvo que ver con una estrategia concreta por parte del colectivo? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Por qué?

II. PROCESOS DE CREACIÓN DE VALOR CULTURAL [Incidencia del colectivo]

(17) ¿Cuál es el evento más significativo en el que ha participado el colectivo? ¿Por qué?

(18) ¿Cómo definirías la participación del colectivo en este tipo de encuentros?

(19) ¿Este tipo de reuniones suelen ser muy intensas? ¿Por qué?

(20) ¿Qué ha cambiado en el colectivo desde que participa en ese tipo de encuentros? ¿Por qué?

(21) ¿En qué lugar suelen ocurrir estos eventos?

(22) ¿La participación en ese tipo de encuentros ha posicionado mejor al colectivo? ¿Por qué?

(23) ¿Cómo definiría el nivel artístico de los miembros del colectivo?

(24) ¿Existe algún criterio o mecanismo de selección? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuáles?

(25) ¿Trabajan aquí artistas consagrados?

(26) ¿Usted cree que el colectivo ha mejorado la valorización de los trabajos individuales de cada uno de los artistas? ¿Por qué?

¿De qué manera lo ha hecho? [Si no sale en la respuesta] Para hacerlo ¿tuvo que recurrir a otros colectivos, el ayuntamiento, el mercado del arte, los vecinos, etc.? [Si es negativa] ¿Qué crees que se puede hacer para cambiar esta situación? ¿Por qué?

(27) ¿Cómo promocionan la producción de los artistas del colectivo? ¿Considera que es un método eficaz? ¿Por qué?

(28) ¿Existe una relación entre la producción de los artistas y el prestigio del colectivo? [Si es afirmativa] ¿En qué medida? ¿Por qué?

(29) ¿Existe alguna relación entre el barrio y la puesta en valor de la producción del colectivo? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál?

III. SOLIDARIDADES

(30) ¿Usted cree que los artistas que trabajan en el taller sienten que pertenecen a un mismo colectivo? ¿Por qué?

¿Existe disenso entre los miembros del colectivo? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cómo se manifiesta? ¿Esta situación modifica la puesta en valor de lo producido?

(31) ¿Qué define la unidad del colectivo?

¿Cuál es su límite? ¿Qué elementos, cosas, objetos, imágenes, conceptos, etc. definen la identidad del grupo?

- (32) ¿Cómo definiría la relación entre los artistas del colectivo?
[Si define un solo tipo] Además de la mencionada, ¿Existe otro tipo de relaciones entre los miembros del colectivo? ¿Cuáles?
¿Qué está bien visto y qué está mal visto dentro del colectivo? ¿Por qué?
- (33) Si tuvieras que elegir una palabra, objeto o imagen que defina al colectivo ¿Cuál sería? ¿Por qué?
¿Qué simboliza el colectivo? ¿Hay algo del colectivo en otras asociaciones o espacios?
- (34) ¿Cuál es la meta del colectivo? ¿Qué se propone?
¿Crees que todos tengan la misma meta? ¿Por qué?

IV. PROCESOS DE CREACIÓN DE VALOR CULTURAL [Incidencia del lugar]

- (35) ¿Qué tipo de recursos brinda el barrio para instalar un taller de arte como esté aquí?
- (36) ¿Da alguna especie de prestigio trabajar en el Poblenou? ¿Por qué?
- (37) Diría que en el Poblenou hay un “ambiente artístico” ¿Por qué?
- (38) Para usted la venida del colectivo a este lugar ¿ha modificado la vida del barrio? [Si la respuesta es afirmativa] ¿De qué manera?
- (39) ¿Cambió en algo las dinámicas de trabajo de los artistas el venir a trabajar al Poblenou? ¿Por qué? ¿Lo producido se ha cotizado mejor?
- (40) ¿Qué tiene el colectivo del Poblenou como barrio? ¿Por qué?
- (41) ¿Existe algún tipo de ley o regulación explícita del barrio que afecte la vida del colectivo? [Si es afirmativa] ¿Cuál? ¿De qué manera ha afectado la dinámica del colectivo?
¿Cómo se adaptaron ha estas leyes/regulaciones?
¿Pudieron cambiar en algo estas leyes / regulaciones? [Si la respuesta es afirmativa] ¿De qué manera?

4.1.c. Guión de entrevista para expertos, promotores y desarrolladores del Plan 22@

EL PLAN 22@, ASPECTOS GENERALES

- En pocas palabras, ¿Qué es el Plan 22@?
¿Cuál fue el principal objetivo del Plan 22@? ¿Hubo otros objetivos secundarios?
¿Cómo fue la relación entre el sector público, el privado y el tercer sector en la creación, puesta en marcha y desarrollo del Plan 22@?
A más de diez años de la creación del Plan y del desarrollo del Distrito 22@
¿Se pueden distinguir distintas etapas en su realización? ¿Qué las distingue?
¿Hubo cambios de objetivos?
¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles?
¿Ha logrado las metas propuestas? ¿Por qué?
Se puede decir que el plan 22@ ¿ha sido un éxito o fracaso?
¿Qué es la Sociedad Municipal 22@Barcelona?
¿Cuáles eran sus objetivos?, ¿sus funciones?, ¿sus principales proyectos? [Preguntar por el Proyecto Distrito Digital] ¿Sigue funcionando en la actualidad? ¿Por qué?
¿Qué es Barcelona Activa?
¿Cuáles eran sus objetivos?, ¿sus funciones?, ¿sus principales proyectos?
¿Qué es el 22@Network?

EL PAPEL DE LA AGLOMERACIÓN EN EL 22@

- ¿Cuál ha sido el papel de la aglomeración o clusterización en el Plan y desarrollo del 22@?
[Acceso a proveedores especializados, Acceso a una mano de obra cualificada, Transferencia de conocimiento entre empresas]
¿Cómo funciona la relación entre empresas, instituciones, universidades incubadoras y espacios de exhibición en los diferentes clúster del 22@? ¿Existen diferencias según tipo de clúster?
¿Ha resultado exitosa la clusterización en materia de innovación? ¿Por qué?

EL PAPEL DE LA CULTURA EN EL 22@

¿Qué papel juega el sector cultural en el 22@?

¿Qué tipo de clúster del 22@ calificaría como cultural?

¿Usted diría que el 22@ es un distrito de empresas del conocimiento o creativas?

Según la clasificación de empresas culturales elaboradas en el informe sobre la actividad económica del distrito 22@ [sectores culturales no industriales, sectores culturales industriales y sector creativo]

¿Cuál es el sector más importante y con más peso en el distrito? ¿Cuál es el que tiene más proyección? ¿Cuáles fueron planeados y cuáles no? ¿Cómo definiría el tipo de vínculo entre cada uno de los sectores entre sí y al interior de cada una de las empresas?

EL 22@ Y EL BARRIO DEL POBLENOU

¿Cómo definiría la relación del Plan 22@ con la comunidad de vecinos del barrio del Poblenou?

¿Y con la comunidad de artistas? ¿Por qué?

¿Existe algún vínculo entre las empresas del 22@ y la comunidad de vecinos? Si la respuesta es afirmativa, ¿bajo qué formas se ha articulado esta vinculación? ¿Y con la comunidad de artistas?

¿Hubo acciones concretas para un posible acercamiento?

CLÚSTER Y EMPRESAS DEL 22@

¿Qué tipo de empresas hay según: Antigüedad, tamaño, número y formación de empleados, sector, procedencia de capital?

¿Usted considera que el Plan 22@ fue diseñado para atraer grandes o pequeñas compañías? ¿Por qué?

EVENTOS Y 22@

¿Existe algún tipo de evento de importancia que articule a las distintas empresas del 22@?

¿Y algún evento que articule o ponga en relación las empresas 22@ con el resto del barrio y la comunidad de artistas?

LUGAR Y 22@

¿Cuáles son las ventajas locales que ofrece el 22@ para las empresas que desean instalarse en el distrito?

OBTENCIÓN DE DATOS DEL CENSO

¿Qué fuentes de datos han manejado para analizar las empresas del distrito 22@? [Agentes inmobiliarios / Base de datos de Camerdata / Censo in situ/ IAE]

¿Qué consultora llevó adelante el censo de empresas del distrito 22@? ¿Lo hace periódicamente? [Central del Campo S.L. / GAPS (Oriol Moles) / Universitat de Barcelona].

¿Qué indicadores poseen de las empresas? [Nombre / Superficie / Año de instalación / Número de empleados / Sector económico (según IAF) / Dirección postal / Hecho en Mayo de 2007. Otros Datos: Procedencia del capital / Formación de los empleados]

Clasificación de empresas culturales por sector (según Comisión Europea año 2006)

Sectores culturales no industriales (producen bienes y servicios no reproducibles): Campo artístico (pintura, escultura, fotografía, opera, teatro, circo, museo, biblioteca y archivos)

Sectores culturales industriales (producción de bienes y servicios culturales para la reproducción en masa)

Industrias culturales (Editorial, Cine, Video Juegos, Música)

Sector creativo (input creativo en la producción de bienes y servicios no culturales)

Industrias creativas (Diseños, Arquitectura, Publicidad)

4.2. Guión de entrevistas Palermo

4.2.a. Guión de entrevista para creadores de Palermo

I. GENERAL

1. Datos personales

¿Dónde naciste?

¿Cuántos años tenés?

¿Dónde vivís actualmente?

2. ¿Qué estudiaste? ¿Dónde estudiaste? [Grado, pos-grados y/o cursos acreditados]

3. ¿Me podrías contar brevemente tu trayectoria como creador?

4. Actualmente ¿vivís de tu actividad creativa? [En caso negativo] ¿Cuál es la actividad con la que subsistís?

5. ¿Cuál es tu actividad creativa principal? / ¿Cuáles fueron tus trabajos más importantes?

6. ¿Has recibido alguna beca o subsidio para tu formación o desarrollo de tu actividad artística? [En caso afirmativo] ¿Cuáles?

7. ¿Has recibido algún premio o distinción por tu actividad creativa? [En caso afirmativo] ¿Cuáles?

8. ¿Tus trabajos han sido exhibidos en algún espacio (Galerías, ferias, etc.)? [En caso afirmativo] ¿En cuáles?

9. ¿Tus trabajos aparece en alguna revista especializada? [En caso afirmativo] ¿En cuáles?

II. VÍNCULOS AL INTERIOR DEL COLECTIVO

10. ¿Por qué decidiste venir a trabajar a este estudio/colectivo/local? ¿Cómo fue que entraste aquí? [Preguntar por criterios de selección]

11. ¿Qué tipo de emociones te genera trabajar en este estudio/colectivo/local?

12. ¿De qué manera el espacio físico influye en tu trabajo creativo? ¿Notás un antes y un después en tu obra?

13. ¿Cómo es tu relación con otros creadores del estudio/colectivo/local?

[Preguntar por cada persona] ¿Con qué frecuencia tratás con ellas?

[Preguntar por cada persona] ¿Cómo calificarías a estas relaciones (conflictivas, colaborativas, de dependencia, etc.)? (tener en cuenta también los procesos de valorización)

[Preguntar por el colectivo de pertenencia] ¿Qué valores te guían dentro de la organización?

¿Compartís los valores de la organización? ¿Y los valores de tus compañeros?

14. ¿Cuándo te entraste al estudio/colectivo/local, tuviste que seguir algún tipo de norma?

[Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Estabas de acuerdo con ellas? ¿Por qué?

15. ¿Te sentís parte del estudio/colectivo/local? ¿Por qué?

16. Además de trabajar en tu creación. ¿Qué otras cosas hacés dentro del estudio/colectivo/local?

17. Para vos, ¿qué está bien visto y que está mal visto dentro del estudio/colectivo/local en el que estas?

Red de referencias artísticas / organizacionales

(1) Dentro del grupo ¿a quién admirás artísticamente?

(2) Cuando se presenta un problema organizativo a nivel de grupo, ¿a quién recurrís?

Red Información artística / organizacional

(3) Si querés enterarte de una novedad o de algo que haya pasado dentro del grupo, ¿a quién le preguntas?

(4) Si querés enterarte de algo que pasa a nivel artístico, saber de algún evento, exposición, charla, etc. ¿a quién le preguntás?

Red Consejo artístico / organizacional

- (5) ¿A quién le pedís un consejo en materia de arte?
(6) Cuando surge un problema organizacional, ¿a quién recurrís para pedirle un conce

Red Amistad / arte

- (7) Dentro del grupo, ¿con quién tenés una relación de amistad más fuerte?
(8) Dentro del grupo, ¿con quién solés charlar más frecuentemente sobre arte?

18. Entre los integrantes de este estudio/colectivo/local ¿existe desconfianza o discusiones? Y ¿competencia?

III. RITUALES

Procesos creativos

19. [Solo para no-artistas] ¿Consideras tu trabajo/actividad como una actividad creativa? ¿Por qué?
20. [Solo para no-artistas] ¿Cómo manejas la relación entre funcionalidad y estética?
21. ¿De qué manera encontrás ideas para trabajar?
22. ¿Existen etapas en tu trabajo creativo? ¿Qué tipo se sensaciones, sentimientos o emociones podés distinguir en cada una de ellas?
23. ¿Qué creativo en tu rubro ha resultado más influyente en tu actividad?
¿Qué es lo que te inspira de él? ¿Qué es lo que te resulta significativo de su trabajo?
24. Los expertos vinculados a tu actividad ¿Te han orientado o ayudado en tu trabajo?
25. ¿Te llevas algún tipo de aprendizaje de tus clientes? ¿Cuál?
26. ¿Te sentís un creador individual o colectivo?
Entre los integrantes de este estudio/colectivo/local ¿existe trabajo en equipo a la hora de crear?
¿Cómo se da este trabajo?

Rituales significativos

27. ¿Cómo creador, tuviste/tenés encuentros que te hayan resultado/resulten significativos? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuáles? [Tener en cuenta si es con colegas artistas, en galerías o eventos, al estilo de vernisage].
¿Quiénes participan?
28. ¿Cómo definirías tu participación en estos encuentros?
¿Qué rol asumís en ese tipo de encuentros? ¿Y las otras personas? [Si no lo dice preguntar] ¿Existen jerarquías al interior del grupo? ¿Cómo se hacen notar? ¿Existen disputas? [Si la respuesta es afirmativa] ¿De qué tipo?
¿Por lo general estas reuniones son sobre algo en particular? [Si es afirmativa] ¿Sobre qué?
29. ¿Este tipo de reuniones suelen ser muy intensas? ¿Por qué?
30. ¿Con que periodicidad ocurren?
¿Cómo definirías a ese tipo de reuniones [tener en cuenta el grado de formalización]?
31. ¿En qué lugar suelen ocurrir estas reuniones?
¿Es importante que ocurran allí o puede ser en cualquier lugar? ¿Por qué?
32. ¿Crees que este tipo de encuentros afectaron/afectan tu trabajo como creador? ¿Por qué?
[Si no es el grupo de pares con quien comparte el espacio preguntar:] ¿Quiénes son las personas que más influenciaron en tu trabajo como artista? ¿En qué medida lo hicieron? [Repreguntar]
¿Crees que tus compañeros del colectivo/taller han influenciado en tu trabajo como artista? ¿De qué manera lo han hecho?
33. ¿Sentís que la participación en ese tipo de encuentros ha valorado más tu trabajo? ¿Por qué?
¿Te sentís un creador reconocido en el ámbito internacional? ¿Y en el ámbito local? ¿Por qué?
¿Qué tipo de valor le atribuí a tu trabajo como creador? ¿Y qué valores crees que les dan tus compañeros/amigos creadores? ¿Y las instituciones? ¿Y el público/consumidor?
34. ¿Qué ha cambiado en tu trabajo desde que participas en ese tipo de encuentros? ¿Por qué?
Solidaridad
35. ¿Qué tipo de sentimientos te despiertan este tipo de encuentros?

36. ¿Te sentís un creador del Palermo? ¿Por qué?
[Luego preguntar si amerita el caso] ¿Te sentís un creador de Buenos Aires? ¿Por qué? [Si todas las respuestas fueron negativas, preguntar] ¿Cómo creador, te sentís que perteneces a algún otro lugar? ¿Por qué?
37. Si tuvieras que elegir una palabra, objeto, imagen o cualquier otra cosa que te defina como creador ¿cuál sería?

II. VÍNCULOS DENTRO DEL BARRIO

Vínculos con el sector público:

38. Desde que estás en el Palermo ¿Participás/participaste de algún evento o actividad cultural organizada por el gobierno nacional o de la ciudad?
[Si la respuesta es afirmativa] ¿En cuáles? ¿Por qué participaste? [Para cada una de las nombradas] ¿Qué tipo de participación tenés/tuviste?
39. ¿Esta participación hizo que tu trabajo se cotice/cotizara mejor? ¿Por qué?
40. ¿Con que persona o personas de la gobierno te relacionás/relacionaste cuando participas/participaste? ¿Cómo es/fue tu relación con ellos?
[Preguntar por cada persona] ¿Qué tipo de vínculos te unen a ellos?
[Preguntar por cada persona] ¿Con que frecuencia tratás/trataste con ellas?
[Preguntar por cada persona] ¿Cómo calificarías a estas relaciones (conflictivas, colaborativas, de dependencia, etc.)? ¿Por qué? (tener en cuenta también los procesos de valorización)
41. ¿Cómo te sentís/sentiste cuando participas/participas en este tipo de eventos?
¿Qué valores guían/guiaban dentro de esas instituciones y/o eventos? ¿Compartís sus valores? ¿Y los valores de tus compañeros? ¿Por qué?
[Para cada una de las instituciones y/o eventos nombrados] ¿Cuándo participaste de estos eventos / instituciones, tuviste que seguir algún tipo de norma? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Estabas de acuerdo con ellas? ¿Por qué? ¿Crees que estas normas afectan/afectaron el reconocimiento / puesta en valor de tu trabajo?
42. ¿Qué es lo que más te motiva/motivó a participar? ¿Por qué?
[Para cada una de las instituciones y/o eventos nombrados] ¿Por qué lo hiciste? ¿Qué buscabas al participar?
[Para cada una de las instituciones y/o eventos nombrados] ¿Te sentís/sentías parte del evento/institución? ¿Por qué?
[Para cada una de las instituciones y/o eventos nombrados] ¿Qué posición ocupabas / ocupaste durante el evento / en la institución?

Vínculos con el sector privado: galerías, sector diseño, audiovisual, gastronómico

43. Desde que estás en Palermo ¿Participás/participaste de alguna exhibición dentro del barrio? ¿Y colaboraste como creador con alguna empresa de la zona (sea de diseño, audiovisual o gastronómica)? (distinguir ente dentro y fuera del barrio)
[Si la respuesta es afirmativa] ¿Con cuáles? ¿Por qué? [Para cada una de las nombradas] ¿Qué tipo de participación tenés/tuviste? ¿Con que personas te relacionás/relacionaste?
44. ¿Esta participación hizo que tu trabajo se cotice/cotizara mejor? ¿Por qué?
45. ¿Con que persona o personas te relacionás/relacionaste cuando participas/participaste en este tipo de eventos o empresas? ¿Cómo es/fue tu relación con ellos?
[Preguntar por cada persona] ¿Qué tipo de vínculos te unen a ellos?
[Preguntar por cada persona] ¿Con que frecuencia tratás/trataste con ellas?
[Preguntar por cada persona] ¿Cómo calificarías a estas relaciones (conflictivas, colaborativas, de dependencia, etc.)? (tener en cuenta también los procesos de valorización)
46. ¿Cómo te sentís/sentiste cuando participas/participas en este tipo de eventos?
¿Qué valores guían/guiaban dentro de las galerías/exposiciones o empresas culturales? ¿Compartís sus valores? ¿Y los valores de tus compañeros? ¿Por qué?
[Preguntar por cada galería o empresa] ¿Cuándo participaste de exposiciones o empresas culturales, tuviste que seguir algún tipo de norma? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Estabas de acuerdo

con ellas? ¿Por qué? ¿Crees que estas normas afectan/afectaron el reconocimiento / puesta en valor de tu trabajo?

47. ¿Qué es lo que más te motiva/motivó a participar? ¿Por qué?

[Preguntar por cada galería o empresa] ¿Por qué lo hiciste? ¿Qué buscabas al participar? (tener en cuenta estrategias de valorización)

[Preguntar por cada galería o empresa] ¿Te sentís/sentías parte de la galería y/o empresa cultural? ¿Por qué?

[Preguntar por cada galería o empresa] ¿Qué posición ocupabas / ocupaste durante la exposición / al interior de la empresa?

Vínculos con la comunidad local

48. Desde que estás en Palermo ¿Participás/participaste de algún evento o actividad organizada por los vecinos o algún tipo de asociación del barrio?

[Si la respuesta es afirmativa] ¿En cuáles? ¿Por qué? [Para cada una de las nombradas] ¿Qué tipo de participación tenés/tuviste?

49. ¿Esta participación hizo que tu trabajo se cotice/cotizara mejor? ¿Por qué?

50. ¿Con que persona o personas del barrio te relacionás/relacionaste cuando participas/participaste? ¿Cómo es/fue tu relación con ellos?

[Preguntar por cada persona/asociación] ¿Qué tipo de vínculos te unen a ellos?

[Preguntar por cada persona/asociación] ¿Con que frecuencia tratás/trataste con ellas?

[Preguntar por cada persona/asociación] ¿Cómo calificarías a estas relaciones (conflictivas, colaborativas, de dependencia, etc.)? (tener en cuenta también los procesos de valorización)

51. ¿Cómo te sentís/sentiste cuando participas/participas en este tipo de eventos?

¿Qué valores guían/guían dentro de esos espacios? ¿Compartís sus valores? ¿Y los valores de tus compañeros? ¿Por qué?

[Preguntar por cada persona/asociación] ¿Cuándo te relacionabas con las asociaciones vecinales, tuviste que seguir algún tipo de norma? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Estabas de acuerdo con ellas? ¿Por qué?

52. ¿Qué es lo que más te motiva/motivó a participar? ¿Por qué?

[Preguntar por cada persona/asociación] ¿Por qué lo hiciste? ¿Qué buscabas al participar? (tener en cuenta estrategias de valorización)

[Preguntar por cada persona/asociación] ¿Te sentís/sentías parte del barrio? ¿Por qué?

[Preguntar por cada persona/asociación] ¿Qué es lo que hacés/hiciste por el barrio/asociación de vecinos?

IV. RELACIÓN CON EL BARRIO

53. ¿Qué tiene de bueno trabajar en Palermo? ¿Y en este estudio/colectivo/local?

¿Tenés intenciones de quedarte en el futuro?

54. ¿El barrio tiene recursos interesantes para el trabajo creativo? [Si la respuesta es afirmativa]

¿Cuáles? ¿Y el estudio/colectivo/local?

55. ¿Da prestigio trabajar en el Palermo? ¿Por qué? ¿Y en el estudio/colectivo/local?

Dirías que en Palermo hay un “ambiente creativo” ¿Por qué?

56. ¿Qué tipo de recursos brinda el barrio para trabajar como creativo aquí? Desde un punto de vista material, social y simbólico

57. ¿Qué tipo y grado de influencia ejerce el barrio desde un punto de vista material, social, y simbólico sobre tu actividad como creativo? [Pregunta por el encadenamiento]

58. ¿Dirías que en el Palermo hay una estética propia? ¿Por qué? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál sería?

59. ¿Cómo te “apropiás” de esta estética?

60. ¿Hay “algo” del Palermo en tu trabajo?

[Si hay algo] ¿Qué? En tanto que artista, ¿qué ha cambiado en tu vida desde que estás trabajando en el Poblenu? ¿Por qué?

61. ¿Te encontraste con algún tipo de regulación o pauta cuando viniste a trabajar al Palermo?
¿Cuáles? ¿Y con este espacio? ¿Cuáles?
[Si las respuestas son afirmativas]
62. ¿Qué te parecen estas regulaciones o pautas?
¿Pudieron cambiar en algo estas leyes / regulaciones? [Si la respuesta es afirmativa] ¿De qué manera?
63. ¿Crees que tu presencia en el Palermo cambió en algo al barrio? ¿Por qué?
¿Qué es Palermo?

4.2.b. Guión general de entrevistas al Sector de Diseño de Palermo

I. ESTRUCTURA (INTERNO)

1. En primer lugar, ¿podría indicar el año de creación del estudio/comercio de diseño?
¿Cuándo se instalan en Palermo?
2. ¿Podría contarme brevemente la historia del estudio/comercio de diseño? [año de creación, génesis, cambios, etc.]
3. ¿Qué estructura empresarial tiene el estudio? [SA, SRL, Sociedad de hecho, Individual]
4. ¿En qué lugar se desarrolla la actividad del estudio/comercio de diseño? [Oficina, domicilio particular, otro] ¿Se hace en espacios separados?
5. ¿Cuántas personas forman parte del estudio/comercio de diseño actualmente? ¿Y en el momento de su apertura?
6. Actualmente ¿Podría decirme de qué manera se organiza el estudio/comercio de diseño?
¿Qué funciones cumplen cada uno de los integrantes? ¿Existe algún tipo de jerarquía? ¿Y antes?
[Si hay un cambio en la organización] ¿A qué atribuye este cambio en la organización?
7. Actualmente ¿Cuál es la principal actividad del estudio/comercio de diseño? ¿Y antes? [Si hay un cambio en actividad] ¿A qué atribuye este cambio de actividad? [Preguntar por la actividad que mayores ingresos le reporta]
8. ¿Además de la actividad principal algún otro tipo de actividades? ¿Por qué?
9. ¿Podría indicar las fuentes de financiamiento del estudio/comercio de diseño?
10. ¿Cuántos trabajos/proyectos realizan por año? ¿Ha variado la actividad en el último tiempo?
11. ¿Podría indicar los criterios de selección de los proyectos/trabajos? [Dinero, prestigio, valores estéticos]
12. ¿Cuáles son las personas encargadas de elegir los proyectos/trabajos del estudio/comercio de diseño?
13. ¿Cuál es el principal sector o rubro al que se dedica el estudio/comercio de diseño? ¿Y el secundario?
14. Mayoritariamente ¿el estudio/comercio de diseño trabaja para el mercado local o internacional?
15. ¿Podría indicarnos qué estudio/comercio de diseños (locales, nacionales o internacionales) tienen como referencia o toman como un modelo a seguir?
16. Actualmente ¿Qué lugar ocupa el estudio/comercio de diseño en relación a otros estudio/comercio de diseños de Palermo y la ciudad de Buenos Aires?

II. VÍNCULOS DENTRO DEL BARRIO (EXTERNO)

Vínculo con el sector público

17. Actualmente el estudio/comercio de diseño ¿Tiene algún tipo de relación con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, con el Gobierno nacional, u otras instituciones de carácter público?
[Por ejemplo en asistencia técnica, asesoría, políticas de promoción, etc.] [Si la respuesta es afirmativa, preguntar para cada uno] ¿De qué tipo?
¿Quiénes son las personas del estudio/comercio de diseño que están más en contacto con...? ¿Por qué?

[Preguntar para cada caso] ¿Con qué frecuencia el estudio/comercio de diseño está en contacto con...? ¿Este contacto es permanente o esporádico? ¿Es por proyecto o continuo? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?

18. [Preguntar para cada caso] ¿Cómo definiría este tipo de vínculo?

¿Por qué? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?

[Preguntar para cada caso] ¿Qué valores guían/guiaron la relación con...? ¿El estudio/comercio de diseño comparte esos valores? ¿Por qué? [Si existe algún tipo de discrepancia] ¿Cómo se llegó a un acuerdo?

[Pregunta para cada caso] En la relación del estudio/comercio de diseño con... ¿Hubo que seguir algún tipo de norma explícita? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Se estaba de acuerdo con ella? ¿Por qué?

19. [Pregunta para cada caso] ¿Qué es lo que motivó al estudio/comercio de diseño a establecer este tipo de relaciones? ¿Hubo algún tipo de resistencia interna? ¿Por qué?

[Pregunta para cada caso] ¿La relación con... tiene/tuvo que ver con una estrategia concreta por parte del colectivo? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Por qué?

Vínculo con el sector privado: sector audiovisual, diseño y gastronomía

20. Actualmente el estudio/comercio de diseño ¿Tiene algún tipo de relación con otros estudio/comercio de diseños u otras empresas del barrio (de diseño o gastronómicas)? [Si la respuesta es afirmativa, preguntar para cada uno] ¿De qué tipo? ¿Y de fuera? [Por ejemplo: provisión y/o dación de tecnología, talento, bienes, servicios y/o financiación]

¿Quiénes son las personas del centro que están más en contacto con...? ¿Por qué?

[Preguntar para cada caso] ¿Con qué frecuencia el centro está en contacto con...? ¿Este contacto es permanente o esporádico? ¿Es por proyecto o continuo? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?

21. [Preguntar para cada caso] ¿Cómo definiría este tipo de vínculo?

¿Por qué? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?

[Preguntar para cada caso] ¿Qué valores guían/guiaron la relación con...? ¿Los integrantes del centro comparten esos valores? ¿Por qué? [Si existe algún tipo de discrepancia] ¿Cómo se llegó a un acuerdo?

[Pregunta para cada caso] En la relación del colectivo con... ¿Hubo que seguir algún tipo de norma explícita? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Se estaba de acuerdo con ella? ¿Por qué?

22. [Pregunta para cada caso] ¿Qué es lo que motivó al estudio/comercio de diseño a establecer este tipo de relaciones? ¿Hubo algún tipo de resistencia interna? ¿Por qué?

[Pregunta para cada caso] ¿La relación con... tiene/tuvo que ver con una estrategia concreta por parte del colectivo? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Por qué?

Vínculo con el sector comunitario

23. Actualmente el estudio/comercio de diseño ¿Tiene algún tipo de relación con los vecinos o algún tipo de asociación barrial de Palermo? [Si la respuesta es afirmativa, preguntar para cada uno] ¿De qué tipo?

¿Quiénes son las personas del centro que están más en contacto con...? ¿Por qué? Para usted ¿el tipo de relación con... varía respecto al tipo relaciones internas del centro? ¿Por qué?

[Preguntar para cada caso] ¿Con qué frecuencia el centro está en contacto con...? ¿Este contacto es permanente o esporádico? ¿Es por proyecto o continuo? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?

24. [Preguntar para cada caso] ¿Cómo definiría este tipo de vínculo?

¿Por qué? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?

[Preguntar para cada caso] ¿Qué valores guían/guiaron la relación con...? ¿El centro comparte esos valores? ¿Por qué? [Si existe algún tipo de discrepancia] ¿Cómo se llegó a un acuerdo?

[Pregunta para cada caso] En la relación del colectivo con... ¿Hubo que seguir algún tipo de norma explícita? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Se estaba de acuerdo con ella? ¿Por qué?

25. [Pregunta para cada caso] ¿Qué es lo que motivó al colectivo a establecer este tipo de relaciones? ¿Hubo algún tipo de resistencia interna? ¿Por qué?

[Pregunta para cada caso] ¿La relación con... tiene/tuvo que ver con una estrategia concreta por parte del colectivo? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Por qué?

Vínculo con el sector artístico: colectivos de artistas y/o galerías

26. Actualmente el estudio/comercio de diseño ¿Tiene algún tipo de relación con colectivos de artistas y o galerías de arte de Palermo? [Si la respuesta es afirmativa, preguntar para cada uno] ¿De qué tipo?

¿Quiénes son las personas del estudio/comercio de diseño que están más en contacto con...? ¿Por qué? Para usted ¿el tipo de relación con... varía respecto al tipo relaciones internas del estudio/comercio de diseño? ¿Por qué?

[Preguntar para cada caso] ¿Con qué frecuencia el estudio/comercio de diseño está en contacto con...? ¿Este contacto es permanente o esporádico? ¿Es por proyecto o continuo? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?

27. [Preguntar para cada caso] ¿Cómo definiría este tipo de vínculo?

¿Por qué? ¿Y antes? [Si hay algún cambio] ¿A qué atribuye este cambio?

[Preguntar para cada caso] ¿Qué valores guían/guieron la relación con...? ¿El estudio/comercio de diseño comparte esos valores? ¿Por qué? [Si existe algún tipo de discrepancia] ¿Cómo se llegó a un acuerdo?

[Pregunta para cada caso] En la relación del colectivo con... ¿Hubo que seguir algún tipo de norma explícita? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Se estaba de acuerdo con ella? ¿Por qué?

28. [Pregunta para cada caso] ¿Qué es lo que motivó al estudio/comercio de diseño a establecer este tipo de relaciones? ¿Hubo algún tipo de resistencia interna? ¿Por qué?

[Pregunta para cada caso] ¿La relación con... tiene/tuvo que ver con una estrategia concreta por parte del colectivo? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál? ¿Por qué?

III. EVENTOS / RITUALES [Procesos de creación de valor cultural: Incidencia del colectivo]

29. ¿Cuál es el evento más significativo en el que ha participado el estudio/comercio de diseño? ¿Por qué?

30. ¿Cómo definirías la participación del estudio/comercio de diseño en este tipo de encuentros?

31. ¿Este tipo de eventos suelen ser muy intensos? ¿Por qué?

32. ¿En qué lugar suelen ocurrir estos eventos?

33. ¿La participación en ese tipo de eventos ha posicionado mejor al estudio/comercio de diseño? ¿Por qué?

Procesos creativos [Sólo para la parte de estudio]

34. ¿Consideras tu trabajo/actividad como una actividad creativa? ¿Por qué?

35. ¿Cómo manejas la relación entre funcionalidad y estética?

36. ¿Cuál fue la motivación principal para trabajar/crear en/ este estudio/comercio de diseño? ¿Antes trabajabas en otro lugar?

37. ¿Qué tipo de emociones te genera trabajar en este estudio/comercio de diseño?

38. ¿Te sentís un creador individual o de trabajo colectivo?

Entre los integrantes de este estudio/comercio de diseño ¿existe trabajo en equipo a la hora de crear? ¿Cómo se da este trabajo?

39. ¿Cómo es el proceso de comunicación con los otros creativos vinculado a tus proyectos?

40. ¿Existe alguna persona que ejerce algún tipo de liderazgo o influencia sobre tu actividad como creativo?

41. Entre los integrantes de este estudio/comercio de diseño ¿existe desconfianza o discusiones? Y ¿competencia?

42. ¿Tenés algún contacto especial con algunos miembros del estudio/comercio de diseño para trabajar? ¿Cómo se definirías ese tipo de vínculo?

43. ¿De qué manera el espacio físico influye en tu trabajo creativo?

44. ¿De qué manera encontrás ideas para trabajar?
 45. ¿Existen etapas en tu trabajo creativo? ¿Qué tipo de sensaciones, sentimientos o emociones podés distinguir en cada una de ellas?
 46. ¿Qué creativo en tu rubro ha resultado más influyente en tu actividad?
 ¿Qué es lo que te inspira de él? ¿Qué es lo que te resulta significativo de su trabajo?
 47. Los expertos vinculados a tu actividad ¿Te han orientado o ayudado en tu trabajo?
 48. ¿Te llevas algún tipo de aprendizaje de tus clientes? ¿Cuál?

Solidaridades

49. ¿Qué define la unidad del estudio/comercio de diseño?
 ¿Cuál es su límite? ¿Qué elementos, cosas, objetos, imágenes, conceptos, etc. definen la identidad del grupo?
 50. ¿Las personas que trabajan aquí, se sienten parte del estudio/comercio de diseño?
 ¿Qué está bien visto y qué está mal visto dentro del estudio/comercio de diseño? ¿Por qué?
 51. Si tuvieras que elegir una palabra, objeto o imagen que defina al estudio/comercio de diseño ¿Cuál sería? ¿Por qué?
 ¿Qué simboliza el estudio/comercio de diseño? ¿Hay algo del estudio/comercio de diseño en otras asociaciones o estudio/comercio de diseños?
 52. ¿Cuál es la meta del estudio/comercio de diseño? ¿Qué se propone?
 ¿Crees que todos tengan la misma meta? ¿Por qué?

IV. LUGAR [Procesos de creación de valor cultural]

53. ¿Cuáles fueron las principales razones que motivaron al estudio/comercio de diseño para instalarse en Palermo? [La infraestructura y servicios, el bajo coste de los alquileres y propiedades, alguna política de promoción, facilidades y estímulos recibidos desde la Administración, el acceso a proveedores especializados, el acceso a una mano de obra cualificada, la posibilidad de transferencia de conocimiento con otras empresas, la existencia de otras empresas afines, el prestigio, el clima]
 54. ¿Qué tipo de recursos brinda el barrio para instalar un estudio/comercio de diseño de exposiciones de arte como esté aquí? Desde un punto de vista material, social y simbólico
 55. ¿Qué tipo y grado de influencia ejerce el barrio desde un punto de vista material, social, y simbólico sobre la actividad del estudio/comercio de diseño? [Pregunta por el encadenamiento]
 56. ¿Da alguna especie de prestigio trabajar en el Palermo? ¿Por qué?
 57. ¿Diría que en el Palermo hay una estética propia? ¿Por qué? [Si la respuesta es afirmativa] ¿Cuál sería?
 58. ¿Cómo se “apropian” de esta estética?
 59. Para usted la venida del estudio/comercio de diseño a este lugar ¿ha modificado la vida del barrio? [Si la respuesta es afirmativa] ¿De qué manera?
 ¿Cambió en algo las dinámicas de trabajo del estudio/comercio de diseño el venir a trabajar a Palermo? ¿Por qué? ¿Lo producido se ha cotizado mejor?
 60. ¿Qué tiene el estudio/comercio de diseño de Palermo como barrio? ¿Por qué?
 61. ¿Existe algún tipo de ley o regulación explícita del barrio que afecte la vida del estudio/comercio de diseño? [Si es afirmativa] ¿Cuál? ¿De qué manera ha afectado la dinámica del colectivo?
 ¿Cómo se adaptaron ha estas leyes/regulaciones?
 ¿Pudieron cambiar en algo estas leyes / regulaciones? [Si la respuesta es afirmativa] ¿De qué manera?
 62. Desde su punto de vista ¿Cuál es la principal actividad del barrio?
 63. ¿Qué es Palermo?

4.2.c. Guión general de entrevista para el Centro Metropolitano de Diseño y el Distrito Audiovisual

EL CMD, ASPECTOS GENERALES

En pocas palabras, ¿Qué es el CMD?

¿Cuál fue el principal objetivo del CMD? ¿Hubo otros objetivos secundarios?

¿Cómo fue la relación entre el sector público, el privado y el tercer sector en la creación, puesta en marcha del CMD?

Desde la creación del CMD:

¿Se pueden distinguir distintas etapas? ¿Qué las distingue?

¿Hubo cambios de objetivos?

¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles del Sector?

¿Ha logrado las metas propuestas? ¿Por qué?

Se puede decir que la propuesta del CMD ¿ha sido un éxito o fracaso?

¿Quiénes fueron los promotores y ejecutores de la ley 3876 de Promoción Audiovisual?

¿Qué relación existe entre la ley de promoción Audiovisual y el proyecto de ciudad Audiovisual en la Isla Demarchi?

EL PAPEL DE LA AGLOMERACIÓN EN EL CMD

¿Cuál ha sido el criterio para seleccionar el barrio que comprende el CMD?

¿Cuál ha sido el papel de la aglomeración o clusterización en el plan y desarrollo del CMD? [Acceso a proveedores especializados, Acceso a una mano de obra cualificada, Transferencia de conocimiento entre empresas]

¿Cómo funciona la relación entre productoras, instituciones, universidades e incubadoras, si es que las hay, dentro del CMD?

¿Ha resultado exitosa la clusterización en materia de innovación? ¿Por qué?

EL CMD Y LOS BARRIOS

¿Cómo definiría la relación del CMD con la comunidad de vecinos de los distintos barrios? ¿Y con la comunidad de artistas? ¿Por qué?

¿Existe algún vínculo entre las productoras y la comunidad de vecinos? Si la respuesta es afirmativa, ¿bajo qué formas se ha articulado esta vinculación? ¿Y con la comunidad de artistas?

¿Hubo acciones concretas para un posible acercamiento?

CLÚSTER Y DISEÑO

¿Qué tipo de empresas hay según: Antigüedad, tamaño, número y formación de empleados, sector, procedencia de capital?

¿Usted considera que el CMD fue diseñado para atraer grandes o pequeñas compañías? ¿Por qué?

EVENTOS Y CMD

¿Existe algún tipo de evento de importancia que articule a las distintas empresas del Sector?

¿Y algún evento que articule o ponga en relación las empresas con el resto del barrio y la comunidad de artistas y diseñadores?

LUGAR Y CMD

¿Cuáles son las ventajas locales que ofrece el Distrito para las empresas que desean instalarse en el distrito?

SÍMBOLO Y CMD

¿Hay una idea de “marca” o símbolo que defina al Distrito?

EL DISTRITO AUDIOVISUAL, ASPECTOS GENERALES

En pocas palabras, ¿Qué es el Distrito audiovisual?

¿Cuál fue el principal objetivo del Distrito audiovisual? ¿Hubo otros objetivos secundarios?

¿Cómo fue la relación entre el sector público, el privado y el tercer sector en la creación, puesta en marcha del Distrito audiovisual?

Desde la creación del Distrito audiovisual:

¿Se pueden distinguir distintas etapas? ¿Qué las distingue?

¿Hubo cambios de objetivos?

¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles del Sector?

¿Ha logrado las metas propuestas? ¿Por qué?

Se puede decir que la propuesta del Distrito audiovisual ¿ha sido un éxito o fracaso?

¿Quiénes fueron los promotores y ejecutores de la ley 3876 de Promoción Audiovisual?

¿Qué relación existe entre la ley de promoción Audiovisual y el proyecto de ciudad Audiovisual en la Isla Demarchi?

EL PAPEL DE LA AGLOMERACIÓN EN EL DISTRITO AUDIOVISUAL

¿Cuál ha sido el criterio para seleccionar los barrios que comprende el Distrito audiovisual?

¿Cuál ha sido el papel de la aglomeración o clusterización en el plan y desarrollo del Distrito audiovisual? [Acceso a proveedores especializados, Acceso a una mano de obra cualificada, Transferencia de conocimiento entre empresas]

¿Cómo funciona la relación entre productoras, instituciones, universidades e incubadoras, si es que las hay, dentro del distrito audiovisual?

¿Ha resultado exitosa la clusterización en materia de innovación? ¿Por qué?

EL DISTRITO AUDIOVISUAL Y LOS BARRIOS

¿Cómo definiría la relación del Distrito audiovisual con la comunidad de vecinos de los distintos barrios? ¿Y con la comunidad de artistas? ¿Por qué?

¿Existe algún vínculo entre las productoras y la comunidad de vecinos? Si la respuesta es afirmativa, ¿bajo qué formas se ha articulado esta vinculación? ¿Y con la comunidad de artistas?

¿Hubo acciones concretas para un posible acercamiento?

CLÚSTER Y PRODUCTORAS

¿Qué tipo de empresas hay según: Antigüedad, tamaño, número y formación de empleados, sector, procedencia de capital?

¿Usted considera que el Distrito audiovisual fue diseñado para atraer grandes o pequeñas compañías? ¿Por qué?

EVENTOS Y DISTRITO AUDIOVISUAL

¿Existe algún tipo de evento de importancia que articule a las distintas empresas del Sector?

¿Y algún evento que articule o ponga en relación las empresas con el resto del barrio y la comunidad de artistas y diseñadores?

LUGAR Y DISTRITO AUDIOVISUAL

¿Cuáles son las ventajas locales que ofrece el Distrito para las empresas que desean instalarse en el distrito?

SÍMBOLO Y DISTRITO AUDIOVISUAL

¿Hay una idea de “marca” o símbolo que defina al Distrito?