

## **CULTURA Y CREATIVIDAD EN LA NUEVA ECONOMÍA URBANA: EVIDENCIAS, DISCURSOS Y CRÍTICAS<sup>1</sup>**

AUXKIN GALARRAGA EZPONDA

Departamento de Sociología y Trabajo Social  
Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea  
auxkin.galarraga@ehu.es

ÁLVARO LUNA GARCÍA

Departamento de Sociología 2  
Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea  
alvaro.luna@ehu.es

SANDRA GONZÁLEZ DURÁN

Departamento de Sociología 2  
Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea  
sandra.gonzalez@ehu.es

### **RESUMEN**

En la medida en que el papel de los sectores cultural, artístico y creativo en el desarrollo económico y social de las ciudades-región comienza a ser ampliamente reconocido gracias a las progresivas evidencias empíricas recogidas en los últimos años sobre su importante capacidad de dinamismo, innovación y conectividad global, las intervenciones de las diferentes administraciones públicas y agentes privados en este ámbito también han ido en aumento. Una vez que el sector industrial ha declinado de forma drástica y otras actividades terciarias de la economía urbana se encuentran estancadas o en declive (comercio, consultoría, servicios inmobiliarios, etc.), las formas de producción y trabajo cognitivo-culturales son crecientemente señaladas como

---

<sup>1</sup> Este artículo presenta referentes teóricos y analíticos trabajados en los proyectos “Innovación oculta: cambio de paradigma en los estudios de innovación” (FFI2011-25475; Acrónimo: INNOC), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España y “Mapa de la innovación en el sector cultural y creativo de Euskadi” (S-OA12UN002; Acrónimo: INNOCRE2), financiado por el programa de investigación SAIOTEK del Departamento de Desarrollo Económico y Competitividad del Gobierno Vasco, dirigidos, ambos dos, por Javier Echeverría Ezponda.

grandes impulsoras de la regeneración urbana, el posicionamiento global de las ciudades-región, la creación de empleo y la conexión con las vanguardias culturales. Si bien este proceso está facilitando una mayor visibilidad, apoyo y reconocimiento a las industrias y agentes culturales, artísticos y creativos que tradicionalmente han sufrido de forma intensa la precariedad, la baja o inexistente remuneración y la escasa valoración, también está propiciando una irrupción de las lógicas de mercado en ámbitos que hasta el momento han estado parcialmente desmercantilizados. Ello está generando diversas tensiones que afectan de forma destacada a la definición y el papel social y económico de la cultura en las ciudades.

**Palabras Clave:** industrias culturales y creativas, nueva economía urbana, ciudad creativa, desarrollo territorial.

**Código JEL:** Z1.

## **ABSTRACT**

Since the role of cultural, artistic and creative sector in the economic and social development of the city- regions is becoming widely recognized thanks to an increasing compilation of empirical evidence about its innovative and dynamic character, the policy interventions in this area have also been increasing. Once the industrial sector has declined dramatically and other tertiary activities of the urban economy are stagnant or declining (commerce, consulting, real estate, etc.), the cognitive-cultural economic activities are increasingly marked as major drivers of urban regeneration, capable to redefine the new positioning of the city-regions, and stimulate job creation. While the growing interest of public administration and private agents is providing greater visibility, support and recognition to cultural and creative industries, who have traditionally suffered from intense insecurity, deregulated labor market and underestimation, is also enabling the irruption of market logics in areas that have so far been out from market relations. This process is generating several urban contradictions, prominently affecting to the definition of the social and economic role of culture in 21st century cities.

**Keywords:** cultural and creative industries, new urban economy, creative city, territorial development.

**JEL Code:** Z1.

## **1. LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN LA NUEVA ECONOMÍA URBANA**

La ciudad moderna hace su aparición en la historia y evoluciona como consecuencia de la dinámica capitalista legitimando la formación virtual de la localización económico-espacial en el mundo moderno. Cada versión dentro de la historia del capitalismo está asociada con tipos característicos de ciudad, siendo la ciudad y su espacio un mecanismo de respuesta a las presiones impuestas por el sistema capitalista y, al mismo tiempo, actuando como condición de reproducción social continuada dentro de la misma configuración socio-económica. De esta manera, podemos concebir la ciudad en la sociedad capitalista como un conglomerado que

incorpora varios mecanismos (transporte, industria, oficinas, comercios, viviendas, trabajadores, familias, grupos étnicos) integrados en un conjunto funcional dirigido a propiciar la producción y acumulación económica. Este sistema es movido por multitud de decisiones individuales y acciones coordinadas a través de mecanismos de mercado; pero también es, al mismo tiempo e inevitable y consecuentemente, un escenario que aglutina un nivel de análisis más panorámico, la coordinación colectiva y la intervención política de las esferas más poderosas (Scott, 1988; 2008).

Dentro de la dinámica de cambio y reestructuración constante, los entornos urbanos han mostrado diferentes configuraciones, condicionadas e influenciadas por el avance tecnológico y socio-cultural de la modernidad hasta nuestros días. Así, en la actualidad y tras haber presenciado el auge y el relativo declive de la ciudad pre-industrial, la ciudad industrial y la precoz ciudad informacional y de servicios, el protagonismo principal recae sobre aquellos espacios urbanos capaces de generar un alto nivel de dinamismo y actividad en el seno de la “la economía cognitivo cultural” (cognitive cultural economy) (Scott, 2008), que genera profundas consecuencias en la configuración de la urbanización y de la vida social de las metrópolis. Según Allen J. Scott esta nueva economía cognitivo-cultural subsiste a partir de una serie de sectores entrelazados entre los que se encuentran tecnologías de producción intensiva, centros financieros de negocios, empresas de inversión, focos de diseño y manufactura en moda, industrias culturales, entidades de servicios y prestaciones personales, etc. Aunque este sistema continúa proliferando por todo el mundo, las ciudades contemporáneas reflejan las encrucijadas específicas de la transformación estructural que impulsa el nuevo orden global a los sistemas socio-económicos locales, dibujando a su vez una nueva geografía económica (Martin, 2007; Moretti, 2012).

Complementariamente a esta propuesta, también podemos abordar el estudio de la ciudad atendiendo a otro conjunto de dimensiones intervinientes en su crecimiento y evolución. Es posible encontrar un equilibrio entre los procesos socio-económicos que afectan y hacen evolucionar a la ciudad dentro de un estadio económico concreto como asimismo, considerar su estudio desde los marcos de representación simbólica de su espacio y funciones urbanas. De acuerdo con Scott Lash, el concepto de ciudad estrictamente moderna, o el advenimiento de la ciudad posmoderna, debe ayudarnos en el estudio e interpretación de los fenómenos urbanos. En palabras de Lash (1997: p.55), “si nos referimos al medio construido como algo modernista o postmodernista, estamos privilegiando su dimensión cultural, o la dimensión en la cual funciona como símbolo. Estamos destacando también que el modo de regulación espacial de una ciudad está estructurado por el medio de significación más que por la economía y el régimen de acumulación”. Sin embargo, “tiene tanto sentido hablar de una ciudad ‘postfordista’, ‘capitalista desorganizada’ o ‘capitalista tardía’ como hablar de una ciudad modernista o postmodernista”. Según continúa el propio autor, “los paradigmas culturales dependen de factores materiales, sobre todo de la acumulación de capital y de la formación y fragmentación de clase; pero estos factores culturales, una vez establecidos, desempeñan un papel importante en la definición de la estructura del espacio urbano”.

Dentro de estos paradigmas culturales, Lash hace una distinción importante entre lo que para él son dos tipos ideales de corrientes postmodernistas: la “principal” y la de “oposición”. La “principal” se centra en la “implosión de lo comercial y lo cultural posicionando a los sujetos en lugares fijos” y promoviendo una jerarquización social fundamentada en los objetos culturales que “funcionan como símbolos de estatus y como principios de distinción”. En el caso de la de “oposición”, “los objetos culturales funcionan no para crear distinciones de envidia, sino para construir la identidad

colectiva a partir del principio no-jerárquico de la diferencia” (Lash, 1997: p.60-61). Desde un punto de vista urbano, la corriente postmodernista “principal” resalta la importancia de la arquitectura individualista, “aurática, ornamental e historicista de los nuevos distritos financieros”; la corriente postmodernista de oposición, por el contrario, destaca la importancia del ideal de comunidad, de calle, y la noción de laberinto al más puro estilo del urbanismo gótico. “Se propone invalidar la separación entre trabajo y ocio, entre funciones culturales y funciones económicas. Se propone superar la separación entre arquitectura y comunidad” (Lash, 1997: p.60-61).

Ambas corrientes, aunque opuestas en su régimen de significación, exponen las dinámicas del régimen de acumulación de capital conocido como post-fordismo o como capitalismo desorganizado; es decir, un desplazamiento hacia la producción y el consumo en masa, la terciarización económica, la fragmentación de la clase obrera y la nueva aparición de un individualismo concebido desde las políticas económicas neoliberales thatcheristas o reaganistas (Lash, 1997: p.61). Una nueva economía de mercado que, desde el régimen de significación del postmodernismo principal, entiende la regulación del espacio urbano desde el mercado, mientras que el postmodernismo de oposición lo hace desde la regulación comunitaria. De modo que, hablar de un proceso de cambio desde el fordismo al postfordismo o desde el capitalismo organizado al capitalismo desorganizado, es hablar de “re-estructuración productiva” y “desorganización social concreta”, como lo es también hablar de modernidad y postmodernidad. De esta manera, en la medida en que asistimos a la culturalización de la economía también avistamos crecientes procesos de economización de la cultura.

Conocer de qué forma interactúa esta cultura postmoderna con el nuevo régimen de acumulación postfordista o de capitalismo desorganizado, es una cuestión necesitada de respuesta ya que el nuevo régimen de acumulación se está convirtiendo, progresivamente, en un régimen de significación debido a que una gran “proporción de los bienes producidos son, bienes de carácter cultural” (Lash, 1997: p.62). Este nuevo régimen de acumulación basado en la economía cultural, en el objeto cultural como mercancía, fundamenta sus relaciones de producción y sus estructuras socio-laborales, también desde la diferencia cultural y la distinción del estatus económico y social. Y las ciudades se convierten asimismo, conjuntamente, en símbolos y representaciones de la nueva economía de la cultura. Comprender esta evolución en su conjunto es un proceso fundamental si queremos acercarnos al análisis de los procesos socioeconómicos y laborales dentro de la ciudad contemporánea. En este contexto, hemos asistido a un notable incremento de los debates sobre los recursos y características de la nueva economía urbana, crecientemente globalizada, en su interacción con las estructuras sociales y componentes culturales territorializados.

Teniendo en cuenta que las actividades económicas más representativas de este nuevo tiempo histórico se caracterizan por un alto grado de generación, explotación, transferencia y difusión de conocimiento e información, John Howkins (2001) caracterizó las actividades más vanguardistas en esta área como la “economía creativa”. Aunque los conceptos de economía cognitivo-cultural y economía creativa, tal y como la planteó Howkins, parten de tradiciones teóricas diferentes comparten una clasificación similar de actividades económicas a la hora de determinar la composición de la nueva vanguardia económica. Por un lado, las dos concepciones destacan el papel de las actividades económicas ligadas a la investigación científica, el desarrollo tecnológico, el sector financiero y la fabricación industrial como importantes motores de la actual economía. Pero, a su vez, también ponen énfasis en la creciente relevancia de las industrias culturales y las industrias creativas como ámbitos en los que se concentra

una alta creatividad, capacidad innovadora y generación de valor, que hasta fechas recientes no habían sido apenas considerados como ámbitos generadores de innovaciones de relevancia económica suficiente. Mientras el conocimiento acumulado sobre las actividades económicas con un marcado carácter industrial y de desarrollo tecnocientífico ha sido muy amplia gracias a la atención prestada por parte de investigadores de diversas ramas científicas, los análisis de las industrias culturales y creativas se encuentran en una fase todavía inicial aunque incipiente (Parrish, 2005; Flew, 2011).

La propia demarcación del concepto de industrias culturales y creativas ha resultado problemática y controvertida, suscitando una fuerte oposición desde su surgimiento, debido a que en opinión de los críticos subsume la praxis cultural a la lógica industrial y capitalista (Adorno, 1967), poco a poco el concepto ha ido ganando terreno y aceptación, pasando a formar parte de la agenda de las políticas culturales (Bianchini, 1993; Cunningham, 2004), las políticas urbanas (Landry, 2000; Strom, 2008) y crecientemente de las políticas industriales y de innovación (European Commission, 2011; OECD, 2011). Las industrias culturales y creativas se han convertido tanto en un ámbito de análisis más profundo principalmente desde la economía de la cultura como de intervención política a medida que se ha ido constatando su aportación al crecimiento económico de las ciudades-región, la creación de empleo, la innovación (aunque se produzca en ocasiones sin I+D) y la cohesión social (UNCTAD, 2010).

La discusión y el debate sobre qué es lo que forma parte de las industrias culturales y creativas, qué diferencias pueden establecerse sobre las tradicionales industrias y agentes culturales y cuál es el papel que juegan en los procesos de regeneración urbana y desarrollo territorial siguen siendo de alta intensidad. Tal y como destaca en sus escritos Javier Echeverría (2011; 2013), la definición, conceptualización y aportación del conjunto de las industrias culturales y creativas sigue siendo un terreno todavía sin clarificar, aunque de especial relevancia por las implicaciones que su concreción tiene para el correcto alcance de las políticas públicas dirigidas a su expansión. A riesgo de ser excesivamente telegráficos, las conceptualizaciones más exhaustivas realizadas sobre las industrias culturales y creativas definen a éstas como un mosaico de actividades que elaboran y transfieren bienes y servicios culturales, artísticos, populares y de entretenimiento con un alto grado de creatividad, innovación, nuevas habilidades y vivencias donde los elementos simbólicos e identitarios juegan un papel central (Caves, 2000).

Aunque tradicionalmente se ha establecido una diferenciación entre las industrias culturales y las industrias creativas, a partir de la definición realizada por el organismo Creative Industries Task Force (1998) creado por el gobierno laborista de Tony Blair en 1997, los dos sectores se han ido integrando en una perspectiva unitaria debido a su estrecha interconexión de cara a un mejorado análisis estadístico de su aportación económica que propicie un enfoque más ajustado de las políticas culturales, industriales y de innovación del presente y del futuro. Partiendo de tales definiciones, a día de hoy el referente principal en lo que respecta a las conceptualizaciones y los sistemas de medición de las industrias culturales y creativas lo ha establecido el grupo de expertos de la red ESSnet Culture (2012) de la Comisión Europea que está basado en el concepto de actividad cultural, distinguiendo entre dominios, funciones y dimensiones de la cultura, pero integrando también a las industrias creativas. La propuesta del grupo de expertos tiene como objetivo una actualización del marco estadístico y de medición de Eurostat diferenciando 10 dominios culturales y 6

funciones culturales recogidas en la Figura 1, aunque también deja la puerta abierta a que en algunas regiones pueda reconocerse un mayor número de dominios culturales debido a las características culturales propias de cada territorio:

**Figura 1: Clasificación de los Dominios y las Funciones Culturales de las Industrias Culturales y Creativas**

<b>Dominios Culturales</b>	<b>Funciones Culturales</b>
Patrimonio Cultural (museos, lugares históricos, lugares de interés arqueológico, patrimonio intangible)	Creación
Archivos	Producción y Edición
Librerías	Difusión y Comercialización
Libros y Editoriales	Preservación y Conservación
Artes Visuales (Artes plásticas, Fotografía, Diseño)	Educación
Artes Escénicas (música, danza, teatro, artes combinadas y otros espectáculos en directo),	Gestión y Regulación
Audiovisual y Multimedia (cine, radio, televisión, video, grabación de sonido, multimedia, videojuegos)	
Arquitectura	
Publicidad	
Artesanía	

Fuente: ESSnet Culture (2012)

## **2. VIRTUDES Y LIMITACIONES DE LA NUEVA ECONOMÍA CREATIVO-CULTURAL**

El notable incremento de interés de las industrias culturales y creativas como ámbito de análisis se debe principalmente a dos constataciones. En primer lugar, diversos estudios empíricos y acercamientos analíticos muestran que la dimensión y el peso económico de las industrias culturales y creativas como motor de la economía cognitivo-cultural es realmente notable y viene incrementándose además en multitud de ciudades-región tanto en países desarrollados como en países en desarrollo (DCMS 2001; Power & Nielsen, 2010; Barrowclough & Kozul-Wright, 2011; CEBR, 2013). La aglomeración y concentración de actividades culturales y creativas se produce en ciudades-región gestando “clusters culturales” (Cooke & Lazzeretti, 2008) y “distritos culturales” (Santagata, 2002). Ello ha propiciado que diversos autores hayan definido a los entornos geográficos más destacados en el desarrollo de la economía cognitivo-cultural y de las industrias culturales y creativas como “ciudades creativas”, caracterizadas por una acumulación de actividades intensivas en conocimiento, innovación y creatividad que muestran importantes ventajas competitivas y una alta atracción de capital humano cualificado, inversiones, visitantes y recursos (Landry & Bianchini, 1995; Florida, 2005).

Como segunda constatación que ha impulsado un incremento de la atención sobre las industrias culturales y creativas, destaca el hecho de que los diversos subsectores clasificados en estos ámbitos se caracterizan por concentrar actividades culturales y económicas con un alto grado de innovación, creatividad, capacidad relacional y acumulación de personal altamente cualificado que ha sido muy poco reconocido y estudiado en comparación con la atención prestada a las actividades más tradicionales ligadas al desarrollo tecnológico y la producción industrial (Bakhshi &

Throsby, 2010). Es por ello que las industrias culturales y creativas conforman uno de los más importantes segmentos dentro del campo de las “innovaciones ocultas” (Miles & Green, 2008). Esto es, actividades innovadoras que no son detectadas ni medidas por los indicadores habituales y que se encuentran al margen de las políticas de innovación en los diferentes países en los que éstas se formulan, pero que en diferentes contextos, especialmente en las grandes aglomeraciones urbanas, pueden llegar a superar en dimensión y aportación económica a las innovaciones tecnológicas que proceden de la investigación científica y el desarrollo tecnológico.

A la falta de visibilidad y reconocimiento de la capacidad innovadora de las industrias culturales y creativas se le une la todavía escasa producción científica generada sobre las características del mercado laboral y de los perfiles profesionales en este sector. Los análisis y miradas realizadas a este respecto tanto desde la economía de la cultura como desde la sociología del trabajo han obtenido hasta el momento únicamente una visión parcial e incompleta del contexto laboral en el que se encuentran inmersos los artistas y creativos. La amable caracterización de Richard Florida (2010) sobre la clase creativa que el autor estadounidense caracteriza en base a su alto nivel de instrucción, capacidad creativa, hipermovilidad, autonomía, tolerancia, conectividad, niveles salariales medios y altos y condiciones dignas de empleo resulta muy difícilmente generalizable a todos los trabajadores involucrados en las actividades de la economía creativa. La definición de Florida solamente parece encajar para una élite minoritaria dentro incluso entre los trabajadores de los sectores de vanguardia del capitalismo contemporáneo, mientras oculta las verdaderas condiciones de desregulación y desamparo a las que se enfrentan segmentos completos de trabajadores ligados a la denominada economía creativa.

Por todo ello, cada vez un mayor número de estudios y análisis han centrado sus esfuerzos en clarificar las características de los entornos laborales en el seno de las industrias culturales y creativas desde la preocupación por la falta de reconocimiento sobre la capacidad innovadora del sector, y la exclusión a la que han sido sometidas las políticas de innovación dirigidas al sector industrial, favoreciendo una estructuración y profesionalización caracterizada por la precariedad, la irregularidad, el auto-empleo, la fragmentación y la atomización. Aunque la falta de criterios completos y compartidos de clasificación, medición, acercamiento y contraste del papel de las industrias culturales y creativas supone una barrera importante para acercarse a la realidad laboral que viven los trabajadores de la economía creativa, durante los últimos años asistimos a una eclosión de investigaciones tanto cuantitativas como cualitativas que vienen a remendar la poca atención prestada desde la economía de la cultura y la sociología del trabajo a este ámbito de estudio.

Los análisis que hasta el momento se han realizado han tratado de arrojar algo más de luz sobre tres aspectos centrales que determinan la realidad laboral en el sector cultural y creativo. En primer lugar, se han llevado a cabo importantes esfuerzos por comprender en mayor profundidad tanto la estructura empresarial como la organización industrial del sector (Leadbeater & Oakley, 1999; UNCTAD, 2010; Rowan, 2010). En segundo lugar, el ámbito de estudio de las trayectorias y condiciones laborales de los trabajadores ligados al sector cultural y creativo ha sido el más fructífero debido a la centralidad que este aspecto ha tenido para el conjunto de los análisis realizados en este campo, tanto desde acercamientos cuantitativos completados mediante encuestas a profesionales del sector (Throsby & Zednik, 2011; Markussen, et. al., 2006; Bakshshi, et. al. 2008), como a través de análisis cualitativos dirigidos al conocimiento de la estructura ocupacional y las oportunidades laborales en el seno del sector cultural y

creativo (Menger, 1999; Hesmondhalg & Baker, 2011; De Peuter, 2011; Cohen, 2012). En tercer lugar, se están realizando importantes investigaciones dirigidas al análisis de la formación, la capacitación y las competencias necesarias para el desarrollo de las capacidades profesionales de los artistas y creativos en un entorno laboral plagado de barreras y dificultades (Bridgstock, 2013).

Tales acercamientos nos han permitido visualizar y cuantificar la inestabilidad de las trayectorias profesionales, el alto nivel de versatilidad de los artistas y creativos, la escasez de trabajo remunerado en el sector, las dificultades para generar ingresos a través de los trabajos artísticos y creativos y los niveles de cooperación existentes en el sector, dibujando un contexto profesional que encarna las contradicciones más significativas del capitalismo contemporáneo: flexibilidad extrema, autonomía, desprotección, cierta tolerancia de la desigualdad y formas innovadoras de cooperación y trabajo en equipo. De esta manera, las investigaciones realizadas muestran cómo la alta precariedad que sufren los trabajadores vinculados a las industrias culturales y creativas se oculta tras la autorrealización, la multiactividad, la economía sumergida y las redes comunitarias de apoyo y colaboración.

### **3. CULTURA Y CREATIVIDAD COMO INSTRUMENTOS DE REGENERACIÓN URBANA**

La literatura académica preocupada por los procesos de cambio socio-estructural y urbanístico de las ciudades contemporáneas ha venido destacando dos procesos entrelazados que han redireccionado las políticas públicas hacia nuevos objetivos y necesidades, donde la prioridad ya no es la distribución de bienes y servicios en las ciudades sino la promoción económica y las políticas de generación de riqueza (Harvey, 1989). Por un lado, el creciente proceso de globalización arrastra a los gestores públicos de diversas ciudades de todo el mundo a la asunción de los criterios de competitividad y productividad estimulando, en el proceso, nuevas formas de respuesta institucional a nivel regional, local y municipal que desde posiciones críticas ha sido definido como “urbanismo empresarial” (Hall, 1996; 2001; Ascher, 2007). Por otro lado, la re-estructuración industrial de los años 80, pone de manifiesto a través del acuerdo de la mayor parte de urbanistas y planificadores, que los problemas más graves de la decadencia urbana y el desarrollo desigual de las regiones se relacionan con importantes cambios en la organización productiva y en la tecnología corporativa de la producción industrial, así como en las divisiones sociales y laborales que de ellas se derivan (Lash & Urry, 1998).

Ante los diferentes retos y desafíos planteados con la aparición de la fuerte crisis de las ciudades industrializadas emergen con fuerza discursos y perspectivas que plantean la necesidad de una re-estructuración y reactivación económica de los modelos productivos de las áreas industrializadas que aliente a su vez la transformación y regeneración de los espacios urbanos y regionales. A partir de mediados de los años 80 las perspectivas sobre el desarrollo territorial basadas en la distribución de la riqueza, la reducción de las desigualdades regionales y la cohesión social quedan relegadas por planteamientos que priorizan la vertiente emprendedora, atractiva y competitiva de las ciudades y las regiones en un nuevo marco de competitividad global. La ciudad se convierte en un espacio disputado que asiste a una guerra de planteamientos y formulas urbanísticas, convirtiendo el área metropolitana y su región en un instrumento eficaz de

persuasión sugestiva para la inversión económica y productiva con miras a un mejor posicionamiento y una mejor imagen (Moulaert, Swyngedouw & Rodríguez, 2001).

Según la paradigmática argumentación de Richard Florida (2010) que ha calado hondo en las políticas y discursos de la planificación estratégica urbana, las ciudades más competitivas y de mayor dinamismo son aquellas que han sabido crear un entorno social abierto a la creatividad y la diversidad cultural, capaz de generar y atraer el talento del siglo XXI. Esta fuerza de trabajo creativa se ve atraída hacia lugares que ya tienen una masa crítica de personas y actividades creativas. Es decir, las personas creativas se ven atraídas hacia las comunidades y poblaciones donde se concentran otras personas creativas que son similares en términos ocupacionales pero con identidades muy diversas. Las sinergias que resultan de las nuevas combinaciones de creatividad cultural o artística con capacidad emprendedora e innovación tecnológica son clave para la prosperidad en la nueva era de la producción basada en el conocimiento. Pero estas sinergias sólo se dan en entornos localizados donde las personas con talento eligen no solo trabajar sino también vivir.

La ventaja competitiva de las ciudades estaría precisamente en su capacidad para producir, atraer y retener la fuerza de trabajo que juega un papel clave en la producción de conocimiento e innovación; es decir, que aporta las ideas, el saber hacer, la creatividad y la imaginación que son fundamentales para el éxito económico (Glaeser, 2011). Sin embargo, tal y como muestran sus análisis empíricos (Florida & Tinagli, 2004), el talento es atraído y retenido por las ciudades-región, pero no por cualquier ciudad-región. Los espacios creativos e innovadores son aquellos capaces de aunar lo que denomina como las “3T’s”: tecnología, talento y tolerancia. Así, el elemento decisivo en el comportamiento económico y la competitividad de las ciudades es el carácter social de las mismas; es decir, los lugares que ofrecen una mayor calidad de vida y que mejor acomodan la diversidad son los que tienen más capacidad para atraer y retener el talento y los más eficaces en la generación de actividades intensivas en tecnología. De esta manera, al poner el énfasis en los ecosistemas creativos y las condiciones necesarias para su creación, Florida destaca el papel de la tolerancia como la variable social determinante de la creatividad. La existencia de una cultura abierta y desprejuiciada funciona como una de las variables más significativas a la hora de atraer y retener el talento, convirtiéndose en uno de los factores impulsores de la aglomeración de individuos creativos y por extensión de las dinámicas innovadoras. Los trabajadores del conocimiento (científicos, ingenieros, investigadores, artistas, creativos, etc.), parecen mostrar pautas de movilidad atraídas por ecosistemas abiertos, caracterizados por una amplia diversidad cultural, social y sexual.

De hecho, las metodologías de benchmarking regional elaboradas tanto para la medición del potencial de desarrollo de la ciudad creativa (Landry, 2012), como de los índices de creatividad (Florida, et.al., 2011), las pautas de localización de las industrias culturales y creativas (De Propris, et. al., 2009) y de los clusters culturales (Boix, et. al. 2013) muestran una desigual distribución territorial de las capacidades creativas, caracterizada por una fuerte tendencia a la aglomeración en ciertas ciudades-región y, en consecuencia, claras asimetrías regionales en lo que respecta a las aportaciones económicas, sociales y culturales del sector cultural y creativo. Aunque centradas principalmente en las actividades económicas industriales y de servicios avanzados, las diversas aportaciones teóricas generadas en el seno de las perspectivas de desarrollo endógeno vienen destacando la estrecha y compleja articulación entre los rasgos institucionales, culturales y socio-estructurales que condicionan las capacidades innovadoras y creativas de los territorios. Desde esta perspectiva, las ventajas

competitivas se derivan cada vez más de factores locales y específicos a los territorios – como el conocimiento, la creatividad, las relaciones sociales, las redes de confianza, etc.–, que convierten a cada espacio en singular y diferenciado del resto (Benko & Lipietz, 1998; Veltz, 1999; Vázquez-Barquero, 1999; Cooke & Morgan, 1999; Cooke, 2002).

Sin embargo y paradójicamente hemos asistido a una extensión mundial de perspectivas estandarizadas que han recurrido al marketing urbano convertido tanto en recurso como en objetivo de las políticas urbanas y de promoción económica, donde la ciudad tiende a discriminarse a través de los distintivos ornamentales que la cualifican simbólicamente para convertirse en foco atractivo de inversiones y recursos notoriamente significativos (Sáez, Mediano & De Elizagarate, 2011). Se inicia un proceso de urbanización especulativa que, postergando las peculiaridades culturales y humanas de lo urbano como exponente democrático del área metropolitana y su región, prioriza los intereses sesgados y fragmentarios que caracterizan la convivencia “desurbanizada” de la ciudad mercantilizada (Borja, 2013). La construcción social de la nueva imagen postindustrial de la ciudad implica la transformación de las prácticas, las representaciones y sobre todo del imaginario compartido de los habitantes. Esto es, que las significaciones asociadas a la ciudad industrial en declive (sucia, fea, peligrosa, degradada, insalubre, etc.), den paso al imaginario de la ciudad postindustrial (bella, limpia, vanguardista, multicultural, creativa, inteligente, sostenible, etc.) (Rodríguez & Vicario, 2005).

Este urbanismo empresarial implica a su vez un nuevo modelo de gobernanza urbana que articula nuevas lógicas de intervención en la cual los recursos públicos se ponen al servicio de los intereses privados priorizando la rentabilidad, la eficacia en el corto plazo y la recuperación de las plusvalías (Harris, 1997). La creciente importancia del gobierno regional y local en la gestión conduce a una acumulación de instrumentos, recursos y mecanismos de gestión en la que se entrecruzan sin equilibrio interno la emergencia de nuevos actores clave, la participación ciudadana, las agendas de desarrollo local, los planes estratégicos y los grandes proyectos urbanos. En este terreno, las agencias de regeneración urbana adquieren un papel protagonista como los claros exponentes de la experticia profesional (certified expertise) que asume la gestión científico-técnica de las nuevas prioridades en el ámbito urbano, desbancando a la experticia vivencial (experience-based expertise) que aportan los ciudadanos y usuarios de la ciudad a través de sistemas de participación ciudadana (Häikiö, 2007; Galarraga, González & Luna, 2012).

En concordancia con esta lógica de reconstrucción física y simbólica, y de reinención económica de la ciudad, emergen los grandes proyectos de especulación del suelo urbano, la gran mayoría, con codiciados proyectos arquitectónicos, elaborados por las firmas más vanguardistas del momento. Dichos proyectos están orientados a rentabilizar y ennoblecer la imagen simbólica y artística de la metrópoli, actuando, a la vez, de catalizadores urbanísticos y estimuladores de grandes capitales externos donde el turismo, las grandes multinacionales, la inversión en I+D+i, los centros de investigación, la organización de conferencias, festivales, acontecimientos deportivos, etc., componen los ingredientes fundamentales de sus políticas de regeneración (González, 2011). Estas estrategias han acuñado el nombre de flagship projects reformulando, desde los años 80, toda una nueva metodología de aproximación a los procesos de regeneración urbana, a través de sistemas y mecanismos de nueva gobernanza entre los sectores públicos y los agentes privados. Especialmente significativos dentro de estos casos han sido los waterfronts urbanos, como intento de

reestructuración arquitectónica y aperturista de las ciudades que daban la espalda a los ríos que las atravesaban, y que ahora dinamizan la vida social y cultural en torno a ellos (Kotler et al., 1994; Healey, 1990; Precedo, 1993; Brunet & Sallois, 1986; Paddison, 1993).

En este contexto, asistimos a una reformulación del papel de la cultura y la creatividad en los entornos urbanos. Además de su valoración como dimensiones esenciales en la democratización del conocimiento, la educación multifacética y el enriquecimiento de los valores ciudadanos, en las últimas décadas se les ha venido asignando un protagonismo económico cada vez más reconocido (Hall, 2000). Los esfuerzos por impulsar la ciudad inclusiva han cedido terreno frente a la ciudad productiva que instrumentaliza la cultura y la creatividad para convertirlos en recursos mercantilizados y monetarizados al servicio de una redefinición estética y simbólica de la ciudad (Balbo, Jordan & Simioni, 2003). Con ello, se produce una hiperestitización del espacio urbano que genera una dualización entre la definición que sobre la ciudad realizan los responsables institucionales y los usos y funciones que los habitantes otorgan a su espacio convivencial.

Las principales intervenciones que en los últimos años se han realizado desde esta nueva visión instrumental de la cultura y de la creatividad se han orientado en una triple dirección.

- En primer lugar, las estrategias de regeneración urbana y el fomento de las nuevas economías urbanas ha centrado sus esfuerzos en la implementación y el refuerzo de la oferta cultural (equipamientos, servicios, animaciones, actividades, etc.) capaz de generar atractivo turístico y comercial e incluso conseguir la captación de trabajadores del conocimiento o individuos que pudieran formar parte de la denominada clase creativa (Guerrero, et. al, 2012).
- En segundo lugar, los gobiernos locales, regionales e incluso estatales vienen situando durante los últimos años como objetivo el desarrollo y la promoción de agentes, empresas y colectivos que generan productos, servicios y vivencias culturales, imitando o replicando en numerosas ocasiones las prácticas ejemplares llevadas a cabo por responsables institucionales de las regiones con una alta concentración de industrias culturales y creativas (O'Connor & Gu, 2010).
- En tercer lugar, se persigue la estimulación de una cultura social innovadora y creativa que desde valores como la diversidad, la colaboración, el networking, el emprendizaje, la internacionalización, etc. favorezca la aparición de ideas y proyectos innovadores, start-ups y nuevos modelos de negocio en el sector cultural y creativo en concordancia con las vanguardias tecnológicas, empresariales, sociales y culturales del momento (Costa, 2008).

Ciertamente los resultados económicos directos de tales estrategias han sido dispares, y específicos a los casos concretos. La dualidad y diversidad de efectos y consecuencias que han generado en los entornos urbanos nos advierte de que las citadas estrategias no conducen de forma automática y segura al éxito. El atractivo que emanan etiquetas como la ciudad creativa o la ciudad inteligente son en muchas ocasiones un recurso para apuntalar discursos propagandísticos e ideológicos que legitiman un modelo de desarrollo económico del cual se ensalzan sus logros, a la vez que también se ocultan y e invisibilizan sus males. Diversos investigadores han venido alertando sobre

la falta de suficiente contrastación empírica y analítica existente por el momento en torno a la dimensión, la aportación, los rasgos y los procesos impulsores de las industrias culturales y creativas como para acoger con los brazos abiertos etiquetas y denominaciones e incorporarlas sin acritud a la retórica de las políticas públicas (Belfiore, 2009). Por todo ello, resulta preciso reflexionar sobre las contradicciones inmanentes que emergen asociadas a los procesos impulsores de la ciudad creativa.

#### **4. CONTRADICCIONES EN EL SENO DE LA CIUDAD CREATIVA**

Teniendo en cuenta que los esfuerzos por avanzar en el proceso de transición hacia la ciudad creativa se han producido en el seno de un cambio de orientación en las propias políticas culturales, en las políticas de regeneración urbana y en las políticas de promoción económica, no podemos olvidar que el desarrollo de las industrias culturales y creativas se produce al compás de la intensificación de las contradicciones inherentes a la lógica del capitalismo especulativo que incluso, en ocasiones lo refuerza y lo vigoriza.

##### **4.1. La ciudad exclusiva**

La principal dimensión crítica que ha sido señalada por diversos autores es que las estrategias dirigidas al desarrollo de la ciudad creativa refuerzan la fragmentación de la ciudad y de los ciudadanos plasmando una desigual estructura de oportunidades para los diversos grupos sociales que habitan las ciudades y sus barrios (Murie & Musterd, 2004). En este sentido, la gestación de espacios urbanos exclusivos y excluyentes, la potenciación de procesos de gentrificación, elitización y desplazamiento, el incremento de las desigualdades socio-espaciales, el alcance reducido de los procesos de participación ciudadana, los límites de la transparencia de la gestión pública y la mercantilización de los espacios y servicios públicos supone la cara más opaca y ocultada de la ciudad creativa.

La demarcación, como interés general, de la necesidad de construir una ciudad más atractiva, competitiva y creativa fomenta la puesta en marcha de iniciativas dirigidas a la creación de entornos que satisfagan a quienes están por venir (principalmente inversores, turistas y nuevos residentes) antes que a quienes ya viven en ellos, sobre todo en aquellas zonas urbanas con un amplia potencialidad en el mercado inmobiliario. A través de actuaciones e intervenciones dirigidas a la dispersión de la concentración espacial de la pobreza mediante la rehabilitación urbanística, la renovación de la imagen y percepción pública y la atracción de comercios, nuevos residentes e infraestructuras, los problemas propios que pueden estar afectando a los habitantes de estas zonas urbanas (pobreza, exclusión, paro, bajo nivel educativo, etc.) quedan en un segundo plano como aspectos desplazados más que atajados (Vicario & Martínez Monje, 2003). Los esfuerzos públicos y privados por reconvertir zonas en declive en “barrios artísticos” pueden efectivamente ejercer de motores de transformación de las áreas urbanas más desfavorecidas e incluso situar dichos barrios en el núcleo de las vanguardias artísticas y culturales (Rius, 2008), pero sin disipar las tensiones que azotan la vida urbana.

Las experiencias concretas muestran que la ciudad creativa no consigue respuestas a la consolidación de estructuras sociales polarizadas y conflictivas dentro de la ciudad. Muy al contrario los procesos de gentrificación y fragmentación urbana que

también se manifiestan en aquellas ciudades autodenominadas creativas establecen una jerarquía que responsabiliza de su situación a los propios individuos y prioriza a aquellos sectores sociales y económicos que aportan valor añadido a la ciudad. Ello castiga a los ciudadanos con estructuras de oportunidad más desfavorables o inexistentes a la marginalidad y la exclusión acrecentando las brechas sociales y espaciales en las ciudades del siglo XXI (Atkinson & Bridge, 2005; Borja, 2010). Con este proceso se genera una nueva geografía urbana de la centralidad y la marginalidad, de la inclusión y la exclusión, reproduce parcialmente las desigualdades ya existentes, pero donde también surge una dinámica específica asociada a las formas actuales de desarrollo socio-económico (Sassen, 1998). Aunque la división de los barrios por diferencias de clase y funcionalidad se haya debilitado, ello no ha supuesto un aplanamiento de las diferencias, sino la consolidación de una ciudad fragmentada y deshumanizada (Soja, 2008).

#### **4.2. La mercantilización de la cultura y la práctica artística**

Ciertamente, no es posible desligar el impulso público y privado con miras al desarrollo de la ciudad creativa de las pautas de funcionamiento del capitalismo cognitivo-cultural del siglo XXI. A este respecto, la lógica mercantil, monetaria y privatizadora alcanza de lleno a la práctica artística y la producción cultural acompañada de una devaluación pública y política de su papel en lo que respecta a la democratización del conocimiento, el enriquecimiento de la sociedad civil, la transferencia de conocimiento y la generación de riqueza socio-cultural. Así mismo, el reconocimiento y la valoración de la aportación económica de las industrias culturales y creativas se produce en un periodo de profunda crisis de los agentes, los servicios y los equipamientos culturales debido a la disminución de las partidas presupuestarias aportadas por el sector público que refuerza la industrialización de la producción artística. Las políticas de desarrollo económico centradas en el impulso a las industrias culturales y creativas desligadas de las políticas culturales contienen el riesgo de devaluar los ecosistemas específicos de producción artística y cultural con el que cuentan los diferentes entornos urbanos e implantar un modelo de desarrollo polarizado e insostenible (Oakley, 2004).

De esta manera, asistimos a una profunda remodelación de los valores artísticos y de su capacidad crítica. Tal y como argumenta Justin O'Connor (2011), la crítica artística del capitalismo ha sido “domesticada”, socavando la energía transformadora de la que tradicionalmente se han alimentado la cultura y el arte debido a la transformación del productor cultural bohemio en un empresario creativo reconvertido en recurso para el desarrollo económico que participa de las lógicas económicas actuales y sufre por las mismas. De acuerdo con Sharon Zukin (1995: p.112-113), la cultura como concepto tradicional dentro del espacio urbano era considerada simplemente como un entretenimiento, lo bello como una forma de enaltecimiento de la vida pública. El arte era un símbolo de identidad colectiva que transmitía un aire de prestigio y distinción a las ciudades y sus élites; y los monumentos, los edificios, los parques, los espacios públicos significaban una verdadera fuente de inspiración y orgullo ciudadanos como constructos de la propia civilización que los conformaba. La cultura actual, sin embargo, es “una cultura secularizada y meramente visual más ambigua y maleable”; responde a la demanda de patrones colectivos que compiten tanto por la definición de los símbolos como por el espacio donde plasmarlos”. La cultura se convierte, pues, en un agente de cambio constituido como pilar básico del mercado turístico e inmobiliario.

“La ambigüedad de esta cultura material nutre el proceso de especulación siendo, al mismo tiempo, una comodidad y un bien público, una base para el crecimiento económico y la estructuración urbana”.

Nace así una “economía simbólica” que combina la imagen y el producto, vende una imagen a nivel nacional y global representando a la propia ciudad, una economía simbólica del entretenimiento capaz de cambiar los criterios mentales o formas de pensar de empleados o consumidores, como también el espacio donde estos se encuentran: hoteles, museos, restaurantes, parques de atracciones o centros comerciales etc. Una recolección indiscriminada y masiva de prácticas materiales, laborales, artísticas y de diseño en un solo espacio fuertemente orientado al consumo. Una “economía simbólica” combinada con una cultura pública concentrada en muchos espacios de la ciudad conformados como lugares que albergan, exclusivamente, el consumo y el entrenamiento colectivos, como lugares actuales donde acontece la vida pública de las ciudades (Zukin, 1993; 1995). En consecuencia, se advierte un contraste entre la “producción de espacio” y la “producción de símbolos” que redefine por completo el espacio público abriendo canales de intervención a los agentes privados y privando de margen de acción/participación a los movimientos ciudadanos. En consecuencia, las estrategias culturales se convierten en las dimensiones desde las cuales manipular y transformar la identidad de la propia ciudad (Amendola, 2000).

#### **4.3. De la ciudad creativa a los entornos socialmente creativos**

La ciudad continúa siendo, por tanto, espacio de tensiones y confrontaciones con múltiples desafíos todavía por afrontar. La contextualización del desarrollo de las ciudades creativas en las pautas de aglomeración, especulación, privatización y desurbanización del capitalismo actual ha fortalecido las perspectivas que enfatizan en la realidad contradictoria de los procesos urbanos. La ciudad es el espacio de plasmación de la realidad de doble filo que emerge en las sociedades contemporáneas confrontando los límites y posibilidades para el desarrollo de sociedades inclusivas, justas, equitativas, democráticas y sostenibles. No podemos olvidar que junto a las dinámicas destructivas de civitas que se acentúan en múltiples ciudades tanto en las sociedades desarrolladas como en las sociedades en desarrollo, el espacio urbano también está caracterizado por su enorme “dinamismo (...), su capacidad para asegurar la innovación, la creatividad y, sobre todo, la movilidad social: la ciudad ha sido históricamente el único lugar donde el que nace pobre puede dejar de serlo y ascender en la escala social. Y eso sigue sucediendo hoy: por eso los pobres y los que buscan nuevos horizontes siguen llegando a ellas, sin escuchar a los voceros apocalípticos que la descalifican. Es en las ciudades en donde existen personas capacitadas para trabajar con habilidad y donde hay un ambiente de mejora e innovación. Donde se producen también progresos en la construcción de viviendas, en la salud, en los transportes, en la creación de espacios públicos y de equipamientos, y donde se crean los más dinámicos focos de desarrollo económico y de cambio intelectual” (Capel, 2010).

En la medida en que el paradigma hegemónico de la competitividad y la productividad no consiguen resolver, sino perpetuar, las contradicciones urbanas del presente y del futuro es preciso reflexionar sobre nuevos modelos de gobernanza urbana y regional que posibiliten encauzar la energía creativa de los entornos urbanos para crear espacios socialmente innovadores. A este respecto Frank Moulaert y Jacques Nussbaumer (2005), proponen una ontología del desarrollo socio-económico basado en la idea de comunidad que presta atención a la multifuncionalidad de la economía y a la

existencia de otras esferas no-económicas de las comunidades locales y regionales tales como: el medioambiente, sus características socio-culturales e identitarias (artísticas, educativas, sociales), o su idiosincrasia sociopolítica. De acuerdo con su propuesta, las relaciones de mercado deben ser consideradas sobre el terreno social y cultural en el que se producen, donde la cadena establecida entre innovación tecnológica, entornos empresariales, crecimiento económico y calidad de vida, no es la única posible.

De esta manera, el trasfondo de políticas y estructuras regulatorias a nivel gubernamental e institucional también son cruciales para entender este proceso ya que el acercamiento político hacia aspectos como las tradiciones culturales, la recuperación de antiguas actividades económicas, el valor de los recursos y capacidades laborales y profesionales de la sociedad, los elementos de la vida socio-cultural de ese entorno y las relaciones sociales, constituyen variables que es necesario abordar (Moulaert, 2000). La creatividad y la producción artístico-cultural pueden jugar, por tanto, un nuevo papel en la promoción de la innovación social y en los entornos socialmente creativos en la medida en que sean capaces de movilizar recursos y capacidades desde los entornos locales convirtiéndose en motores del desarrollo territorial. Los casos estudiados desde esta perspectiva (André, Brito Enriques & Malheiros, 2009) muestran que los propios movimientos artísticos pueden beneficiar el empoderamiento de la sociedad civil para impulsar la movilización local y la expresión colectiva de necesidades y querencias tanto físicas como simbólicas.

## 5. REFLEXIONES FINALES

El planteamiento recogido en este artículo parte de la idea de que el actual capitalismo cognitivo-cultural redibuja las dimensiones impulsoras de la nueva economía urbana que crecientemente pasa a estar situada en los puntos de intersección entre industria, cultura, territorio y medioambiente. Las demarcaciones clásicas que diferencian los sectores económicos (primario, secundario, terciario), las actividades económicas, los ámbitos y resultados de innovación (innovación tecnológica, empresarial, social, cultural) las ocupaciones, las categorías socio-profesionales, los puestos de trabajo, productor y usuario, lo público y lo privado han perdido validez en un entorno socio-económico que encuentra precisamente en la ruptura de las fronteras clásicas y en las confluencias su fuente principal de innovación y creatividad. En consecuencia, la colaboración, la transferencia de conocimiento, las sinergias y las relaciones destacan como los factores primordiales del desarrollo eficiente de los espacios productivos urbanos del futuro, cuyo carácter debe ser crecientemente relacional.

En este terreno las industrias culturales y creativas encarnan a la perfección el cruce entre economía, cultura y creatividad, precisamente debido a la estrecha interconexión que han mantenido y mantienen con los procesos de aglomeración y regeneración urbana. Existen crecientes evidencias de que el sector cultural y creativo moviliza, estimula y atrae recursos favorecedores para el desarrollo urbano. Sin embargo, se trata de un ámbito característicamente caleidoscópico, que entremezcla rasgos propiamente locales con vanguardias culturales de carácter global; que presenta formas sectoriales no semejantes a otros sectores económicos; que acoge formas de empleo y condiciones de trabajo altamente desorganizadas; que interacciona con otros sectores económicos y la sociedad civil de forma intensa y genera valor múltiple.

Aunque los vacíos de conocimiento acerca de la composición, funcionamiento y resultados del sector cultural y creativo son todavía notables, principalmente debido a que tradicionalmente la aportación del sector en materia de innovación y crecimiento económico ha quedado oculta, la atención prestada desde las políticas públicas se encuentra en pleno auge. Paradójicamente, ello está condictando con un replanteamiento de la relación entre el sector público y el sector cultural y creativo que fuerza a los agentes y productores culturales y creativos a encarar un proceso de redirección de sus prácticas y de su papel en los entornos urbanos del siglo XXI. La argumentación que hemos defendido en las líneas precedentes concluye que es necesario superar la cortina de humo que genera el discurso sobre la economía creativa excesivamente impregnada por criterios de competitividad y crecimiento económico, de forma que podamos continuar preguntándonos sobre las implicaciones y consecuencias políticas, económicas y socio-culturales de las actuales actuaciones y estrategias para fomentar la cultura y la creatividad en las ciudades.

A modo de cierre, retomamos de forma sucinta las problemáticas irresueltas que plantea el papel de la cultura y la creatividad en los entornos urbanos y que continúan siendo territorios poco o nada explorados por los análisis empíricos realizados en esta materia. En primer lugar, la economía cognitivo-cultural no garantiza por sí sola una respuesta a las tensiones urbanas generadas por la creciente fragmentación social, la segregación espacial, la desigualdad y la falta de oportunidades, sobre todo cuando el arte, la cultura o la creatividad se convierten en el soporte de los grandes proyectos urbanísticos. En segundo lugar, la industrialización de la cultura y el arte, y el contaminante impulso de las políticas culturales desde limitados objetivos de competitividad y crecimiento económicos, hace necesaria la redefinición de la aportación que la cultura tradicionalmente ha realizado a la democratización del conocimiento, el enriquecimiento de la sociedad civil, la crítica social o la libertad personal.

En definitiva, destacamos que los nuevos conceptos que dotan de sentido a la nueva economía urbana y que han sido discutidos en este artículo, se han incorporado con demasiada celeridad a discursos políticos e institucionales de multitud de países, regiones y organismos supranacionales. La utilización fetichista y lúcida de estos conceptos no ha hecho más que adornar las intervenciones y las estrategias económicas defendidas, con mayor o menor acierto e intensidad, para impulsar el desarrollo socio-económico desde instancias oficiales. Sin embargo, la preocupación por los efectos negativos de estas agendas “conceptuales” y “discursivas” de intervención socio-económica y socio-urbanística, no han sido abordados con la suficiente previsión y sensibilidad contextual, reproduciendo numerosos problemas y contradicciones en el seno de sociedades que continúan a la espera de una profunda activación de la creatividad social.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- ADORNO, T. (1967): La industria cultural, en E. Morín y T. Adorno (Eds.), *La industria cultural* (pp. 7-20). Buenos Aires: Galerna.
- AMENDOLA, G. (2000): *La ciudad postmoderna: magia y miedo de las metrópolis contemporáneas*, Madrid: Celeste.

- ANDRÉ, I.; BRITO ENRIQUES, E. & MALHEIROS, J. (2009): Inclusive places, arts and socially creative milieux, en D. MacCallum; F. Moulaert; J. Hillier & S. Vicari (Eds.), *Social innovation and territorial development* (pp. 149-166). Farnham: Ashgate.
- ASCHER, F. (2007): *Los nuevos principios del urbanismo*. Madrid: Alianza.
- ATKINSON, R. & BRIDGE, G (Eds.) (2005): *Gentrification in a global context: the new urban colonialism*. London: Routledge.
- BAKHSHI, H. & THROSBY, D. (2010): *Culture of innovation: an economic analysis of innovation in arts and cultural organizations*. Recuperado de [http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/culture\\_of\\_innovation.pdf](http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/culture_of_innovation.pdf)
- BAKHSHI, H.; OAKLEY, K.; SPERRY, B. & PRATT, A. (2008): *The art of innovation: how fine arts graduates contribute to innovation*. Recuperado de [http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/art\\_of\\_innovation.pdf](http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/art_of_innovation.pdf)
- BALBO, M.; JORDÁN, R. & SIMIONI, D. (Comp.) (2003): La ciudad inclusiva *Cuadernos de la CEPAL*, 88. Recuperado de <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/7/14237/lcg2210p.pdf>
- BARROCLOUGH, D. & KOZUL-WRIGHT, Z. (2011): *Creative industries and developing countries: voice, choice and economic growth*. London: Routledge.
- BENKO, G. & LIPIETZ, A. (Coords.) (1998): *Las regiones que ganan: los nuevos paradigmas de la geografía económica*. Valencia: Alfons el Magnánim.
- BELFIORE, E. (2009): On bullshit in cultural policy practice and research: notes from the British case, *International journal of cultural policy*, 15 (3), pp. 343-359. doi: 10.1080/10286630902806080.
- BIANCHINI, F. (1993): *Urban cultural policy in Britain and Europe: towards cultural planning*. London: Institute for Cultural Policy Studies.
- BOIX, R.; LAZZERETTI, L.; CAPONE, F.; DE PROPRIS, L. & SÁNCHEZ, D. (2013): The geography of creative industries in Europe: comparing France, Great Britain, Italy and Spain, in L. Lazzeretti (Ed.), *Creative industries and innovation in Europe: concepts, measures and comparative case studies* (pp. 23-43). London: Routledge.
- BORJA, J. (2010): *Luces y sombras del urbanismo de Barcelona*. Recuperado de <http://upcommons.upc.edu/e-prints/bitstream/2117/12415/1/5488763.pdf>
- (2013): *Revolución urbana y derechos ciudadanos*. Madrid: Alianza.
- BRIDGSTOCK, R. (2013): Professional capabilities for twenty-first century creative careers: lessons from outstandingly successful Australian artists and designers,

*International journal of art & design education*, 32 (2), pp. 176-189. doi: 10.1111/j.1476-8070.2013.01756.x.

BRUNET, R. & SALLOIS, J. (1986): *France: les dynamiques du territoire*. Montpellier: GIP/Reclus/DATAR.

CAPEL, H. (2010): Urbanización generalizada, derecho a la ciudad y derecho para la ciudad. *Scripta Nova: revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, XIV 331 (7). Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-331/sn-331-7.htm>

CAVES, R. E. (2000): *Creative industries: contracts between art and commerce*. Cambridge: Harvard University Press.

CEBR (2013): *The contribution of the arts and culture to the national economy: an analysis of the macroeconomic contribution of the arts and culture and some of their indirect contribution through spillover effects felt in wider economy*. Recuperado de [http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/pdf/CEBR\\_economic\\_report\\_web\\_version\\_0513.pdf](http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/pdf/CEBR_economic_report_web_version_0513.pdf)

COHEN, N. S. (2012): Cultural work as a site of struggle: freelancers and exploitation, *TripleC*, 10 (2), pp. 141-155. Recuperado de <http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/384/355>

COOKE, P. (2002): *Knowledge economies: clusters, learning and cooperative advantage*. London: Routledge.

COOKE, P. & LAZERETTI, L. (Eds.) (2008): *Creative cities, cultural clusters and local economic development*. London: Edward Elgar.

COOKE, P. & MORGAN, K. (1999): *The associational economy: firms, regions and innovation*, Oxford, Oxford University Press.

COSTA, P. (2008): Creativity, innovation and territorial agglomeration in cultural activities: the roots of the creative city. en P. Cooke & L. Lazzeretti (Eds.). *Creative cities, cultural clusters and local economic development* (pp. 183-209). Northampton: Edward Elgar

CREATIVE INDUSTRIES TASK FORCE (1998): *Creative industries mapping document*. Recuperado de <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>

CUNNINGHAM, S. D. (2004): The creative industries after cultural policy: a genealogy and some possible preferred futures, *International journal of cultural studies*, 7 (1), pp. 105-115. doi: 10.1177/1367877904040924.

DCMS (2001): *Creative industries mapping document*. Recuperado de <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>

- DE PEUTER, G. (2011): Creative economy and labor precarity: a contested convergence, *Journal of communication inquiry*, 35 (4), pp. 417-425. doi: 10.1177/0196859911416362.
- DE PROPRIIS, L.; CHAPAIN, C.; COOKE, P.; MACNEILL, S. & MATEOS-GARCÍA, J. (2009): *The geography of creativity*. Recuperado de [http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/the\\_geography\\_of\\_creativity.pdf](http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/the_geography_of_creativity.pdf)
- ECHEVERRÍA, J. (2011): Creatividad e innovación: de las industrias culturales a la economía creativa, *Cuadernos UFS Filosofía*, XIII (9), pp. 7-18.
- (2013): El debate sobre las industrias culturales y creativas, *Cuadernos hispanoamericanos*, 761, pp. 21-33.
- ESSnet CULTURE (2012): *European statistical system network on culture: final report*. Recuperado de <http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/ess-net-report-oct2012.pdf>
- EUROPEAN COMMISSION (2011): *Creative Europe: a new framework programme for the cultural and creative sectors (2014-2020)*. Recuperado de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0786:FIN:EN:PDF>
- FLEW, T. (2011): *The creative industries: culture and policy*. London: SAGE.
- FLORIDA, R. (2005): *Cities and the creative class*. London: Routledge.
- (2010): *La clase creativa: la transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el Siglo XXI*. Barcelona: Paidós.
- FLORIDA, R. & TINAGLI, I. (2004): *Europe in the creative age*. Recuperado de <http://www.demos.co.uk/files/EuropeintheCreativeAge2004.pdf?1240939425>
- FLORIDA, R.; MELLANDER, C.; STOLARICK, K.; SILK, K.; MATHESON, Z. & HOPGOOD, M. (2011): *Creativity and prosperity: the global creativity index*. Recuperado de <http://martinprosperity.org/media/GCI%20Report%20Sep%202011.pdf>
- GALARRAGA, A.; GONZÁLEZ, S. & LUNA, A. (2012): El experto en la ciudad: las agencias de regeneración urbana. en E. Apodaka, M. Villarreal y L. Merino (Eds.), *Crisis y mutaciones de la expertise: escenarios, políticas y prácticas del conocimiento experto* (pp. 237-255). Bilbao: ASCIDE.
- GLAESER, E. (2011): *Triumph of the city: how our greatest invention makes us richer, smarter, greener, healthier, and happier*. New York: Penguin.
- GONZÁLEZ, S. (2011): Bilbao and Barcelona ‘in motion’: how urban regeneration ‘models’ travel and mutate in the global flows of policy tourism, *Urban studies*, 48 (7), pp. 1397-1418. doi: 10.1177/0042098010374510.

- GUERRERO, G.; NAVARRO C. J.; HUETE, M.A. & MERINERO, R. (2012): Oportunidades de desarrollo territorial: planificación cultural y estrategias instrumentales en C. J. Navarro (Coord.), *Las dimensiones culturales de la ciudad* (pp. 119-134). Madrid: Los Libros de la Catarata.
- HALL, P. (1996): *Ciudades del mañana: historia del urbanismo en el siglo XX*, Madrid: Ediciones del Serbal.
- (2000): Creative cities and economic development. *Urban studies*, 37 (4), pp. 639-649. doi: 10.1080/00420980050003946.
- HÄIKIÖ, L. (2007): Expertise, representation and the common good: grounds for legitimacy in the urban governance networks, *Urban studies*, 44 (11), pp. 2147-2162. doi: 10.1080/00420980701518982.
- HARRIS, N. (1997): Cities in a global economy: structural change and policy reactions, *Urban Studies*, 34 (10), pp. 1693-1703. doi: 10.1080/0042098975402.
- HARVEY, D. (1989): From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance in late capitalism, *Geografiska annaler. Series B, human geography*, 71 (1), pp. 3-17. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/490503>
- HEALEY, P. (1990): Urban Regeneration and the development industry, *Regional studies* 25 (2), pp. 97-110. doi: 10.1080/00343409112331346327.
- HESMONDHALGH, D. & BAKER, S. (2011): *Creative labour: media work in three cultural industries*. London: Routledge.
- HOWKINS, J. (2001): *The creative economy: how people make money from ideas*. London: Penguin Books.
- KOTLER, P.; HAIDER, D. H. & REIN, I. (1994): *Mercadotecnia de localidades. Como atraer inversiones, industrias y turismo a ciudades, regiones, estado y países*. Mexico: Diana.
- LANDRY, C. (2000): *The creative city: a toolkit for urban innovators*. London: Earthscan.
- (2012): *The creative city index: measuring the pulse of the city*. Gloucestershire: Comedia.
- LANDRY, C. & BIANCHINI, F. (1995): *The creative city*. Recuperado de <http://www.demos.co.uk/files/thecreativecity.pdf>
- LASH, S. (1997): *Sociología del posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu..
- LASH, S. & URRY, J. (1998): *Economías de signos y espacio: sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires: Amorrortu.

- LEADBEATER, C. & OAKLEY, K. (1999): *The independents: Britain's new cultural entrepreneur*. Recuperado de <http://www.demos.co.uk/files/theindependents.pdf>
- MARKUSEN, A.; GILMORE, S.; JOHNSON, A.; LEVI, T. & MARTÍNEZ, A. (2006): *Crossover: how artist build careers across commercial, nonprofit and community work*. Recuperado de [http://www.hewlett.org/uploads/files/Crossover\\_HowArtistsBuildCareers.pdf](http://www.hewlett.org/uploads/files/Crossover_HowArtistsBuildCareers.pdf)
- MARTIN, R. (2007): Making sense of the new economy? Realities, myths and geographies, en P. Daniels, A. Leyshow, M. Bradshaw, & J. Beaverstock (Eds.), *Geographies of the new economy: critical reflections* (pp. 15-48). London: Routledge.
- MENGER, P. (1999): Artistic labor markets and careers. *Annual review of sociology*, 25. pp. 541-574. Recuperado de <http://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.soc.25.1.541>
- MILES, I. & GREEN, L. (2008): *Hidden innovation in the creative industries*. Recuperado de <http://www.nesta.org.uk/publications/hidden-innovation-creative-industries>
- MORETTI, E. (2012): *The new geography of jobs*. New York: Houghton Mifflin Harcourt.
- MOULAERT, F. (2000): *Globalization and integrated area development in European cities*. New York: Oxford University Press.
- MOULAERT, F. & NUSSBAUMER, J. (2005): The social region: beyond the territorial dynamics of the learning economy, *European urban and regional studies*, 12 (1), pp. 45-64. doi: 10.1177/0969776405048500.
- MOULAERT, F.; SWYNGEDOUW, E. & RODRÍGUEZ, A. (2001): Nuevas Políticas Urbanas para la Revitalización de las Ciudades en Europa, *Ciudad y territorio: estudios territoriales*, 129, pp. 409-424.
- MURIE, A. & MUSTERD, S. (2004): Social exclusion and opportunity structures in European cities and neighbourhoods, *Urban studies*, 41 (8), pp. 1141-1459. doi: 10.1080/0042098042000226948.
- O'CONNOR, J. (2011): Las industrias culturales y creativas: una historia crítica, *Ekonomiaz: revista vasca de economía*, 78, pp. 24-47. Recuperado de [http://www1.euskadi.net/ekonomiaz/taula4\\_c.apl?REG=1165](http://www1.euskadi.net/ekonomiaz/taula4_c.apl?REG=1165)
- O'CONNOR, J. & GU, X. (2010): Developing a creative cluster in a postindustrial city: CIDS and Manchester, *Information society*, 26 (2), pp. 124-136. doi: 10.1080/01972240903562787.

- OAKLEY, K. (2004): Not so cool Britannia: the role of the creative industries in economic development, *International journal of cultural studies*, 7 (1), pp. 67-77. doi: 10.1177/1367877904040606.
- OECD (2011): *OECD reviews of regional innovation: regions and innovation policy*. Paris: OECD.
- PADDISON, R. (1993): City marketing, image reconstruction and urban regeneration, *Urban studies*, 30 (2), pp. 339-349. doi: 10.1080/00420989320080331.
- PARRISH, D. (2005): *T-Shirts and suits: a guide to the business of creativity*. Recuperado de [http://www.davidparrish.com/dp/uploads/TShirtsAndSuits\\_AGuideToTheBusinessOfCreativity\\_DavidParrish.pdf](http://www.davidparrish.com/dp/uploads/TShirtsAndSuits_AGuideToTheBusinessOfCreativity_DavidParrish.pdf)
- POWER, D. & NIELSÉN, T. (2010): *Priority sector report: creative and cultural industries*. Recuperado de <http://www.clusterobservatory.eu/common/galleries/downloads/CreativeAndCulturalIndustries.pdf>
- PRECEDO, A. J. (1993): Las políticas de desarrollo y renovación urbana de Europa, *Ciudad y territorio: estudios territoriales*, 98, pp. 579-95.
- RIUS, J. (2008): Los barrios artísticos como base local de la cultura global: el caso del Raval de Barcelona, *Revista internacional de sociología*, 51, pp. 179-205. doi: 10.3989/ris.2008.i51.114.
- RODRIGUEZ, A. & VICARIO, L. (2005): Innovación, competitividad y regeneración urbana: los espacios retóricos de la `ciudad creativa` en el nuevo Bilbao, *Ekonomiaz: revista vasca de economía*, 58, pp. 262-295. Recuperado de [http://www1.euskadi.net/ekonomiaz/taula4\\_c.apl?REG=740](http://www1.euskadi.net/ekonomiaz/taula4_c.apl?REG=740)
- ROWAN, J. (2010): *Emprendizajes en cultura: discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- SASSEN, S. (1998): Ciudades en la economía global: enfoques teóricos y metodológicos, *Eure: revista latinoamericana de estudios urbano regionales*, 24 (71), pp. 5-25. Recuperado de <http://www.eure.cl/numero/ciudades-en-la-economia-global-enfoques-teoricos-y-metodologicos/>
- SÁEZ, L.; MEDIANO, L. & DE ELIZAGARATE, V. (2011): Creación y desarrollo de marca ciudad: análisis de los registros de marca de las principales ciudades españolas, *Revista de dirección y administración de empresas*, 18, pp. 125-156. Recuperado de <https://addi.ehu.es/bitstream/10810/9562/1/125.pdf>
- SANTAGATA, W. (2002): Cultural districts, property rights and sustainable economic growth, *International journal of urban and regional research*, 26 (1), pp. 9-23. doi: 10.1111/1468-2427.00360.

- SCOTT, A. J. (1988): *New industrial spaces: flexible production organization and regional development in North America and Western Europe*. London: Pion Ltd.
- (2008): *Social economy of the metropolis: cognitive-cultural capitalism and the global resurgence of cities*. New York: Oxford University Press.
- SOJA, E. (2008): *Postmetrópolis: estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- STROM, E. (2008): Rethinking the politics of downtown development, *Journal of urban affairs*, 30 (1), pp. 37-61. doi: 10.1111/j.1467-9906.2007.00373.x.
- THROSBY, D. & ZEDNIK, A. (2011): Multiple job-holding and artistic careers: some empirical evidence, *Cultural trends*, 20 (1), pp. 9-24. doi: 10.1080/09548963.2011.540809.
- UNCTAD (2010): *Creative economy report 2010: creative economy - a feasible development option*. Recuperado de [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf)
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1999): *Desarrollo, redes e innovación: lecciones sobre desarrollo endógeno*. Madrid: Pirámide.
- VELTZ, P. (1999): *Mundialización, ciudades y territorios: la economía de archipiélago*. Barcelona: Ariel.
- VICARIO, L. & MARTÍNEZ MONJE, P. M. (2003): Another Guggenheim effect? The generation of a potentially gentrifiable neighbourhood in Bilbao, *Urban studies*, 40 (12). pp. 2383-2400. doi: 10.1080/0042098032000136129.
- ZUKIN, S. (1993): *Landscapes of power: from Detroit to Disney World*. Berkley: University of California Press.
- (1995): *The cultures of cities*. Oxford: Blackwell.