

**IMAGINARIOS GLOBALES DE LA INNOVACIÓN Y EL PROGRESO:
LAS CIUDADES INTELIGENTES COMO INSTRUMENTO NARRATIVO
PARA LA CONSOLIDACIÓN DE UN NUEVO PODER URBANO UNIVERSAL**

por

Pablo Sánchez Chillón

Presidente de Foro Global Territorio
y de GlobalGOV,

RESUMEN

A medio camino entre la astracanada, el artefacto kitsch y la genialidad reservada a los visionarios, un número creciente de capitales (también americanas) han abrazado de modo acrítico la última ratio de un proceso de reinención total de su forma de estar (y parecer) en el mundo, explotando nuevos relatos y minerales narrativos para su proyección global a la vez que compiten con otros territorios por la relevancia, la influencia y un lugar en el retablo iconográfico del siglo XXI. La caracterización de los territorios como Ciudades Inteligentes, Emprendedoras, Innovadoras o Sustentables, es, además de un fenómeno creciente y global, un recurso narrativo estratégico del nuevo poder urbano en su batalla por ganar peso e influencia en la arena internacional]

ABSTRACT

Cities, regardless of their size are working alone or joining new collaborative platforms of influence with their counterparts, linking the domestic agendas of governance with the universal challenges of massive urbanization, resilience, sustainability, economic growth and security, by adding colorful layers to their global tale based on the new urban ‘currencies’ as intelligence/smartness, innovation, good reputation, livability, creativity and other valuable intangible assets.

KEYWORDS

Smart City, Identidad, Impostura, Poder Blando, *Soft-Power*, Diplomacia Urbana, Digizens, Influencers, Activos Intangibles

Introducción

Vivimos tiempos interesantes para la comunicación y la influencia de las Ciudades. Desde la adictiva tematización de las *Ghost Towns* chinas a la enésima proclamación de una ciudad como *Smart City*, Capital mundial de la Innovación o nueva Atenas del Emprendimiento, las ciudades, y tras ellas, los heraldos y detentadores del *New Urban Power* Global están

conformando un universo narrativo sobre lo urbano basado en la creciente mercantilización de sus activos intangibles (reputación, marca, identidad) y en la proyección universal de un relato territorial basado en la impostura, el mercadeo y el Poder Blando y la Influencia.

I.- Ciudades, Poder Blando y el Colapso de la Intermediación.

En este artículo vamos a tratar de analizar las estrategias, las políticas y las acciones de comunicación de las ciudades en el campo de la proyección exterior de sus activos intangibles, sus nuevas narrativas urbanas y la dimensión internacional de sus competencias, de manera coherente con la consolidación de una constelación de foros, de redes para la interacción gubernamental y de nuevos espacios para el diálogo y la decisión política *sindicada*, en los que las ciudades y un grupo de emergentes actores urbanos empiezan a tejer un nuevo escenario para la Gobernanza mundial, más allá del tradicional rol reservado por la praxis internacional a los estados-nación y sus agentes. Ahora, además, ayudados por Hollywood y el *star system* de personajes influyentes que han puesto voz y cara a las reivindicaciones de las ciudades y su poder, con ocasión de las COP impulsadas por Naciones Unidas.

Defendemos, en síntesis, la emergencia de un nuevo paradigma de Diplomacia de Ciudades y *Urban Advocacy* en el marco de una arena internacional elástica, compleja y alternativamente físico-digital, y que, sobre la base de la compartición de diagnósticos sobre una serie de problemas de naturaleza universal que se manifiestan con especial entidad en los entornos urbanos (como los acuciantes desafíos que nos impone el cambio climático) y a lomos de un nuevo relato sobre la capacidad y activos de las ciudades para afrontarlos (*innovación, resiliencia, economía circular como testimonio de un nuevo Soft-Power urbano*) finalizaba con la reivindicación de una suerte de redistribución del poder hacia los gobiernos municipales (*en línea con las iniciativas de Devolution, vigentes, entre otros lugares, en el Reino Unido*) y la reflexión sobre la creciente habilidad de los municipios para fijar agendas de gobierno y conformar la narrativa política global.

En efecto, este concepto de Poder Blando (Soft-Power), que fue acuñado en 1990 por Joseph Nye, profesor de la Universidad de Harvard, (*Soft Power: The Means to Success in World Politics*) alude a la capacidad de los países -o de otros actores políticos y ahí entran las ciudades- de lograr sus objetivos a través de la atracción y la persuasión, valiéndose para ello de medios alternativos al ejercicio de la fuerza u otras medidas de retorsión habituales (embargos, sanciones, medidas económicas etc). En este sentido, y gráficamente, en el juego de las relaciones internacionales, *si el Hard Power es empujar, el Soft-Power equivaldría a tirar del otro, logrando persuadirlo y atraerlo a nuestros intereses y enfoques.*

En su virtud, los factores culturales e ideológicos (*que conformarían una sutil e indeleble huella de atracción sobre los demás*) se alían con el rol tradicional de la Diplomacia para ejercer una influencia sustantiva en la arena internacional, aplicando un nuevo enfoque relacional que subraya el valor de la economía de los intangibles en este ámbito (reputación, marca, identidad etc) y la presencia de múltiples actores en un escenario antaño reservado a los líderes y agentes de la política nacional, y que ofrece nuevas perspectivas para la consolidación de aquello que he venido en denominar “Nueva Diplomacia Urbana”, y que permite entender, con mayor riqueza de matices, el enorme y complejo Teatro del Mundo que nos ha tocado vivir (*vid. entre otros, el excelente y pionero trabajo publicado por Gail Lord y Ngairé Blankenberg, “Cities, Museums & Soft Power” en el que se subraya el papel de los museos y la política cultural para forjar este poder blando de las ciudades*).

Este relato sobre el Poder Blando coincide, en interés y efectos, con otros argumentos que apuntan a un cambio profundo en el escenario tradicional de la Gobernanza mundial, y a la potente irrupción (verdadera ventana de oportunidad) de nuevos actores de la agenda global por el creciente deterioro de rol y percepción general de este proceso de debilitamiento que se atribuye a los tradicionales detentadores del poder de decisión en la esfera internacional.

En este sentido, hace un par de años que el pensador venezolano Moisés Naím preconizó el Fin del Poder en su libro de idéntico título, proponiendo una tesis que afirma a que asistimos a un proceso imparable en el que hay empresas que se hunden, militares derrotados, papas que renuncian, y gobiernos impotentes: como *el poder ya no es lo que era*. La irrupción de nuevos y desafiantes micro-poderes en todos los órdenes de la sociedad y la economía afecta al Poder, que cada vez es más difícil de ejercer y más fácil de perder. El resultado, como afirma, Moisés Naim en su obra, es que los líderes actuales tienen menos poder que sus antecesores, y que el potencial para que ocurran cambios repentinos y radicales es en nuestra época mayor que nunca, y se materializa, por ejemplo, en la decreciente influencia de las gigantescas corporaciones frente a legiones de ágiles emprendedores, ayudados por la tecnología y la compartición de conocimiento reticular.

Esta tesis, de fuerte refrendo empírico, y que incide, también, en el gran tablero de la gobernanza mundial, resulta altamente seductora, conectando, además, con las reflexiones que apuntan no sólo al deterioro del poder en sí mismo sino a lo que llamo ‘Colapso de la Intermediación’, que es un fenómeno global y manifiestamente tecnológico y urbano que amenaza el rol y la *auctoritas* de los diversos agentes –también profesionales- que tradicionalmente venían sirviendo de conexión entre los complejos y estructurados sistemas y arquitecturas de gobierno y gestión de los países y las sociedades post-fordistas en las que

convivimos y la ciudadanía, ahora crecientemente informada y aparentemente auto-organizada y emancipada gracias a las tecnologías digitales.

Este Colapso de la Intermediación está afectando, con especial intensidad y furor, a los poderes y estructuras de representación territorial en las que las ciudades y otras entidades territoriales se veían tradicionalmente representadas, fortaleciendo la irrupción de nuevos actores de la política mundial (ciudades, alcaldes) y la conformación de nuevos escenarios reticulares para el debate y el ejercicio de la influencia territorial, especialmente interesante cuando hablamos de las nuevas redes de ciudades y de poderes locales que empiezan a tupir el escenario de las relaciones internacionales, cuya relevancia e impacto global es creciente.

Esta doble confluencia de la emergencia de un Soft Power Urbano en un contexto de erosión del poder y de colapso de la intermediación está resultando especialmente provechoso para los actores locales y la miríada de intereses que se articulan en torno a las ciudades, pues sus efectos se traducen en la doble capacidad de situar temas de especial interés urbano en la agenda de la toma de decisiones global y de catapultar a determinados líderes locales hacia un firmamento de relevancia y *auctoritas* global, impensable hace unos años (ejemplos como el de la emergente estrella parisina Anne Hidalgo o el del inteligente (ex) Alcalde de Nueva York Michael Bloomberg así lo atestiguan) .

En todo caso, eventos e iniciativas como la relevante COP21 celebrada en París en 2016 (y que estableció el marco global de lucha contra el cambio climático ahora cuestionado por la administración Trump, entre otras) y en la que las Ciudades (*ayudadas por rutilantes y comprometidas estrellas de Hollywood*) han asumido un papel protagonista ante los retos del Milenio o el reciente encuentro del Papa Francisco (*apasionante despliegue de un nuevo enfoque de Diplomacia Vaticana*) con un Parlamento de Alcaldes mundiales confirman esta tendencia y le dan una dimensión universal al rol de las entidades urbanas en esta nueva Gobernanza mundial que es (o parece) más horizontal, menos intermediada y en todo caso, más plural y mejor comunicada.

Igualmente, en el plano de la acción exterior, existe una indudable agenda urbana ordinaria, que es dinámica y global y que se inserta en el marco de la política, los negocios y las relaciones internacionales y que debe ser atendida de modo preferente por los territorios y que adquiere una dimensión extraordinaria cuando, por ejemplo, capitales del mundo compiten de manera periódica por acoger eventos de relevancia universal como los Juegos Olímpicos o los Mundiales de Fútbol, por ser premiadas con reconocimientos reputacionales (Vitoria – *European Green Capital* 2012, Barcelona *Icapital* 2014, etc.), por ser sede de cumbres, eventos

y encuentros de orden político, académico o cultural (*Medellín, sede del World Urban Forum de ONU – Habitat en abril de 2014 / Quito en 2015* o por ser destinatarias de inversiones millonarias asociadas a la ejecución de infraestructuras (*como el costosísimo acelerador de partículas del CERN en la frontera franco-suiza*) o eventos globales como la Smart City Expo de Puebla en México.

En todo caso, parece necesario reconocerle a la nueva Diplomacia Urbana un rol que va más allá del que tradicionalmente le ha reconocido la doctrina, las escuelas de negocios y el emergente *mercadillo* de la Consultoría de City Marketing (*resurgida ahora bajo la égida del sugerente Place Branding*), confirmando, sobre la base de la observación de la evolución dinámica de esta tendencia en nuestro entorno y las acciones impulsadas por ciudades y capitales de todas las latitudes, una creciente relevancia no sólo del *nuevo enfoque relacional y reticular de esta ‘entente globale’ de ciudades* sino, también, y de manera especialmente determinante, de una nueva comunicación de las virtudes y valores de las ciudades y sus actores basada en la notoriedad de una serie de activos intangibles que arraigan con especial fertilidad en los ecosistemas urbanos y de gobernanza municipal.

II.-Yacimientos para el Storytelling de las Ciudades: entre la Duplitectura, el Artefacto y los Nuevos Minerales de la Economía Urbana.

Hace unos años, Bianca Bosker, periodista del *Huffington Post*, nos regalaba un delicioso libro titulado “*Original Copies: Architectural mimicry in contemporary China*” en el que subrayaba la vigencia en el gigante asiático de la denominada *duplitectura*, la cultura de la copia y el urbanismo. En concreto, y de manera específica, Bosker nos ponía en la pista de la iniciativa de las autoridades de Shanghái de impulsar un proyecto de expansión urbanística para la ciudad con el pragmático fin de dar cabida a los miles de nuevos residentes que provenientes de otras regiones del país se estaban implantando en la ciudad, pero recurriendo a un elemento diferencial: la copia y el artefacto.

La iniciativa, llamada ‘*One city, nine towns*’ impresiona, por su escala y objetivos confesos. No en vano, preveía construir alrededor de la ciudad hasta nueve suburbios satélites, cinco de los cuales estarían dedicados arquitectónicamente a distintas culturas europeas y americanas. El proyecto es hoy una realidad y constituye, lamentablemente, uno de los ejercicios de hiper-realidad más frustrantes de la historia mundial pues las 9 ciudades permanecen vacías, integrando aquello que se ha denominado “*Ghost Towns*”.

Otras ciudades y territorios, de manera menos ambiciosa pero más pragmática, y haciendo uso de aquello que denomino nuevos minerales de la economía urbana han sabido encontrar yacimientos argumentales en estas piedras preciosas que hoy brillan bajo los rubros y categorías de la (polisémica) *Innovación, la Sostenibilidad, la Economía Colaborativa o la Economía Circular*, por citar algunas de las más rutilantes.

Para una ciudad con vocación de trascender y ser relevante más allá de su tradicional *hinterland*, componer y custodiar el relato y las virtudes de la Innovación Urbana, por ejemplo, constituye una oportunidad por atraer talento, inversiones y atención mundial y, a la vez, un compromiso permanente con la modernidad, las tendencias y su plasmación y vehiculización en proyectos e iniciativas que puedan arraigar en su territorio, generando oportunidades para sus ecosistemas productivos y ciudadanos.

En este esfuerzo por consolidar una resonante especialización de las ciudades en diversos rubros y universos semánticos, *-en las últimas épocas, la apuesta de muchas de ellas apunta claramente al concepto de Smart City-* el compromiso de la ciudad con este relato que la defina y signifique globalmente ha de ser asumido de manera solidaria y complementaria por todos los actores, *-públicos y privados-* que o bien la habitan, o bien la sustentan funcional y sentimentalmente (*influencers* digitales y otras personas que no viviendo en ellas están vinculadas/inciden en su devenir), alineando los esfuerzos del mundo empresarial, e institucional con los de las comunidades y colectivos urbanos comprometidos con el territorio, bajo fórmulas de liderazgo compartido en las que la apuesta por la política y el legítimo y transparente uso de las redes de influencia son definitivas para el éxito de los procesos. Ciudades como *Medellín, Ámsterdam, Tel-Aviv o Santander* (y sus líderes) entendieron pronto las virtudes de esta especialización temática de sus territorios y cadena de valor, destinando *recursos y discursos a estos proyectos de innovación urbana*.

Se trataría, pues, de una aplicación contemporánea del bíblico *“Salid y contadlo”*: una vez que la ciudad ha apostado *por ser la más innovadora, la más fértil para el emprendimiento digital o la más comprometida con la Sharing Economy –por utilizar tres casos reales y hasta complementarios-* orientar una parte interesante de los recursos al fortalecimiento práctico de este relato (*thinking by doing*), con el despliegue de un programa de *engagement* ciudadano bajo fórmula de acciones e iniciativas varias) al que ha de acompañar, inexcusablemente, un compromiso institucional y político con determinadas transformaciones estructurales que hagan posible la demostración empírica de las virtudes de ese relato innovador, pues lo contrario implicaría caer en una decepcionante impostura para la ciudad, que no sería entendida por la *audiencia global* a la que se dirige.

Por ejemplo, y por usar un caso real y cercano a quien esto escribe, parecería incompatible (*al menos, a priori*) plantear una defensa a ultranza desde determinados ámbitos del sector privado de la caracterización de Barcelona como ciudad idónea para el arraigo y despliegue de la Economía Colaborativa (*promoviendo la tematización y especialización de la oferta de la ciudad en este sentido*) y perseguir, desde las instituciones y haciendo uso de la coerción a los epígonos más mediáticos de la misma, como puedan ser hoy, Uber o AirBnB, por mucho que estos dos gigantes de la intermediación digital sean o no expresión verdadera y auténtica de esta *Sharing Economy*. En este plano, deseo y relato no casan con la eventual demostración empírica de los mismos.

Por este motivo, parece indispensable prestarle ya toda atención al emergente papel de las ciudades en esta arena internacional y a las herramientas, estructuras y estrategias que desde los ámbitos públicos (pero también crecientemente desde los privados) de estas ciudades se idean y ejecutan para la promoción, defensa y protección (proactiva y reactiva) de sus específicos intereses y de sus activos intangibles (*reputación, identidad, marca*), con creciente incidencia en las decisiones de gobierno, los presupuestos municipales, y en la capacitación de cuadros directivos públicos municipales para la conformación y difusión de un relato plural de la ciudad que se escribe cada día con la aportación de múltiples actores e instancias de lo urbano.

III.- ¿Existe una Nueva Gramática para la construcción del relato de las Ciudades? Comunicación, Influencia y nuevas dimensiones narrativas de lo Urbano

Como actores de una sociedad permanentemente conectada somos muy conscientes de que buena parte de los retos del planeta para los próximos años/décadas se hacen descansar en los ámbitos urbanos y para los que la política, la *buena política municipal*, debe ofrecer respuestas satisfactorias, que estén a la altura de los desafíos que nos impone la escasez de recursos y necesidad de su redistribución y las crecientes desigualdades económicas y la fragilidad de nuestros ecosistemas sociales y productivos.

En un contexto en el que las barreras para la acción internacional han ido desapareciendo, y en el que las relaciones globales empiezan a reconducirse por ámbitos complementarios a los del tradicional monopolio de la diplomacia ejercida por los estados-nación, las ciudades, elevadas por méritos particulares y colectivos (*la acción organizada en red*) al *Olimpo* de actores que definen la agenda universal de la gobernanza, se han convertido en espacios cada vez más relevantes para la acción política y la comunicación gubernamental, que adquieren unas dimensiones y matices singulares cuando se proyectan en clave urbana,

resultando especialmente relevantes e impactantes cuando se incardinan en relatos y narrativas que preconizan la innovación y la transformación disruptiva de un mundo hiper-conectado en permanente movimiento y competición.

Animados por este impulso de conquista de relevancia universal de las ciudades, desde hace ya algún tiempo asistimos a un interesante proceso, desde el punto de vista de la comunicación política e institucional (*que resulta más evidente en los ámbitos municipales pero que, por elevación, bien podría predicarse de otras esferas del gobierno y la acción de poder*) que nos muestra una consolidación de las fuerzas de proyección del relato de las Ciudades que se dicen más vanguardistas a través de atributos e iconos vinculados a los nuevos *trends* de la innovación urbana (*Smart City, Economía Circular, Resiliencia o la sobadísima Sharing Economy, por citar algunas*) y que están ayudando a conformar una *nueva gramática de la comunicación institucional y política* al servicio de la estrategia de las ciudades y que, en ocasiones (*aunque no siempre*) *contribuyen* a reconsiderar los activos intangibles que se proyectan del municipio .

Esta nueva *lingua franca* de la innovación urbana, que se recrea y reinventa de manera permanente a través de la interacción (fundamentalmente digital) de múltiples actores y *stakeholders* y que se proyecta como un vector de dinamización del marketing de ciudad y el *city branding*, está abarcando espacios crecientes del espectro semántico de lo que entendemos por Ciudad y ha terminado por desplazar a otros conceptos y etiquetas que, por obra y arte de una suerte de *obsolescencia narrativa programada*, han entrado en franca decadencia de relato (*quien se acuerda hoy de lo Cibernético, por ejemplo*).

Si observamos a nuestro alrededor, podremos detectar una creciente legión de capitales que, partiendo de estrategias y reflexiones frecuentemente solventes, han abrazado con interés el arte del storytelling urbano y la nueva diplomacia de ciudad, buscando erigirse en territorios idóneos para la innovación (París), el emprendedurismo (Amsterdam), la inteligencia urbana (Barcelona), la nueva economía colaborativa (Seúl) o el enfoque low carbon (Copenhague), por citar algunos de los etéreos vectores comunicacionales que marcan el discurso de las ciudades con vocación global y que corren el riesgo de comoditizarse y desgastarse (pues todos ofrecen lo mismo al mismo tiempo).

En este punto, la incidencia del sector privado y la iniciativa empresarial puede ser determinante para canalizar y potenciar la consolidación de determinados relatos e imaginarios globales de las ciudades, ayudando a promover y enriquecer la percepción general de los territorios como vectores de la innovación y el progreso.

IV.- El ‘Genius Loci’ en un mundo Global: la importancia del factor identitario en la proyección de un relato global de la Ciudad Inteligente e Innovadora.

Hace unos años (2011), la publicación de una sesuda tesis doctoral por parte del Historiador jienense Agustín Cócola titulada “*El barrio gótico de Barcelona: planificación del pasado e imagen de marca*” levantó una fuerte polémica en Barcelona pues, sobre la base de un exhaustivo trabajo de campo, el autor venía a tildar de “tramposo” al barrio gótico del que Barcelona presume ante millones de turistas cada año.

Entre la ira de los más tozudos guardianes de las esencias altomedievales de la Ciudad Condal y la decepción de otros observadores más moderados (*últimamente hay gente muy irascible*) venía este *osado* historiador a manifestar que este idealizado espacio medieval poco tenía en realidad de auténtico, pues obedecía más bien al enfoque de parque temático del siglo XX que a la sacrosanta categoría de glorioso epítome del pasado medieval catalán. Desde lo alto de la catedral menos de 100 años nos contemplan. Los datos no dejaban lugar a la duda: pese al tañir coral de los laúdes y la épica glosa de trovadores el conocidísimo puente de la calle del Bisbe, por poner un ejemplo, no ha cumplido aun ni 90 años. Igualmente, la fachada de la catedral de Barcelona cumplió 100 años en 2012, pese a que uno y otra, puente y fachada, son en último término la sublimación del relato que corona la *gotificación* a la que fue sometido el centro histórico de Barcelona durante la primera mitad del siglo XX.

Lo interesante de este episodio no es tanto la honestidad brutal del hallazgo sino la instrumentalización de un pre-existente relato arcaizante que en manos de una ciudad inteligente y astuta como Barcelona le ha servido para atraer más turistas e ingresos a la ciudad bajo un impulso moderadamente honesto de recreación argumental y sentimental de su pasado. No se lo inventó, sino que lo fortaleció aprovechando la percepción y lo que ahora se llama experiencia de usuario. Obviamente, esta realidad no es exclusiva de Barcelona, pues quien, por ejemplo, visite Varsovia en nuestros días contemplará un efectista *constructo* contemporáneo de ciudad que evoca a la ciudad medieval previa a los demolidores bombardeos sufridos durante la Segunda Guerra Mundial, que la redujeron a escombros.

En el polo opuesto de la tensión entre coherencia identitaria y pasado y el relato contemporáneo y especializado que se proyecta de una ciudad resulta siempre recurrente evocar la impactante híper-realidad de lugares como Las Vegas en Nevada o las ciudades chinas de Hangzhou o Shijiazhuang (o en una escala mucho menor pero igual de impactante la granadina ciudad de Padul, que aspira a convertirse en la Capital del Mamut) y que sirven también a una determinada estrategia de tematización mercantilista que las ha dotado de una impostada

naturaleza urbana, conformada por la suma acrítica de identidades prestadas, como aquellos *diletantes* que acudían a las neoyorquinas fiestas organizadas por Andy Warhol con las prendas más impactantes y absurdas para llamar la atención del Rey Midas de la cultura Pop, con desigual impacto y fortuna.

En este sentido, planteamos que a la natural necesidad de gestionar de modo óptimo los recursos públicos y de atender las necesidades funcionales de la ciudadanía (*que está en la base del buen gobierno de la cosa pública municipal*), todo programa de actuación e iniciativa que incida sobre el espacio y relato (percibido) de cualquier ciudad promovido por los poderes públicos debería incorporar, siempre, y de modo inexcusable, al menos los 3 primeros mandamientos de lo que denomino Manual de Influencia Urbana:

- La necesidad de ser conocidos y reconocidos como ciudad (Autenticidad Relevante)
- La exigencia de generar un sincero compromiso ciudadano y empresarial (*Engagement* Civicéntrico)
- La vocación de potenciar el contagioso sentimiento de pertenencia identitaria al lugar (Advocacy Territorial) y los beneficios de formar parte del mismo.

Estos 3 elementos, que son la base de un eficiente programa de *Embajada de la Ciudad* basada en los activos intangibles del territorio (reputación, marca, identidad) y desarrollada mediante una estrategia multicanal y multiplicidad de actores (*actores institucionales, ciudadanos, expatriados, influencers digitales etc.*), contribuyen, sin duda, a reforzar los componentes del Poder Blando/ Soft-Power del que hacen gala las Ciudades con vocación global en la arena internacional, aunque no pocas veces estos relatos se construyan sobre débiles bases argumentales basadas en la inspiración literal –*cuando no, en la copia grosera o la apropiación indebida*- de las propiedades y narrativas de otros territorios, sembrando dudas y desconcierto entre las audiencias y destinatarios del mensaje.

Por este motivo, la especialización territorial y el proceso dinámico de conquista semántica de un determinado concepto (*Ciudad Innovadora, por ejemplo*) debe responder a un elemental criterio de autenticidad. Supone aceptar que estamos dispuestos como ciudad a reflexionar y proyectar nuestro futuro bajo ópticas innovadoras y asumimos el cambio permanente como actitud, pero convencidos de que resultaría impropio y estéril no aprovechar todo el caudal de la historia, la cultura, los hitos ciudadanos y la fuerza de determinados relatos colectivos que conforman el hecho diferencial de los territorios para fortalecer la nueva imagen global de una ciudad.

En su virtud, *la astucia va por rubros y regiones*, y podríamos invocar, por ejemplo, la acción de las capitales del norte de Europa, que han sabido alinear su no tan antiguo compromiso con el medioambiente y la sostenibilidad con determinados argumentos e iconos, decisiones políticas y percepciones ciudadanas que las sitúan como vanguardia (también empresarial y productiva) de determinadas industrias y servicios asociados con ese compromiso perenne con el medioambiente.

Que Medellín, Puebla, Copenhague o Estocolmo, por ejemplo, promuevan oportunidades reales de negocio para empresas y emprendedores locales en lugares tan lejanos como China bajo la óptica de un relato colectivo y efectivo vinculado a la eficiencia energética y las soluciones comprometidas con la sostenibilidad no debería sorprendernos, pues ejemplifica, perfectamente, una alineación fértil e inteligente de relato, políticas públicas y resultados tangibles para la ciudad y su comunidad productiva y ciudadana. Si, además, ofrece su territorio (*lo que equivale a decir su morfología, ecosistema humano y empresarial y sus activos intangibles*) como laboratorio para la experimentación de soluciones vinculadas a este sector de la sostenibilidad, el valor de la ciudad danesa cobra una especial relevancia en el proceso, invocando las particularidades y virtudes de aquello que los romanos llamaron el *genius loci*, una suerte de *espíritu guardián* que da vida a la gente y a los lugares y los acompaña desde el nacimiento hasta la muerte, determinando su carácter o esencia.

V.- El (buen) Urbanismo como *terra incognita* en la construcción de una Identidad Global de los Territorios Inteligentes

En concordancia con estos antecedentes, y dado el creciente *manoseo* al que estamos sometiendo a los nuevos *minerales* de la comunicación política e institucional (innovación, inteligencia, economía colaborativa etc.) y a la sorprendente impostura en la que incurren territorios y líderes municipales en la presentación de sus credenciales internacionales, resulta sorprendente que pocas ciudades hayan realizado un ejercicio de introspección y análisis de sus activos y recursos más asequibles y relevantes en términos de identidad para construir sobre ellos un relato interesante, atractivo e influyente en el *teatro global de la reputación y el branding* como atributos privativos de su particular *Soft-Power*, prefiriendo sembrar el mundo de *Valles de Silicona difícilmente* reproducibles más allá de la Bahía de San Francisco.

De igual manera, la vocación (llamada) global que venimos apuntando como empeño de muchos territorios y que afecta a muchos ámbitos de ejercicio del gobierno municipal de las ciudades (*programas de inversiones, políticas industriales, estímulos fiscales y empresariales, turismo, políticas de empleo e internacionalización de activos e infraestructuras etc*) incide, de

manera especial en el campo de la (re) planificación urbana y el diseño de la ciudad (*verdaderas palancas de transformación y dinamización comunitaria y reclamos para la inversión exterior*), aunque no siempre emerge este plano de la acción sobre la forma y sustancia de la ciudad como la primera dimensión para la proyección global de las ciudades.

En este sentido, y de manera paradójica, el urbanismo de calidad, la optimización de usos urbanos y su reversibilidad adaptativa, la morfología funcional de los espacios públicos y su belleza, y en fin, el buen diseño territorial y sus capacidades de interacción con una ciudadanía cada vez más híper-conectada (interacción digital y real) no ocupan un lugar preferente en la agenda de la política municipal que se dice con vocación global, ni en los planes estratégicos de los municipios, pues parece que en muchos lugares el urbanismo cumple su función de mero proveedor masivo de recursos inmobiliarios, bajo estándares de pura funcionalidad y sometido exclusivamente a las leyes de un mercado especulativo que se ha revelado no pocas veces nefasto para nuestras ciudades.

Hasta la fecha, y por razones naturalmente distintas, sólo las *súper-capitales* mundiales como Nueva York, Londres o París han invocado este recurso al buen diseño urbano como atributo de su relato global, seguidas de cerca, por méritos propios, por ciudades naturalmente bellas como Buenos Aires, Barcelona, Ámsterdam, Viena o Vancouver, por citar algunos ejemplos de lugares en los que la narrativa de ciudad y el buen diseño y los criterios estéticos se alinean para dar forma a un imaginario universal que las convierte en destinos seductores e interesantes por una serie de atributos que apuntan directamente a su morfología e identidad como fundamento del relato.

Sin embargo, últimamente, en una era de creciente huída y desapego de lo físico y territorial –*se nos llenaron las ciudades de zombies digitales*– factores como el diseño, la estética o la escala humana del territorio y la ciudad han cedido su lugar a otros emergentes atributos de lo Urbano, que han colonizado el campo semántico de lo que entendemos por Ciudad, desvirtuando algunas de sus propiedades más esenciales, y empobreciendo, a mi juicio, el relato que de ellas se transmite.

En efecto, percibimos imágenes de ciudades que o bien se emborronan por la mezcla indiscriminada de los nuevos vectores narrativos (*ciudades innovadoras, emprendedoras, resilientes, inteligentes, sostenibles y así hasta el empacho*) o se ocultan bajo varias capas de maquillaje tecnológico e impostura digital (*Urbanismo de Instagram lo he denominado*) presentándonos territorios subyugados bajo el imperio del artefacto, el pragmatismo más lacerante y la dictadura del tiempo-real

En todo caso, más allá del *gadget*, las métricas y las entrañas funcionales de gestión de procesos de la Ciudad (saneamiento, distribución eléctrica, recogida de residuos etc., cuestiones *poco seductoras, por cierto, desde el punto de vista de la comunicación*) – que nos presentan relatos como el de la *Smart City* (del que participo cuando no se nos presente desvirtuado) e incorporando una visión contemporánea de la ciudad y su uso y apropiación por los ciudadanos, vengo definiendo que el buen diseño de nuestras ciudades, para generar efectos híper-locales e impacto global debería sustentarse en un *mix* de técnicas y saberes tradicionales del Urbanismo y la planificación territorial al que resulta indispensable incorporar un nuevo enfoque relacional de la Ciudad (Inteligente) que interprete de manera correcta el uso (y desuso) e interacción de usuarios/cosas/infraestructuras con los espacios e infraestructuras urbanas, actualizando la visión del territorio físico como lugar para las relaciones híbridas físico-digitales.

Esta nueva aproximación conceptual a los usos y moradores de la ciudad contemporánea, subraya la irrupción de una nueva sociabilidad urbana que caracteriza la vida actual de los ciudadanos en comunidades territoriales mixtas y difusas, fuertemente tecnologizadas y en las que los usos, modos y patrones de comportamiento, la alteridad y las relaciones con el propio medio urbano están cambiando de manera radical por la irrupción de dispositivos, nuevas mediaciones, interfaces personalizados y en todo caso, no pocas percepciones híbridas y aumentadas de la realidad (cuando no distorsionadas) y una pluralidad de identidades que obligan a pensar no sólo en los espacios públicos y las infraestructuras y equipamientos que los jalonan como espacios de socialización física sino lugares para la alteridad y el diálogo digital, constituyendo hitos de una actividad deambulatoria colectiva que se desarrolla, de modo intermitente, y mediado por los distintos lugares por los que discurren los nuevos ciudadanos altamente tecnologizados o Digizens.

En este sentido, enfoques alineados con el UX, User Experience aplicado al Urbanismo, o acciones *low cost* sobre *plazas y espacios públicos reinterpretados bajo enfoques de interacción, check-ins digitales, pantallas y sensores, espacios de ultraconectividad a internet que conviven con lugares que se erigen como santuarios de la desconexión por bloquear todo acceso a la red y a planos digitales, infraestructuras reactivas a la acción del usuario/ciudadano (fuentes, iluminación etc)* son algunas de las manifestaciones de este capital papel que reivindico desde aquí para el nuevo urbanismo –*ultracontemporáneo en su ideación, pero muy humano y sensorial en su ejecución y puesta en escena*- y que harán de él un fundamento del relato global de las Ciudades más inteligentes y pragmáticas, también de las Latinoamericanas.