

A modo de introducción

por Andrea Arouxet

Los hombres han recorrido, por diversas causas y propósitos, los territorios que formaban parte de su entorno y también aquellos que se encontraban más allá de su entorno. El movimiento, en la forma de viaje exploratorio, de conquista, pobló la fantasía y las acciones de casi todos los tiempos humanos. Viajar fue y es también una forma de construir la identidad.

El viajar no está actualmente determinado por el movimiento del desplazamiento sino por el desplazamiento sin movimiento, es la época de los viajes inmóviles. Y ese inmovilismo está establecido por el nuevo territorio; este nuevo territorio está relacionado con el saber, con el espacio invisible de conocimiento. Hay una nueva producción del mundo que no está instaurada ni por los medios de comunicación social ni por la red de tráfico de mercancías. Las nuevas redes construyen la circulación de conocimiento y de saberes que superan las fronteras nacionales y las fronteras de disciplinas, de oficios y profesiones.

Para que esas redes humanas sean eficaces deben apoyarse en las redes digitales que agilizan los intercambios de información y de conocimiento entre sus miembros. Ese espacio de saber debe constituirse como proyecto porque los instrumentos institucionales, técnicos y conceptuales deben converger para hacer navegable e inteligible dicho espacio.

Es cada vez más difícil definir las fronteras de nuestros territorios porque es cada vez más difícil definir nuestros territorios. Como bien señala François Ascher, gracias a los medios de transporte es posible vivir múltiples identidades territoriales: vivir en un lugar, trabajar en otro, hacer las compras en un tercero y divertirse en un cuarto. Internet agrega un nuevo espacio en el cual podemos, además de realizar compras o encontrar pareja, crear una red de conocimiento y de mutualización de saberes.

Podemos afirmar entonces que estamos en presencia de dos tipos de espacio digital, uno que corresponde al territorio digital, es decir a los espacios comunales en frecuencia digital y otro que corresponde al ciberespacio.

En el primer caso, nos referimos a la intersección entre un territorio físico y nuestros centros de interés específicos, son las comunidades locales de interés. Estas comunidades integran factores de identidad tales como el aspecto socioeconómico, cultural, deportivo, etc. El otro territorio digital, el ciberespacio, agrega un nivel de complejidad al análisis porque nuestras actividades online nos relacionan con otros grupos de interés y comunidades que no coinciden necesariamente con nuestra comunidad territorial.

El territorio digital renueva las nociones de límite y de espacio en la vida diaria. Es el espacio de la información y de la comunicación. El dominio de las ciencias de la información y de la comunicación trata sobre cuestiones diversas como la problemática de los nuevos medios de comunicación pero también el campo social.

Nuestro siglo es el siglo de la información, eso significa que los procesos de comunicación y de información intervienen en las transformaciones de los oficios, las relaciones y las culturas. Los estudios de comunicación relanzan las cuestiones sobre los lazos sociales, los límites del aprendizaje y se preguntan sobre la problemática de las representaciones sociales. El debate sobre el impacto de las NTICs sobre la vida social se ha extendido hacia otras cuestiones fundamentales como la evolución de las sociedades, el espacio público, etc.

La formación y la instrucción a distancia, el teletrabajo, las nuevas oportunidades para personas desfavorecidas (habitantes de zonas rurales, personas de la tercera edad, discapacitados), los cursos de iniciación a la informática, la formación continua, el comercio electrónico, modificaron la vida de los actores sociales.

La vida diaria experimenta una familiarización creciente con el mundo digital. Nuevos servicios podrían surgir como fruto de esta familiarización: la frecuencia de radio identificable por los tags, implantes corporales que accionan sensores ambientales. ¿Estaremos acaso por pasar de la jungla de cemento a la jungla tecnológica?

Esta visión de la sociedad de la información permite vislumbrar un futuro y la posible fusión entre la realidad física y la realidad digital.

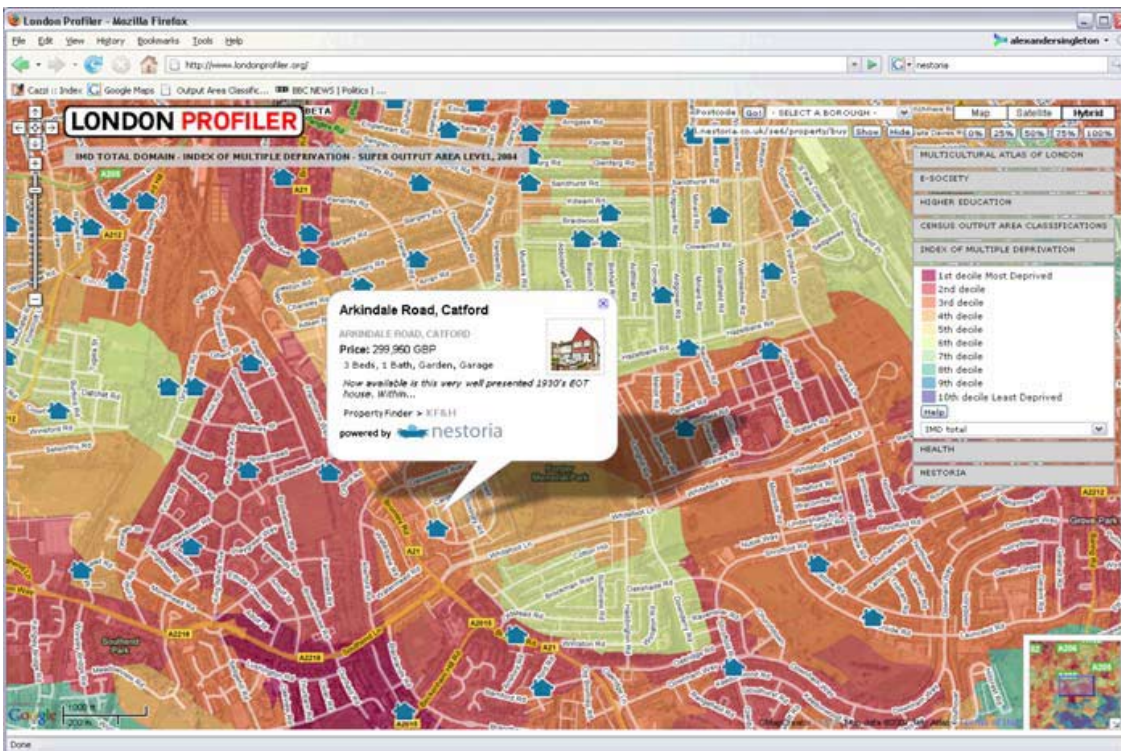
Las colectividades locales, los e-territorios y la inteligencia colectiva

Estos tres términos que pueden parecer alejados entre sí representan el centro mismo de la nueva gestión de los territorios. Esta nueva gestión responde a la necesidad de crear representaciones digitales de los territorios para poder identificar los lugares de vida, los lugares de actividades de sus habitantes y de los servicios públicos que se encuentran próximos. Las NTICs permiten formas de representación territorial que se traducen en formas cartográficas o representaciones gráficas (por ejemplo, diseños 2D, 3D, 3D tiempo real) capaces de traducir las informaciones heterogéneas de un territorio (economía, historia, desarrollo social).

Estas representaciones introducen una dimensión conceptual nueva que hace referencia tanto al territorio físico como al territorio relacional que sirve de objeto de mediación.

Una colectividad local puede incentivar el desarrollo de territorios digitales:

- Por la explotación de bases de datos territoriales (SIG, institutos cartográficos, geomarketing) combinados con elementos de Rich Media.
- Por la integración de datos heterogéneos en una plataforma de mutualización.
- Por el posicionamiento como territorio experto, lo que permite dirigir una estrategia de marketing territorial inteligente.
- Por la localización de especialización y el enriquecimiento de los conocimientos personales del territorio. Todos los habitantes pueden contribuir a la difusión de una región a través de publicaciones en línea, difusión de videoconferencias, organización de exposiciones virtuales, fiestas turísticas, valorización de saberes populares.



La gestión digital de territorios permite también relacionar zonas distantes pero que tienen características o problemáticas en común. Esta relación puede llevarse a cabo por listas de difusión, intercambio de información, videoconferencias, etc. Esta nueva territorialización digital permite asociar a los habitantes de la ciudad o de las regiones al trabajo de las universidades, empresas, gobiernos. Los habitantes de un barrio, de una ciudad pueden participar en línea con sus opiniones, sus comentarios de los trabajos de restauración, de

infraestructura.

Ciudad digital, ciudad de conocimiento

Zaragoza Milla Digital

La ciudad es el territorio del conocimiento por excelencia, sobre todo porque la ciudad constituye un elemento mayor del territorio digital. El proyecto Zaragoza Milla Digital (www.milladigital.es) es un proyecto del Ayuntamiento de Zaragoza para ayudar a que empresas, instituciones y ciudadanos se posicionen para formar parte del medio económico y social del siglo XXI. El proyecto tiene como finalidad configurar una Ciudad de la Innovación y el Conocimiento, en la que convivirán las viviendas, las empresas y los equipamientos bajo una orientación común volcada en las actividades intensivas de conocimiento, un urbanismo de gran calidad y unas infraestructuras avanzadas de telecomunicaciones. La creación de un nuevo tipo de espacio público permitirá reforzar las características del espacio público tradicional de la ciudad mediterránea mediante el uso de las tecnologías de la información.

Algunos ejemplos de los sistemas digitales y de programación que permitirán funcionar a los espacios urbanos de la Milla Digital:



Parada de autobús digital: modelo interactivo que proporcionará información y mapas sobre el trayecto que cada ciudadano quiera realizar, permitirá utilizar pantallas de visualización activadas de forma táctil o con el teléfono móvil y proporcionará conectividad inalámbrica.

Tiene además una arquitectura variable, que permitirá que la forma y la posición de los elementos de la marquesina cambien de acuerdo con las necesidades climatológicas del momento y del número de usuarios en el lugar.

- Estacionamiento inteligente: Búsqueda de estacionamiento disponible mediante el uso de la tecnología digital.

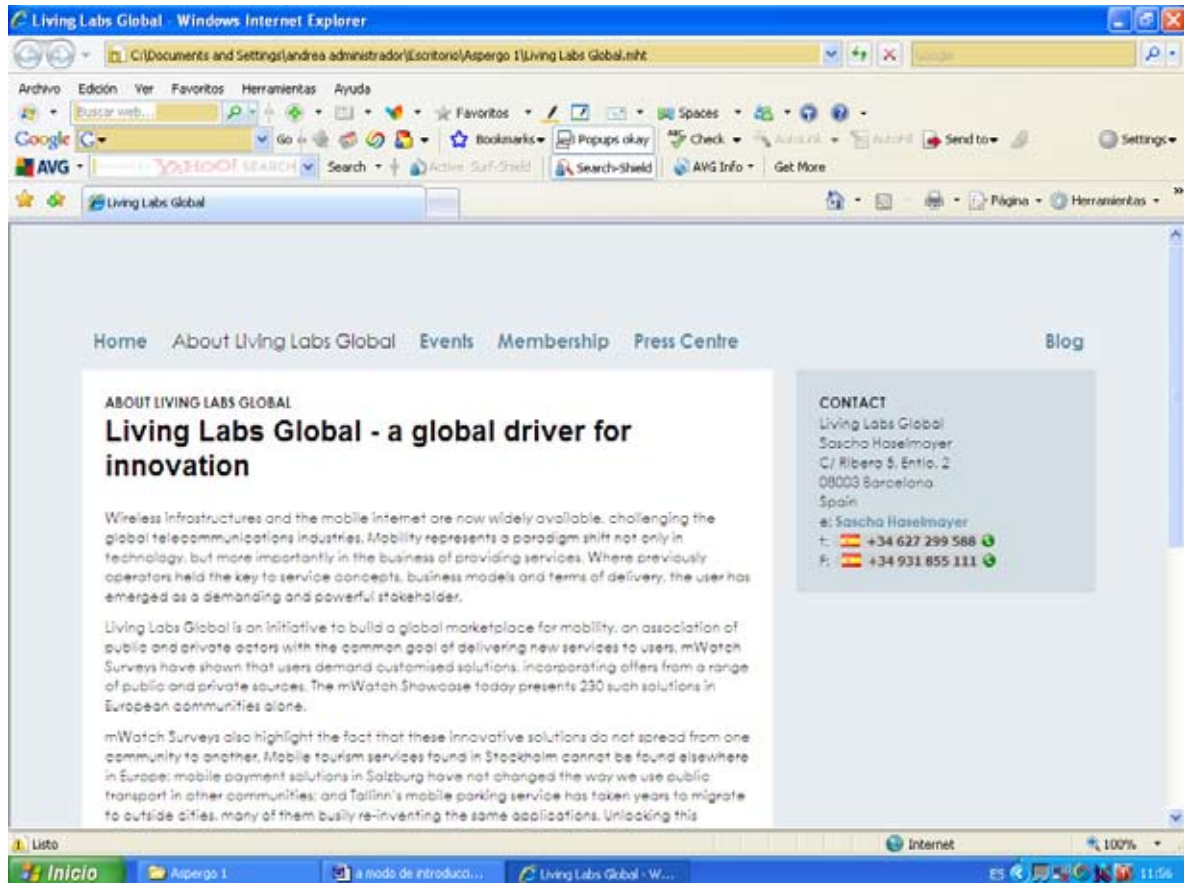
Living Labs

Otro ejemplo interesante son los Living Labs (<http://www.livinglabs-europe.com>), laboratorios urbanos a gran escala para el desarrollo y la innovación. La ciudad se convierte en un terreno natural de experimentación en la que los intereses de los usuarios, la administración pública y las empresas pueden converger.

Estos laboratorios asocian entidades públicas y privadas permitiendo a las empresas, organismos públicos, centros de investigación y a los habitantes integrar un proceso de innovación al crear y validar tecnologías, plataformas, servicios, productos, etc. Se trata de una iniciativa para crear un mercado global de nuevos servicios y expandirlos en otras comunidades. Así, por ejemplo, las soluciones en el sistema de pago móvil en Salzburgo pueden exportarse y adaptarse a otros mercados.

Es una especie de gran laboratorio donde la I+D se desarrolla en un contexto real. La finalidad es globalizar productos o servicios de un mercado específico y proyectar la colaboración internacional para lograr la excelencia y la eficiencia de los mismos. En el mundo globalizado, las ciudades y comunidades que prevalecerán son aquellas capaces de liderar la adopción de nuevos modelos de organización, tecnología y negocios.

Las ciudades y las regiones deberán crear servicios que promuevan redes de saber. Todo nuestro medio ambiente será un territorio de conocimiento a gestionar. Los territorios del mañana serán comunidades extensivas e intensivas de conocimiento.



Pierre Lévy habla justamente de inteligencia colectiva al referirse a esa posibilidad de nuevas formas de organización del saber. La inteligencia colectiva es la consecuencia de la posibilidad de pensar todos juntos. La nueva prosperidad de las naciones, de las regiones y de las empresas reposa en el desarrollo de una capacidad de navegación por el espacio de saber. Hacia fines del siglo XVI, el espacio estaba dominado por la circulación de las mercancías, bajo la forma de flujo de energías, transporte de materias primas, de capitales y de mano de obra. El movimiento de pérdida territorial (*déterritorialisation*) comienza a fines de la Segunda Guerra cuando se contestan los esquemas habituales de innovación y de tratamiento de la información para dar paso a una tecnociencia en la que la dinámica de la investigación y de la innovación económica encuentran caminos paralelos. En el nuevo territorio, con la evolución de los saberes y los instrumentos del ciberespacio, los actores deben aprender a producir otro tipo de conocimientos, otras identidades singulares y nuevas figuras sociohistóricas. Y esto es así porque este tipo de territorio está constituido por actores de la red con centros de intereses convergentes y que no viven necesariamente en el mismo espacio geográfico.

Según el economista Alvin Toffler, un nuevo sistema de riqueza aparece en relación con las modificaciones de nuestras relaciones con el tiempo, el espacio y el saber. La oferta global del conocimiento no cesa de aumentar y una buena parte de la e-economía se basará sobre sus modos de organización, acceso y distribución.

Turismo

Las TICs tienen un impacto directo sobre las perspectivas de promoción turística de una región. La geolocalización y la señalización digital del espacio permiten una movilización del patrimonio tanto cultural como natural de una región.

La geolocalización da la posibilidad al turista de crear un recorrido personalizado de un territorio, por ejemplo, mediante la utilización de tags. Las informaciones del mundo se vuelven visibles a través de la geoweb; la web se llena de datos geográficos que hasta el momento no eran accesibles.

Los equipos nómades como los lectores de MP3, iPod, Blackberry o los teléfonos celulares que permiten cargar mapas y agregar fotos, podcasts, crean visitas guiadas no tradicionales y personalizadas. Las intendencias y gobernaciones podrían subir a sus sitios las fotos de las regiones tomadas por los turistas, los podcasts más interesantes o crear links con los blogs sobre la región para utilizarlos para la promoción turística.

Los mapas web se orientan hacia contenidos individualizados constituyendo mundos virtuales que serán importantes en la nueva economía. Son la materia prima de la nueva geografía. Los mapas sensoriales y emocionales producen mapas diferentes del tradicional. Los tags abren una nueva perspectiva en la clasificación de los datos y la búsqueda de la información. El territorio será el lugar de reconocimientos cognitivos diversos que deberán ser tenidos en cuenta.



Mapa emocional de la línea de subterráneos de París

El impacto de las TICs sobre los territorios es real, los usuarios no permanecen indiferentes frente a lo que pasa en la red. Las TICs posibilitan la creación de redes sociales entre los individuos, las empresas y las organizaciones territoriales lo que puede derivar en una sinergia de recursos, saberes y conocimientos.

Las nuevas tecnologías crean un mundo de interrelaciones complejas entre el desarrollo de las ofertas tecnológicas y el contexto social, cultural, económico y político de los territorios. El desafío consiste en:

- Generar un espacio de encuentro social y crear un valor agregado de una región, ciudad y país.
- Desarrollar las competencias y las capacidades empresariales necesarias para afrontar la nueva economía: el comercio electrónico, los servicios a distancia, el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas de nuevas tecnologías.
- Defender la cultura local y regional a través de la constitución de una biblioteca de la memoria y de la experiencia de vida de los habitantes.

