

# Ciudades creativas: temas conceptuales y problemas de políticas\*

*Allen J. Scott*



El Auditorio Walt Disney de Los Ángeles obra de Frank Gehry.

## Resumen

Este trabajo es una reflexión amplia –y, en ocasiones, polémica– acerca de la naturaleza y del significado de las ciudades creativas. Busco situar el concepto de las ciudades creativas dentro del contexto de la llamada “nueva economía” y detallar las conexiones de estos fenómenos con los cambios tecnológicos, las estructuras productivas, el mercado laboral y la dinámica de las ubicaciones de las

aglomeraciones. Trato de mostrar, en particular, cómo las estructuras de la nueva economía desencadenan formas específicamente históricas de innovación en las ciudades modernas. La discusión tiene que ver aquí y allí con temas de políticas y sobre todo con las posibilidades generales y las limitaciones que enfrentan los responsables de la elaboración de las

---

Nota del autor: Este trabajo es una versión editada y rescrita muchas veces del texto de una conferencia encargada originalmente por la OCDE y presentada en la Conferencia Internacional de la OCDE sobre la Competitividad de las Ciudades, celebrada en Santa Cruz de Tenerife, España, los días 3 y 4 de marzo de 2005.

---

\*Este artículo fue publicado en el volumen 3 de la Colección Ciudades Creativas (2011) de Fundación Kreanta correspondiente a las III Jornadas Internacionales Ciudades Creativas organizadas por la Fundación en Zaragoza los días 26 y 27 de noviembre de 2010. Más información sobre el libro en el siguiente enlace: <http://kreantaeditorial.org/producto/economia-creativa-desarrollo-urbano-y-politicas-publicas/>

políticas durante cualquier intento para construir ciudades creativas. Se discuten los efectos de la globalización, con una referencia especial a las perspectivas de la aparición de una red global de ciudades creativas enlazadas a través de relaciones de competencia y cooperación. En las conclusiones, establezco con exactitud algunas de las dimensiones más sombrías –tanto reales como potenciales– de las ciudades creativas.

### **1. Introducción**

El concepto de ciudades creativas se ha introducido repentinamente en los últimos tiempos en el orden del día de los teóricos del urbanismo (Cf. Landry y Bianchini, 1995), y se han debatido mucho sus distintos significados y aplicaciones prácticas, tanto en los círculos académicos como en los de los responsables de la elaboración de las políticas. La reciente y amplia mediatización de recetas para el éxito de la regeneración y del desarrollo urbanístico basado en “la clase creativa”, tal como ha sido propuesto por Richard Florida (2002), ha dado lugar a la necesidad nueva, intensa y urgente de una aclaración de este debate.

En este trabajo, trato de alcanzar tres objetivos fundamentales. El primero es describir los móviles principales de la economía urbana en general, y mostrar cómo, dentro del contexto de la llamada “nueva economía”, parece estar aumentando la cantidad de formas específicamente históricas de la ciudad creativa. El segundo es aprovechar esta descripción como base para la evaluación de lo que los responsables de las políticas pueden tratar de alcanzar de una forma realista en la búsqueda de un mejoramiento de la creatividad urbanística y del desarrollo económico local. El tercero es situar firmemente estos temas dentro del

contexto de la globalización, y mostrar cómo las ciudades creativas funcionan cada vez más dentro de un sistema global de competencia y cooperación económica. Mi objetivo más amplio es alcanzar una perspectiva general crítica de las interacciones reflejas entre la urbanización y la creatividad en la sociedad contemporánea, y destacar tanto las tendencias positivas como las negativas, que se ponen en marcha como consecuencia del surgimiento de las ciudades creativas como elementos distintivos del escenario global contemporáneo.

### **2. El ordenamiento urbano en el capitalismo contemporáneo Competencia, cooperación y colectivismo urbano**

Comencemos con la proposición cuestionable, aunque defendible, de que los orígenes del desarrollo y del crecimiento urbano de la sociedad moderna residen, sobre todo, en la dinámica de la producción económica y del trabajo. Esta dinámica gobierna el destino variable de cada zona urbana particular, de la misma manera que es responsable en grado significativo de los sistemas más amplios o redes de ciudades dispersas por el paisaje del capitalismo contemporáneo. Para estar seguros, las ciudades reales son siempre algo más vasto que solo simples acumulaciones de capital y trabajo, porque son también los escenarios en los que florecen muchos otros tipos de fenómenos sociales, culturales y políticos. Pudiéramos decir, para ser más precisos, que los complejos de producción locales, y los mercados de trabajo con los que están asociados, son formas proto-urbanas alrededor de las cuales se materializan estos otros fenómenos en varias formas concretas. Por otra parte, en la medida en que se

produce esta materialización, se establecen repetidos procesos múltiples de interacción en los que las diferentes dimensiones de la vida urbana se dan forma continuamente y se reforman unas a otras. Aun así, en ausencia del papel genético básico y funcional de la producción y el trabajo, las ciudades serían enormemente diferentes en escala, extensión y expresión sustantiva de lo que son hoy. Quizás no mucho más que simples centros de servicios o pequeñas comunidades de almas con ideas afines. Tal como son, las complejidades de las ciudades modernas aumentan por el hecho de que las interacciones humanas multilaterales que las componen, son fuentes interminables –aunque siempre histórica y geográficamente específicas– de formas de creatividad y cambio socioeconómico (Hall, 1998).

A la luz de estos comentarios, podemos identificar la urbanización contemporánea como un fenómeno de dos caras en el que las ciudades particulares están formadas como sistemas de transacciones internas insertadas en un sistema más amplio de transacciones que las unen entre sí dentro de una red de relaciones complementarias y competitivas (Cf. Berry, 1964). Esta identificación plantea a su vez temas sobre la lógica de la aglomeración (en primer lugar, por qué y cómo los grupos del capital y el trabajo llegan a existir en un espacio geográfico), y sobre la división espacial general del trabajo en la sociedad (en segundo lugar, cómo las ciudades han llegado a especializarse en actividades económicas específicas). Para los responsables de la elaboración de las políticas que se ocupan de la promoción del desarrollo económico y del crecimiento en determinadas ciudades, esta identificación inicial de un campo clave de fuerzas, plantea otra pregunta. Es decir, ¿cómo surgen las

ventajas competitivas de las ciudades (incluidas las capacidades creativas), y cómo se pueden mejorar a través de la actuación pública? Aquí aparecen dos comentarios especiales. El primero es que las ciudades se complementan unas a otras en el sentido de que están apresadas en un intercambio mutuo de productos especializados. El segundo es que también compiten intensamente entre sí en el sentido de que cada comunidad urbana se ocupa de garantizar sus propios intereses colectivos en un mundo de recursos limitados. Cada una, como comunidad, tiene un interés directo en garantizar nuevas inversiones internas, en la expansión de los mercados externos para sus productos y en atraer visitantes externos (Camagni, 2002). La causa de este interés se debe al aumento de los efectos del incremento de los rendimientos y de las ventajas competitivas que acumulan para la comunidad urbana en su conjunto, y también a que se destinan en su conjunto como una externalidad a todas las empresas y residentes dentro de cualquier ciudad determinada. Por definición, la externalidad, es susceptible a los problemas de la caída de los mercados y de la mala distribución. Por lo tanto, la administración de su génesis y de su distribución constituye un interés concreto adicional que surge al nivel comunal. En resumen, en principio, las agencias para la toma de decisiones y conductas colectivas siempre pueden desempeñar un papel positivo en la racionalización de los atributos cuantitativos y cualitativos de la externalidad interurbana; y, más específicamente, en la mejora de sus efectos sobre la creatividad (Scott, 2005a; Scott y Leriche, 2005). Es en este doble sentido –la existencia de intereses económicos comunes locales y el imperativo de una coordinación estratégica interurbana– que podemos afirmar que las ciudades (a diferencia, digamos, de las empresas) compiten entre sí.



El metro de la ciudad india de Hyderabad construido íntegramente sobre viaductos. Hyderabad es considerada el "Silicon Valley" de la India.

### La urbanización y la nueva economía

Las diferentes fases de desarrollo que caracterizan la historia económica del capitalismo se pueden describir desde el principio en términos de la combinación específica de la tecnología, los sectores dirigentes, las relaciones laborales y las formas de competencia (Boyer, 1986). De igual modo, cada fase está asociada con formas particulares de desarrollo urbano. El capitalismo del siglo XIX dio origen a la población industrial clásica, como las de Gran Bretaña, Francia y Alemania. El auge de la producción en masa del fordismo en el siglo XX se asocia con el desarrollo y la expansión de las grandes metrópolis industriales, como se tipifica más dramáticamente en Detroit, en los Estados Unidos. Las formas peculiares de organización económica que hoy se encuentran en ascenso representan un cambio que se aparta notablemente de las

estructuras masivas de producción de los mercados de trabajo rígidos que tipifican el fordismo, y parece que nos conducen a un estilo de urbanización totalmente nuevo que plantea muchos desafíos sin precedentes para los responsables de la elaboración de las políticas en todo el mundo.

Se han realizado numerosos intentos para caracterizar los rasgos esenciales de este nuevo orden económico. Ha sido catalogado varias veces en términos de sociedad post-industrial (Bell, 1973), de acumulación flexible (Harvey, 1987) y post-fordismo (Albertsen, 1988), entre otras etiquetas, aunque ninguna resulta completamente satisfactoria. Quizás la mejor forma de aludir a lo que está en juego aquí es decir sencillamente que la vanguardia del crecimiento y la innovación de la economía contemporánea está compuesta por sectores como la industria de la alta tecnología, la

manufactura neo-artesanal, los servicios empresariales y financieros, las industrias de productos culturales (incluidos los medios de comunicación) y así sucesivamente; y que todos estos sectores en su conjunto constituyen una “nueva economía”. Entre los complejos atributos de estos sectores, hay tres de importancia especial. Primero, el trabajo productivo se realiza típicamente en extensas redes empresariales, dominadas en muchos casos por grandes entidades corporativas, pero que también incorporan una proliferación de pequeñas empresas que operan de una forma que Piore y Sabel (1984) han llamado “especialización flexible”. En ellas, los productores se concentran limitadamente en un tipo de producción (por ejemplo, camisas, microprocesadores o servicios aseguradores), pero en el que las especificaciones del diseño del producto cambian constantemente. Segundo, el mercado de trabajo que se asocia con estos mismos sectores tiende a ser extremadamente fluido y competitivo, con muchos individuos comprometidos en formas de trabajo parcial, temporal y autónomo, y donde las prácticas laborales inter-empresariales de las fracciones más creativas de la fuerza de trabajo se coordinan con frecuencia en equipos concebidos en función de las necesidades de un proyecto (Grabner, 2004). El tercero es un corolario de la des-estandarización que ha traído aparejada la especialización flexible y la proliferación de los mercados para consumidores altamente especializados, productos finales que compiten entre sí no solo sobre la base de los costos, sino cada vez más sobre la base de sus atributos cualitativos. Como veremos, una característica derivada de muchos sectores en la nueva economía es que tienen una marcada propensión a asumir una expresión geográfica en la forma de conglomerados locales especializados. Abundan los ejemplos de

este fenómeno: Silicon Valley, la City en Londres, Hollywood, Sentier en París, los distritos industriales de la Tercera Italia, y otros. Por otra parte, los conglomerados de este tipo no están confinados de ninguna manera a los países económicamente más desarrollados. Muchos sectores diferentes de la nueva economía se pueden encontrar también aglomerados en varias regiones de Asia y de América Latina, tal como lo ejemplifican las florecientes industrias artesanales del sur de China, los complejos avanzados de electrónica y *software* de Beijing y Bangalore, o los conglomerados de producción de telenovelas de Bogotá, Caracas, Ciudad de México y São Paulo (Cf. Christerson y Lever-Tracy, 1997; Nadvi y Schmitz, 1994).

La llamada “escuela de Los Ángeles” de estudios urbanos fue un intento inicial y de alguna manera prematuro para aceptar los impactos de la nueva economía sobre la ciudad, y para mostrar cómo estos se expresaban en el proceso del desarrollo urbano que engendra elevados niveles de creatividad e innovación, pero que también está plagado de numerosas tensiones sociales (Soja y Scott, 1986). Por supuesto, ha quedado bastante claro desde el principio que las formas de producción y trabajo asociadas con la nueva economía tienen una propensión clara a engendrar bifurcaciones sociales muy marcadas en las ciudades. Por un lado, muchos conglomerados de la nueva economía se asocian con grandes puntos vulnerables de fábricas donde se explotan masas de trabajadores mal remunerados, poco calificados y muy a menudo inmigrantes que proceden de diferentes partes de la periferia mundial. Por el otro lado, muchos conglomerados emplean grandes cantidades de trabajadores altamente calificados, incluidos profesionales, administradores, científicos, técnicos, diseñadores, artistas,

artesanos especializados, entre otros. Diferentes combinaciones de estos dos estratos se encuentran hoy en distintos sectores y en distintas ciudades. Se puede mencionar Los Ángeles como una ilustración bastante gráfica de una zona urbana con una fuerte representación de ambos estratos, como lo ejemplifica su industria textil concentrada abrumadoramente (aunque no por completo) en el estrato de los empleos más humildes, y su industria cinematográfica, en el estrato superior. Hay entonces considerables desigualdades en las ciudades donde han florecido los sectores de la nueva economía —especialmente en las grandes zonas metropolitanas— en cuanto a ingresos y el acceso a los servicios del espacio urbano en general. Hay que tener este punto fijo en la mente cuando comencemos a explorar más detalladamente el concepto de la ciudad creativa y el papel privilegiado que desempeñan los trabajadores altamente cualificados y bien remunerados en su florecimiento.

Incluso antes de que se hubieran formulado los conceptos de la nueva economía o de la ciudad creativa, Gouldner (1979) usó la expresión “la nueva clase” para aludir a una manifestación temprana de algo similar al estrato de los empleos superiores identificados más arriba. Con esa expresión, Gouldner quería referirse a una intelectualidad, a la vez que tecnocracia, compuesta por individuos cuyas interacciones se basan en una especie de racionalidad crítica que gobierna sus compromisos prácticos en el trabajo y en la vida. Richard Florida (2002) ha sugerido recientemente que algo semejante a este mismo estrato (que define operativamente en términos de una amplia franja de trabajadores profesionales, administrativos, técnicos y culturales) constituye una “clase creativa”, etiqueta que tiene la intención de expresar el sentido de que sus miembros son la fuente

de la energía innovadora y del dinamismo cultural de la sociedad urbana moderna. Por supuesto que, de cualquier forma que identifiquemos a este estrato superior, ciudad o zona de una ciudad, donde su presencia sea considerablemente aparente, tiende a mostrar una cierta clase de síndrome del desarrollo, tal como se manifiesta en sus estructuras de empleo, su vida cultural y su aspecto físico. Por lo tanto, el empleo en estos lugares tiende a estar dominado por los segmentos en los extremos superiores de la nueva economía. Los servicios culturales (en la forma de museos, galerías de arte, salas de concierto, distritos culturales polifacéticos, entre otros), se encuentran presentes casi siempre con cierta abundancia. Y la forma visible de la ciudad está dominada por lo general por paisajes urbanos a escala superior, centros comerciales caros y enclaves residenciales bien equipados. Estos últimos coinciden frecuentemente con los barrios aburguesados de las zonas urbanas deprimidas. La combinación de atributos como estos dentro de las zonas urbanas representa una creciente fuente potencial de ventajas competitivas locales, y son un elemento crítico de la ciudad creativa contemporánea. Sin embargo, se debe enfatizar una vez más que las ciudades creativas que existen actualmente son también sitios donde habitualmente se evidencia mucho lo que Gouldner llamó “el lado oscuro de la dialéctica”.

### **3. Las fuentes económicas de las ciudades creativas**

A la luz de esta perspectiva por encima de la cabeza de los procesos de urbanización contemporánea, mi objetivo en esta sección es bosquejar con detalles más concretos algunos de los principales mecanismos económicos que subyacen bajo las ciudades creativas. Estos me-



Exterior del Grauman's Theatre situado en Hollywood Boulevard en Los Ángeles.

canismos son comunes en la práctica en las ciudades capitalistas en general, pero asumen manifestaciones particularmente intensas en los lugares donde la nueva economía está bien desarrollada. Aquí, nuestras indagaciones comenzarán con la tarea de identificar algunas de las variables clave con las que deben luchar los responsables de elaborar las políticas durante cualquier intento para construir ciudades creativas viables.

### **Las redes de productores**

Hay, sin duda, ciudades aquí y allá donde existen productores como átomos de actividad económica localmente desconectados, aunque estas ciudades parecen ser pocas y estar alejadas entre sí, y con seguridad no coinciden con las grandes zonas metropolitanas de los países económicamente más avanzados del mundo actual. De hecho, las ciudades prósperas de la sociedad contemporánea casi siempre son sitios

donde los productores están apresados por unas divisiones sociales del trabajo profundas y en constante evolución que a su vez constituyen complejos distintivamente funcionales o conglomerados de actividad económica. Para adecuar la terminología de Durkheim (1893), las ciudades tienden a ser lugares donde la vida económica está sujeta a las reglas de la solidaridad orgánica en lugar de a la solidaridad mecánica.

Las divisiones sociales del trabajo que se encuentran en la raíz de estos conglomerados se expresan, en primer término, en redes de unidades productivas desintegradas verticalmente y unidas entre sí por relaciones de especialización y complementarias. Sectores creativos tan diversos como la microelectrónica avanzada, la biotecnología, la industria de la moda, la industria cinematográfica o los servicios empresariales, son formas significativas organizadas en redes de este tipo. En la nueva economía,

la desintegración vertical de las actividades económicas y la reintegración organizativa de los productores dentro de redes extensas entre empresas se desarrolla con más fortaleza porque los mercados de destino tienden a ser extremadamente inestables y riesgosos. En estas circunstancias, la desintegración vertical es una estrategia que posibilita a las empresas la reducción de las ineficiencias que de otro modo se transmitirían a través de sus cadenas operativas internas. Los elevados niveles de inestabilidad y riesgo que prevalecen en la nueva economía reflejan parcialmente las estrategias competitivas de cada empresa y su búsqueda insistente de una diferenciación de sus productos. Reflejan parcialmente también la tendencia de los consumidores a diversificar y a individualizar la demanda. En estas circunstancias, los productores tienden a cambiar sus procesos y las configuraciones de sus productos en intervalos frecuentes y provocan, a su vez, cambios constantes en sus vínculos con otros productores. Redes densas de empresas especializadas y complementarias ofrecen exactamente la flexibilidad de permitir que las unidades de producción particulares operen de esta forma. Cuando, además, los productores se encuentran ubicados muy próximos entre sí, las conexiones polifacéticas de su red les facilitan relativamente encontrar nuevas adquisiciones del tipo apropiado dentro de un marco temporal limitado. Así, pueden mantener bajos niveles de reservas de productos y economizar de esta manera el capital inmovilizado. Como ya se ha comentado, estas redes están dominadas frecuentemente, aunque no siempre, por grandes empresas que desempeñan un papel en la financiación y la coordinación de las actividades de grandes cantidades de pequeñas y medianas unidades que típicamente constituyen la mayoría de los nodos de cualquier red

local de productores interrelacionados. La industria cinematográfica de Hollywood es un paradigma desde este punto de vista (Scott, 2005b).

Estos modos de operación de redes interdependientes son susceptibles a varias formas de caída de los mercados y unas respuestas con políticas adecuadas pueden contribuir considerablemente a mejorar su rendimiento. Las crisis pueden ocurrir especialmente donde las empresas dependen de productores complementarios para la entrada de productos no estandarizados como las piezas personalizadas de alta calidad, o los servicios técnicos especializados. Es obvio que un fallo en un nivel de la red (digamos por una calificación laboral inadecuada o de una pericia administrativa) puede poner en peligro la capacidad funcional general de los demás niveles. Entonces, la mejora general en las redes depende a menudo de manera crítica de la presencia de órganos elaboradores de políticas que sean capaces de identificar y hacerse cargo de sus eslabones más débiles. Las redes extensas entre empresas están también sujetas a otro tipo de fallo que ocurre cuando los vínculos se estructuran de tal forma que impiden el flujo de la información y de las ideas a través de todo el sistema de producción. La competencia feroz, los bajos niveles de confianza o el hecho de no reconocer la interdependencia mutua de todos en todos, puede conducir a resultados disfuncionales como ese, pero unas agencias pertinentes como las asociaciones industriales, o algún tipo de sociedad pública-privada, pueden aportar a veces los marcos para emprender acciones de saneamiento. Investigaciones mucho más recientes acerca de este tema particular sugieren que los esfuerzos para educar a los productores interrelacionados acerca de los beneficios de la mejora de los niveles de cooperación y colaboración

pueden tener una importancia crítica; en particular, en los casos donde las redes están compuestas por muchas empresas pequeñas (Rosenfeld, 1991). Como veremos más adelante, las redes entre empresas caracterizadas por un flujo relativamente libre de información son elementos sumamente significativos en el proceso innovador de las grandes ciudades creativas.

### Los mercados de trabajo locales

Dondequiera que grupos de empresas interrelacionadas se reúnen en conglomerados o aglomeraciones en un espacio geográfico, se desarrollan mercados laborales extendidos en torno a ellos. Es, con mayor razón, el caso de una nueva economía en la que muchos sectores se comprometen con formas de trabajo relativamente intensivas de actividad productiva. Por otra parte, debido a la naturaleza a menudo sorprendentemente polifacética de las empresas que forman estas aglomeraciones, sus demandas de fuerza de trabajo como un todo tienden a variar dentro de una amplia gama de calificaciones y sensibilidades laborales. Esto implica, a su vez, que es probable encontrar una gran variación social en las comunidades de trabajadores que las rodean, aunque, en la práctica, se pueden identificar por lo general dos categorías principales. Por una parte, en estas aglomeraciones, las masas de trabajadores con bajos salarios y sin calificación tienen casi siempre una gran demanda. Por ejemplo, en las operaciones de ensamblaje de la fabricación de productos de alta tecnología; en las fases de trabajo manual de las industrias artesanales como la ropa, los muebles, las joyas; o, generalmente, en funciones de servicios de bajo nivel. Por otra parte, también es típico que se requieran grandes cantidades de traba-

jadores profesionales, administrativos y técnicos. Este es especialmente el caso de las zonas metropolitanas de las sociedades económicamente más avanzadas, donde se concentra gran parte de la producción de alta calidad e innovadora que caracteriza a la nueva economía. Las fuentes de fuerza de trabajo calificada que se forman en estas zonas se refuerzan constantemente con la inmigración constante de individuos talentosos procedentes de zonas menos favorecidas que reconocen que estos son los sitios privilegiados donde pueden realizar mejor sus ambiciones profesionales (Menger, 1993).

Los individuos más calificados que componen la fuerza de trabajo de los sectores de la nueva economía en las ciudades creativas se involucran cada vez más en procesos productivos que se pueden caracterizar mejor como formas de trabajo en función de proyectos. En estos casos, los trabajadores forman equipos temporales que combinan sus distintas capacidades y sus talentos en la búsqueda de resultados en sinergia. Los equipos, en otras palabras, son instrumentos para estimular las capacidades creativas de cada trabajador por medio de la colaboración interactiva con los demás dentro de un ambiente laboral estructurado. Según Grabher (2004), buena parte del trabajo creativo en los sectores más avanzados de las industrias de la publicidad y del *software* se lleva a cabo de esta manera. En la medida en que determinados proyectos entran y salen de cualquier empresa, se ajusta así la composición de los equipos adecuados, a veces de manera radical, para poder promover sinergias específicas para los proyectos. Esta forma de trabajar, de hecho, transcurre más o menos paralelamente a las formas en que se organizan las redes de producción entre las empresas en la industria cinematográfica de Hollywood. En particular, las películas



El Palacio de Peterhof ubicado a 39 km de San Petersburgo es uno de los principales recursos turísticos de Rusia.

de grandes presupuestos, se producen allí por medio de coaliciones temporales de empresas especializadas (por lo general, bajo los auspicios de uno de los grandes estudios), que se separan de nuevo cuando se termina cualquier proyecto, solo para reagruparse en otro tipo de configuración en la medida en que aparecen proyectos nuevos. El resultado neto es un flujo de productos terminados que capitalizan las combinaciones idiosincrásicas de las técnicas que se introducen temporalmente en una red para un proyecto determinado.

En armonía con esta flexibilidad organizativa, muchos de los trabajadores más creativos e innovadores de la nueva economía tienden más a emprender carreras que abarcan varias empresas y experiencias laborales durante el transcurso del tiempo, que a comprometerse con un empleo a largo plazo con una empresa particular. Los hábitos laborales de ir saltando de un sitio para otro de los ingenieros de Silicon Valley son un ejemplo familiar de esta tendencia (Angel, 1991). Como corolario, el trabajo a tiempo parcial, tem-

poral y autónomo es muy evidente entre los grupos de trabajadores con salarios elevados. Para muchos individuos dentro de estos grupos, la autogestión sustituye la función de supervisión del personal más tradicional de la empresa. De ahí que las carreras se concentren típicamente en el desarrollo de una reputación personal y en la adquisición de numerosos contactos útiles. Una de las consecuencias de esta tendencia es que este tipo de trabajadores suelen ser socios empedernidos de organizaciones de profesionales y de otras asociaciones relacionadas con su trabajo; principalmente, para obtener información acerca de las fluctuaciones de las oportunidades laborales, aunque también para mantenerse al día de los nuevos desarrollos en sus especialidades. Participan en lo que Ursell (2000) llama “economía de favores”, en la que se intercambia información útil en ambos sentidos a través de relaciones múltiples de reciprocidad. Por ejemplo, en un estudio empírico de los mercados de trabajo para los nuevos trabajadores de los medios de comunicación en Los Ángeles,

tomé nota de una variedad extraordinaria de organizaciones profesionales. Todas funcionaban de variadas formas como puentes entre informaciones críticas y lagunas de capacitación (Scott, 1998). En vista de la incidencia recurrente de estas lagunas en los mercados de trabajo asociados con la nueva economía urbana, se puede esperar que las inversiones privadas-públicas en el mejoramiento de la circulación de la información y de la capacitación vocacional de los trabajadores cosechen grandes dividendos.

Los mercados del trabajo que se forman en torno a cualquier determinada aglomeración de productores son propensos a adquirir con el transcurso del tiempo una pátina con el color específico de un lugar, en el sentido de que se convierten en un sitio de tradiciones, sensibilidades y normas peculiares que los envuelven, como lo expresa Marshall (1919), como una atmósfera sobre la comunidad local. Las condiciones que se materializan de esta manera tienen una significación primordial como fuente de ventajas competitivas únicas. Este atributo de las comunidades industriales locales y de los mercados de trabajo que se les asocian tiene obviamente gran importancia en el caso de los sectores que generan productos con elevados niveles de contenido estético o semiótico, pero también cuentan mucho para otros tipos de sectores (incluida la fabricación tecnológica intensiva), donde la técnica y las formas tácitas de conocimiento desempeñan un papel importante en la producción. De igual modo, el medio social urbano constituye un entorno que a menudo estimula la fácil adaptación y socialización de los trabajadores, alivia su circulación a través de las estructuras regionales de empleo y los ayuda a mantener las ventajas idiosincrásicas del sistema productivo local.

### **El campo creativo**

Las ciudades creativas del mundo moderno se organizan típicamente alrededor de sistemas de producción marcados por redes variables entre las empresas y mercados de trabajo flexibles del tipo que se han descrito más arriba. Estas estructuras aportan un marco esencial para unos elevados niveles de generación e intercambio de información, y para la experimentación frecuente por empresas particulares sobre los procesos industriales y los productos. La propia fluidez de las economías de las ciudades como estas significa que las empresas y los trabajadores que las componen se ponen constantemente en contacto entre sí en formas que contribuyen a desencadenar diversas energías innovadoras.

Varios estudios han mostrado que estos procesos polifacéticos de contactos e intercambios son un factor crítico en la generación de ideas, sensibilidades y perspicacias nuevas en las aglomeraciones industriales (ver, por ejemplo, Edquist, 1997; Lundvall y Johnson, 1994; Russo, 1985). En la medida en que tienen lugar prolongados intercambios formales e informales de información en cualquier conglomerado (por ejemplo, en situaciones en las que se negocian pedidos de subcontratación, o en equipos concebidos en función de un proyecto), es probable que se produzca un aprendizaje y una sensibilización considerables –la mayor parte de tiempo inconscientemente– acerca de diferentes aspectos del diseño del producto, las tecnologías de producción, el medio empresarial general y así sucesivamente. Esta información, a su vez, se puede incorporar entonces a las pequeñas innovaciones y a las mejoras marginales de las prácticas productivas locales. Probablemente, pocas de las formas concretas de las mejoras que fluyen a partir de este proceso son tan dra-

máticas que se registren sistemáticamente en formas de textos o patentes, pero una corriente acumulativa de ellas puede tener una significación importante para contribuir a mantener la posición ventajosa de una aglomeración de productores interrelacionados.

En otro trabajo (Scott, 2005a), he llamado “campo creativo” a las estructuras dentro de las aglomeraciones industriales que estimulan estos tipos de efectos de aprendizaje e innovación, o a los conjuntos de interrelaciones que estimulan un canal para las expresiones individuales de creatividad. En un nivel, este fenómeno coincide con las redes de empresas y trabajadores que componen cualquier aglomeración determinada, y con las interacciones múltiples que transcurren entre estas distintas unidades de toma de decisiones y de funcionamiento. En otro nivel, está parcialmente conformado por las instalaciones infraestructurales y el capital social indirecto, como las escuelas locales, las universidades, las instituciones de investigación, los centros de diseño, y otros, que complementan las capacidades innovadoras de estas redes. Y aun a otro nivel, es una expresión de las culturas, convencionalismos e instituciones que llegan a existir en las estructuras productivas y laborales de cualquier aglomeración. Cada uno de estos niveles de resolución del campo creativo es susceptible de tener bloqueos funcionales y fallos de cualquier tipo, y los responsables de la elaboración de las políticas pueden desempeñar allí un papel significativo al contribuir a mejorar el funcionamiento general del sistema. Se debe observar, además, que ni la homogeneidad cultural ni las formas extremas de heterogeneidad parecen conducir a elevados niveles de aprendizaje e innovación en el campo creativo, pero que es probable que una combinación de vínculos sólidos y débiles, y/o señales interpersonales potencien

al máximo las sinergias generales (Elfring y Hulsink, 2003; Granovetter, 1973; Noteboom, 1999). De esta manera, el volumen de información en cualquier individuo combina el refuerzo de lo ya familiar con el grado justo suficiente de lo no familiar para despertar una autoexploración acerca de los hábitos de pensamiento establecidos.

#### **4. Las ciudades creativas Externalidades, diferenciación del producto, aglomeración**

Las condiciones diversas descritas en los párrafos precedentes conducen en muchos casos a un proceso de aglomeración en gran escala que, por definición, es una de las condiciones necesarias (aunque no suficientes) para la aparición de las ciudades creativas como unidades geográficas características en el paisaje global contemporáneo. Hay que precisar dos puntos principales en esta conexión. Primero, los costos de las múltiples, variadas y continuamente variables relaciones de transacción (que incluyen intercambios comerciales y no comerciales) entre los productores de los sectores aquí analizados, aportan un interesante incentivo para que a su alrededor converjan grupos selectos de empresas. Donde las transacciones son a pequeña escala y ricas en contenido de información (de modo que es necesaria una mediación cara a cara para el éxito de su terminación), el incentivo para formar un conglomerado es mucho mayor. Segundo, las redes de productores especializados o complementarios, junto con sus mercados de trabajo asociados, tienden a generar flujos abundantes de externalidades positivas. Estas externalidades a menudo se pueden actualizar y apropiar cuando las empresas las transforman en economías de aglomeración al congregarse todas



Panel publicitario de la Universidad de California en Berkeley.

en un espacio geográfico. Las economías de aglomeración hunden sus raíces en una gran variedad de fenómenos, pero entre ellos son de gran importancia las redes, los mercados de trabajo local y los efectos del campo creativo ya descritos. Duranton y Puga (2004) han sugerido una forma alternativa, aunque complementaria, para categorizar las economías de aglomeración en términos de compartir (por ejemplo, las instalaciones infraestructurales), combinar (por ejemplo, los insumos especializados y las relaciones productivas, o los empleos y los trabajadores), y el aprendizaje (por ejemplo, los intercambios de información entre las empresas). Por supuesto que puede haber externalidades negativas debidas a la densidad del desarrollo local. Estas representan una falta categórica de incentivos para las aglomeraciones. Sin embargo, hasta la fecha, la historia de la urbanización avanzada es una en la que los funcionarios municipales han trabajado por lo general constantemente para poner las externalidades negativas

bajo algún tipo de control y, a partir de ahí, estimular nuevas series de desarrollo y crecimiento urbano.

Las presiones locales que surgen después que aparecen las redes empresariales y los trabajadores, y comienzan a fluir las externalidades positivas, funcionan más fuerte al unísono y, por lo tanto, estimulan la aglomeración y generan formas proto-urbanas en el paisaje. Verdaderamente, los alicientes para la aglomeración pueden ser tan intensos que distintos grupos de productores concentrados en una ciudad determinada pueden a veces desagregarse en un nivel aún más detallado de resolución espacial para formar barrios industriales discretos, aunque generalmente coincidentes. En las grandes zonas metropolitanas, puede haber varios de estos barrios, cada uno con su propia categoría de producto especializado, y cada uno asociado con un mercado de trabajo local característico. Las externalidades positivas también pueden extenderse continuamente de un barrio a otro en el espacio interior urbano. La ciudad de Los Ángeles, que es un caso emblemático

de ciudad creativa contemporánea, tiene barrios especializados ordenados en una amplia zona periférica que rodea el distrito empresarial central, cada uno concentrado en una industria de productos culturales diferente (cine, producción de programas de televisión, música, publicidad, ropa, muebles, joyas y otros). Cada uno de ellos genera también modas e imágenes que son entonces apropiadas de varias formas por las empresas en los demás barrios. Así, todos estos barrios participan en un paradigma de diseño que es peculiarmente propio del sur de California, y que a veces se describe en términos de un estilo general que abarca lo exuberante, lo popular y lo transitorio (Molotch, 1996; Scott, 1996).

Debería añadir que por encima y más allá del caso de las grandes zonas metropolitanas, hay también muchas aglomeraciones creativas pequeñas y especializadas por todo el mundo, ejemplificadas por sitios como Limoges, con su industria de la porcelana; el centro de libros de segunda mano de Hay-on-Wye, a lo largo de la frontera anglo-galesa (Seaton, 1996); o las comunidades artesanas de la Tercera Italia (Becattini, 1987). La supervivencia ininterrumpida —y ciertamente, la notable proliferación en los últimos años— de lugares como estos se puede atribuir en parte a las poderosas ventajas económicas que les confiere la articulación de procesos de aglomeración especializada con una insistencia en la diferenciación de los productos. Estas ventajas les permiten, en muchos casos, prosperar a pesar de las presiones competitivas procedentes de centros de producción más grandes y sumamente mejor dotados. Cualquiera que sea el tipo de producto que se origina en alguno de estos lugares —intensivo en tecnología o intensivo en artesanía, utilitario o cultural, móvil o inmóvil— sus posibilidades de éxito competitivo ininterrumpido están supedi-

tadas considerablemente a menudo a las características específicas del lugar. Hoy, los consumidores tienden a distinguir entre productos diferentes, pero competitivos, tanto por sus aspectos cualitativos como por sus precios relativos. Un tipo de ordenador, un tipo de silla, o un tipo de centro vacacional, son raras veces sustitutos perfectos para otro tipo de ordenador, otro tipo de silla, u otro tipo de centro vacacional, respectivamente. Más bien, la competencia se está haciendo cada vez más monopolística, en el sentido Chamberlin-Robinson, lo que significa que la competencia avanza cada vez más no solo sobre la base del precio, sino también sobre la base de los atributos cualitativos específicos del producto terminado, incluido el lugar específico de su origen (Cf. Chamberlin, 1933; Robinson, 1933). Esta circunstancia introduce un mayor significado al concepto de ciudad creativa, tanto grande como pequeña. Las tradiciones, convencionalismos y técnicas que existen en una zona urbana determinada contribuyen a infundirle un aura exclusiva a los productos locales que puede ser imitada por las empresas de otros lugares, pero que nunca pueden reproducir completamente. En la nueva economía cultural, en particular, los productos tienen a veces una distinción que se asocia directamente con sus sitios de origen, como es el caso, digamos, de la moda de París, el teatro de Londres, la música de Nashville, o la cerámica de Caltagirone, en Italia. Los lugares donde se realiza la producción en estos ejemplos representan un componente característico del reducto terminado además de una autenticación de su calidad fundamental y simbólica. El valor económico de estas propiedades es tan grande que las localidades buscan protegerlas con frecuencia por medio de marcas comerciales o certificados de denominación de origen geográfico (Santagata, 2002).

La relación entre el precio y los aspectos cualitativos del producto terminado está sujeta realmente a una intensificación que puede repetirse indefinidamente porque, de la misma manera que los elementos del lugar entran a formar parte de las especificaciones del diseño del producto, también las simbologías variables de los propios productos se asimilan a su vez dentro de los activos culturales de los lugares donde se producen. Las conexiones íntimas que se construyeron durante casi un siglo entre Hollywood –el lugar– y Hollywood –la industria– ilustran convincentemente este punto particular (Cf. Scott, 2005b).

#### **Las posibilidades de la creatividad urbana**

En las ciudades donde se emplean grandes cohortes de trabajadores creativos en diferentes sectores, podemos observar a menudo algo así como un equilibrio emergente entre el sistema de producción por una parte y el medio cultural urbano por la otra. En condiciones ideales, cada parte de esta dualidad aumenta y potencia el funcionamiento cualitativo de la otra y, juntas, constituyen un cimiento importante adicional de la ciudad creativa. Los responsables de la elaboración de las políticas en todo el mundo comienzan a reconocer esta dualidad interdependiente al seguir adelante con los programas de desarrollo económico local en combinación con esfuerzos de todo tipo para la promoción cultural. Estos últimos se expresan a menudo en actividades para la creación de zonas atractivas y para la promoción local, y en programas detallados de restauración ambiental urbana. Las ciudades que ya están bien dotadas con asociaciones históricas y culturales sólidas tienen evidentemente una ventaja notable en

este aspecto (Cf. Philo y Kearns, 1993). Pero, incluso donde las experiencias históricas precedentes pudiera parecer que inciden negativamente en la formación de una nueva administración económica y cultural creativa, hay, a menudo, mucho que los responsables de la elaboración de las políticas pueden conseguir. Uno de los ejemplos más notables de este tipo de cambio está representado por la región del Ruhr, donde buena parte de la vieja infraestructura industrial pesada y las fábricas se ha reciclado para alojar nuevos proyectos culturales y para usos alternativos como la producción de servicios para los medios de comunicación y las empresas (Gnad, 2000). Proyectos semejantes, aunque menos ambiciosos, se pueden encontrar en el Northern Quarter de Manchester, en el Cultural Industries Quarter de Sheffield, o en el Westergasfabriek de Ámsterdam. El cambio de imagen y la nueva imagen de los lugares es un recurso de los responsables de la elaboración de las políticas que va en aumento –aunque, tal vez, de forma demasiado optimista en algunos casos– como herramienta para atraer el flujo de los turistas, para generar la entrada de nuevas inversiones y generalmente para aumentar la expectativas económicas locales. El Museo Guggenheim de Bilbao es uno de los ejemplos recientes más dramáticos de este fenómeno. A la luz de estas afirmaciones, resulta poco sorprendente observar que muchas de las grandes zonas metropolitanas del mundo están siendo atraídas cada vez más por una fórmula de desarrollo que combina la concentración en la nueva economía, la inversión en los recursos culturales y en un intento para crear una sensación local brillante. Ciudades como Hong Kong, Osaka, Singapur y Sydney



Criadero de ostras en la Bretaña francesa. Desde noviembre de 2019, las ostras de Cancale están reconocidas como patrimonio cultural inmaterial de la UNESCO.

han apostado por un futuro para sí que incorpora, por lo menos, una parte de esta visión, que consideran no solo un medio para alcanzar mayores ingresos y una mejor calidad de vida, sino también como una forma de expandir su influencia global (Cf. Hong Kong Central Policy Unit, 2003).

Florida (2002) ha hecho alusión a algunos de estos mismos temas en su trabajo sobre la “clase creativa” y su presunto papel en el fomento de una nueva dinámica urbana basada en el aprendizaje, la innovación y el cultivo de estilos de vida a la moda. Ha sugerido, muy notablemente, que hay una correlación significativamente positiva entre la incidencia de la clase creativa en distintas ciudades y el crecimiento económico local. En consecuencia, el consejo que da Florida

a los funcionarios de las ciudades es que se deben concentrar en los mecanismos para atraer a sus jurisdicciones la mayor cantidad de individuos creativos que les sea posible. Este consejo se reduce a su vez a la recomendación de que las ciudades con ambiciones creativas necesitan invertir considerablemente en la creación de un ambiente urbano de alta calidad, rico en servicios culturales, y propicio para la diversidad de la vida social local. El razonamiento de Florida parece identificar una cantidad de elementos recurrentes en la ciudad creativa contemporánea, pero una vez dicho esto, no consigue articular rotundamente las condiciones necesarias y suficientes en las cuales los individuos expertos, calificados y creativos se congregarán realmente en sitios particulares o permanecerán allí durante un

plazo razonablemente prolongado. La clave de este acertijo se encuentra en el sistema de producción. Cualquier ciudad que carezca de un sistema de empleo capaz de ofrecer a estos individuos los medios para obtener ingresos adecuados y duraderos para ganarse la vida, apenas se encuentra en una posición para estimular que cantidades significativas de ellos residan permanentemente en ella, independientemente de cualquier otra política de estímulo que los responsables de la elaboración de las políticas puedan ofrecer. De manera correspondiente, la sola presencia de “gente creativa” no es por cierto suficiente para sostener la creatividad urbana durante períodos prolongados. La creatividad necesita movilizarse y canalizarse para poder aparecer en formas prácticas de aprendizaje e innovación. Esa es la razón por qué he insistido más arriba en el concepto de un efecto de campo creativo.

Debería añadir a continuación que un ingrediente de los razonamientos de Florida gira en torno a la idea de que una vez que la clase creativa se ha agrupado en cualquier sitio determinado, sus energías emprendedoras y culturales innatas se activarán automáticamente en la construcción de una economía local efervescente. Para decirlo con claridad: la idea fundamental aquí se puede expresar en su esencia pura y simple como  $X \rightarrow Y$ , donde  $X$  es la clase creativa y  $Y$  es el desarrollo económico local. Sin embargo, una vez más, este razonamiento olvida considerar las complejas relaciones sincrónicas y diacrónicas que deben existir antes de que haya probabilidades de que surja un ambiente creativo dinámico. Sobre todo, en las ciudades modernas, prácticamente todas las dimensiones de la vida urbana evolucionan repetidamente asociadas entre sí. Esto significa que cualquier programa de desarrollo viable concentrado en la construcción de una ciudad creativa debe

ocuparse –como mínimo– de crear un sistema de producción local, de adiestrar o atraer una fuerza de trabajo apropiada, de programar un espacio urbano adecuado y de asegurar que todos los elementos diferentes comprometidos trabajen más o menos armónicamente entre sí. Ninguno de estos elementos puede funcionar como una simple variable independiente, aunque, a partir de los razonamientos expuestos arriba, el sistema de producción seguramente debe ser visto como representativo de un nexo especialmente crítico de las relaciones en este respecto. Por supuesto, que ni Hollywood ni Silicon Valley salieron adelante como los centros creativos que son porque una clase creativa ya se encontraba allí antes que las formas específicas de desarrollo económico que caracterizan estos conglomerados. Incluso, si hubiese sido así, ¿qué habría explicado la excepcionalmente elevada proporción de escritores, directores y actores en el primer caso, y la excepcionalmente elevada proporción de ingenieros y científicos en el otro? La eufórica política de recomendaciones de Florida acerca de la nueva clase creativa y sus poderes milagrosos para la regeneración urbana tienen, después del debido análisis, algo del mismo olorillo que la presentación sumamente apresurada y engañosa de las panaceas propuestas por muchos consultores en la década de 1980 acerca del “crecimiento del próximo Silicon Valley” (Miller y Côte, 1987).

Entonces, ¿qué pueden tratar de lograr de manera realista en este aspecto los responsables de la elaboración de las políticas, y cómo deben acometer las tareas pertinentes? No tengo la intención de tratar de presentar un proyecto minucioso de detalles aquí, sino solo mencionar esta cuestión en primer término como una cuestión de principios. De hecho, ya he tratado una serie de campos de

tareas específicas que los responsables de la elaboración de las políticas deben afrontar durante cualquier esfuerzo para construir ciudades competitivas, y he insistido en que, cualesquiera que sean las palancas de las políticas que decidan utilizar, deben situarlas dentro del contexto de la dinámica urbana donde la causalidad acumulativa y las interdependencias a todo lo ancho del sistema están en el orden del día. Las tareas específicas que se deben abordar en cualquier caso particular dependen mucho del momento y del lugar específicos, y se debe enfatizar que no se ha calculado que los enfoques inconsecuentes produzcan mucho en términos de resultados satisfactorios debido a las idiosincrasias históricas y geográficas que rondan cada caso particular (Storper y Scott, 1995). No obstante, las ideas teóricas expuestas arriba sugieren que muchas de estas tareas girarán de una forma u otra alrededor de elementos del trabajo y de la vida urbana como las redes productivas, los mercados de trabajo y los procesos locales de aprendizaje e innovación. En todas estas esferas de actuación, los responsables de la elaboración de las políticas pueden contribuir a administrar las externalidades, a solucionar los problemas de los elementos que consumen más que su parte equitativa de los recursos, a garantizar que las infraestructuras necesarias y las formas constructivas estén en su sitio, y a proporcionar servicios críticos (como el adiestramiento laboral o el asesoramiento tecnológico) que de otro modo faltarían o serían insuficientes. Además, y en vista de las trayectorias dependientes de una ruta de evolución que las grandes aglomeraciones casi siempre siguen, unas agencias de coordinación colectiva adecuadas pueden contribuir a veces a dirigir cualquier sistema urbano determinado a través de coyunturas críticas en su camino hacia delante. Los

urbanistas también tienen un papel importante que desempeñar en estas cuestiones, tanto en el fomento de las sinergias urbanas a través de controles apropiados del uso de los terrenos, y contribuyendo a despejar los embotellamientos y los problemas económicos que se presentan constantemente durante la expansión de las ciudades.

Una vez dicho esto, la visión tentadora, pero fugaz, de una marcha constante de las ciudades del mundo hacia algún tipo de utopía creativa necesita ser bien controlada. Se puede lograr mucho en casos específicos y bien situados, y muy bien pudiera ser que las relaciones perjudiciales que a menudo han enconado la vida y el trabajo en las ciudades capitalistas se vayan haciendo algo menos ásperas en los medios urbanos más creativos de hoy. Sin embargo, muchas características negativas permanecen obstinadamente implantadas en la experiencia urbana contemporánea y pueden incluso resultar agravadas con la llegada de la ciudad creativa tal como la concebimos aquí. En el mejor de los casos, la búsqueda de la ciudad creativa va a resultar inevitablemente menoscabada en cierta medida mientras haya tendencias compensatorias en las comunidades urbanas que generen cantidades masivas de empleo precario y mal remunerado, y una polarización económica y una marginación social análogas. Unos pocos centros afortunados quizás puedan lograr algo que se asemeje a un medio creativo de alta calidad general, pero, en la mayoría de las zonas metropolitanas, los desarrollos de este tipo probablemente continuarán existiendo solo como enclaves en un paisaje urbano donde la pobreza y la privación social seguirán prevaleciendo ampliamente. La formulación de políticas específicas para mejorar esas zonas del espacio urbano que permanecen aún fuera de los focos más privilegiados de

producción, trabajo y vida social, deben, por lo tanto, constituir una prioridad principal en cualquier esfuerzo para construir ciudades creativas rigurosas.

### **5. Las ciudades creativas en un mundo que se globaliza**

El debate se ha centrado abrumadoramente hasta ahora en los temas relacionados con la estructura y las funciones internas del espacio urbano. Ahora, necesitamos volver nuestra atención hacia algunos temas críticos de las relaciones interurbanas y, sobre todo, hacia los impactos de la globalización sobre el desarrollo urbano contemporáneo en general y sobre las ciudades creativas en particular. En el mundo de hoy, el alcance de muchas ciudades se extiende mucho más allá de los límites nacionales inmediatos, y ciudades con una fuerte incidencia de sus sectores creativos –especialmente, en las industrias de la nueva economía como la producción de alta tecnología, los servicios empresariales y financieros, la industria de los medios de comunicación y de productos culturales, o la manufactura neo-artesanal– se encuentran a la vanguardia de esta tendencia. Las fortunas de estas ciudades están vinculadas a un proceso ascendente de globalización en cuatro sentidos diferentes aunque interrelacionados.

Primero, con la extensión de los mercados debido a la globalización, las tendencias hacia la aglomeración urbana se están intensificando realmente a través de buena parte de la nueva economía, porque el crecimiento de los productos permite que se profundicen y se amplíen las divisiones del trabajo en el punto de producción, al igual que conduce a la ampliación de las economías externas de escala y gama. Una consecuencia de esta reafirmación de

la aglomeración –sobre todo, en la forma de las grandes zonas metropolitanas– es que el sistema del mundo moderno puede describirse, por lo menos parcialmente, como un mosaico o un archipiélago de economías regionales complementarias y en competencia (Veltz, 1996).

Segundo, las formas de competencia económica que existen entre las distintas ciudades –especialmente, las ciudades creativas–, tiende cada vez más a adoptar variedades de competencia monopolista/imperfecta *à la* Chamberlin y Robinson. La competencia de este tipo juega a favor de las ciudades con capacidades creativas características, e incluso aquellas que están limitadas por su relativa pequeñez pueden encontrar a menudo nichos sostenibles para ellas en los mercados mundiales, siempre que puedan ofertar servicios y bienes suficientemente característicos. Por el contrario, si viviésemos en un mundo con una variedad decreciente de productos, con sucedáneos generalmente en aumento entre los productos de distintos fabricantes, los efectos de los rendimientos locales crecientes que surgen en la medida en que los lugares se expanden, tenderían eventualmente a resultar –seguramente a muy largo plazo– en una situación en la que el suministro global de cada tipo particular de bienes se vería monopolizado gradualmente por una aglomeración particular. Esta observación tiene un significado especial en relación con la economía cultural. Por ejemplo, en tanto que se afirma a menudo que el mundo moderno se mueve hacia patrones estandarizados de consumo cultural alimentados por las fábricas de sueños de Hollywood, se puede proponer una argumentación contraria convincente que afirma que, en principio, no hay razones para que otros centros alternativos de producción cultural en general, y de producción cinematográfica en particular,



Interior de la librería City Lights Books en San Francisco.

no puedan coexistir con Hollywood. Una salvedad importante detrás de esta afirmación es que estos centros alternativos también deben ser capaces de organizar sistemas efectivos de comercialización y de distribución de sus producciones. Esto, por supuesto, es otro campo donde los responsables de la elaboración de las políticas pueden desempeñar un papel decisivo. Mi razonamiento, si es que puede sostenerse, señala aquí a un posible mundo futuro que es considerablemente más poli-céntrico y polifónico que lo que los pesimistas culturales quieren hacernos creer. El resurgimiento reciente de industrias cinematográficas y musicales en diferentes partes de mundo fuera de América del Norte parecería concordar con este punto de vista.

Tercero, y como corolario, muchas de las empresas más dinámicas en las ciudades creativas de todo el mundo están comprometidas en la construcción de redes inter-

nacionales de asociación con las otras, en la forma de empresas conjuntas, alianzas estratégicas, coproducciones, y otras. En un mundo policéntrico y polifónico, estos acuerdos son un reflejo de la sinergia que se obtiene al unir combinaciones características de talentos, aptitudes e ideas procedentes de distintas aglomeraciones con tradiciones culturales y capacidades creativas distintas. A partir de esta perspectiva, las ciudades del mosaico global ofrecen muchas –y, sin duda, cada vez mayores– oportunidades para una interacción complementaria.

Cuarto, y a pesar de mis comentarios anteriores acerca del reforzamiento de la aglomeración bajo las condiciones de la globalización, hay también evidencias de una tendencia opuesta hacia la descentralización en ciertos sectores de la economía moderna. En la medida en que los costos de las comunicaciones y los transportes a escala mundial continúan en descenso, para

los productores en las principales ciudades creativas se hace cada vez más viable enviar ciertos tipos de tareas de trabajo, o paquetes de tareas, a centros satélites que ofrecen condiciones de producción ventajosas. Estas tareas consisten generalmente de operaciones relativamente normalizadas que se pueden desarticular sin demasiadas afectaciones para las operaciones más calificadas y creativas (que, por lo general, siguen estando concentradas en las grandes aglomeraciones), y que después se envían a localidades de más bajo costo (Henderson y Scott, 1987). Las industrias de las confecciones en ciudades como Nueva York, Los Ángeles, Londres y París, por ejemplo, se encuentran ahora profundamente vinculadas en relaciones de este tipo con subcontratistas y fabricantes en distintas partes de América Latina, Asia y África del Norte (Kessles, 1999). De la misma manera, cada vez más actividades de rodaje cinematográfico de las empresas de producción de Hollywood se van desentendiendo de las funciones iniciales y finales, y las van transfiriendo a estudios en Australia, Canadá, Europa Oriental, Sudáfrica y otros lugares donde se pueden encontrar condiciones ventajosas para los costos (Goldsmith y O'Regan, 2005).

Por lo tanto, la globalización está llena de peligros y de oportunidades para las ciudades creativas, y los responsables de la elaboración de las políticas necesitan mantenerse alertas sobre qué acciones pueden (y no pueden) permitirles evadir los primeros y capitalizar las segundas. Pero también necesitamos cultivar un sentido preciso de exactamente cuán imperfecta es nuestra comprensión de los temas importantes y, a partir de ahí, nuestra capacidad para emprender acciones de saneamiento. Un ejemplo sencillo será suficiente para subrayar este punto. Entonces, por una parte, en Hollywood y en el estado de California, por lo general, se están preparando

una serie de iniciativas con el propósito de frenar la pérdida de puestos de trabajo debida a la fuga de las producciones cinematográficas, y para reafirmar las ventajas de las locaciones en California para las actividades de rodaje. Nos pudiéramos preguntar ¿qué se puede lograr con esas iniciativas –¿y a qué costo?– dadas las ventajas de las locaciones alternativas y la rápida disminución de los costos de las transacciones entre Hollywood y los distintos centros satélites? Por otra parte, en la medida en que aparecen centros lejanos de producción cinematográfica sobre la base de la fuga de las producciones de Hollywood siempre hay alguna posibilidad de que por lo menos unos cuantos de ellos comiencen a tener ventajas competitivas significativas como consecuencia del aumento de las economías de aglomeración. Los responsables de la elaboración de las políticas en las ciudades canadienses de Montreal, Toronto y Vancouver han estado evidentemente apostando por ese resultado en la medida en que tratan de atraer más y más actividades de rodaje cinematográfico por medio de nuevas construcciones de estudios, ventajas fiscales, programas de capacitación de los trabajadores, entre otros. Hasta aquí, queda por responder una pregunta acerca de si los responsables de la elaboración de las políticas pueden o no pueden impulsar realmente el desarrollo de la industria cinematográfica en cualquiera de estos centros satélites hasta el punto de poner en marcha un círculo de crecimiento aglomerado del que puedan sentirse orgullosos. Claramente, la competencia entre los tres centros canadienses para las producciones que se fugan de Hollywood incide negativamente en cierta medida contra este resultado. De la misma manera, ¿podrán alcanzar el umbral de crecimiento en un centro determinado antes de que las propias empresas de producción de Hollywood se muden a zonas aún más fértiles en otros sitios?



Mercado indígena artesanal de Otavalo (Ecuador).

Es mucho lo que está en juego en todo esto y, sin embargo, el nivel actual de nuestros conocimientos dificulta extraordinariamente la formulación de enfoques para unas políticas viables con las cuales afrontar todas las contracorrientes complejas que se encuentran implicadas. Y resulta aún más difícil evaluar con algún grado de confianza los resultados probables de las políticas que se están poniendo en práctica.

### **6. Un comentario concluyente**

La nueva economía del post-fordismo ha sido el prelude de muchas posibilidades de largo alcance para unas formas creativas de producción, y estas posibilidades han tenido lugar sobre todo en las grandes regiones metropolitanas del nuevo orden mundial. En algunas de estas regiones más avanzadas, se están llevando a cabo enérgicos esfuerzos para estimular el

ambiente creativo con transformaciones complementarias del tejido social y físico local. Por supuesto, nunca antes ninguna época de la historia de la urbanización capitalista ha parecido estar tan cargada de oportunidades para devolver las dimensiones de la economía, la cultura y el lugar a una cierta armonía práctica y humanamente razonable. La idea propuesta inicialmente por Debord (1967) de “la ciudad del espectáculo” puede tal vez ser vista como una anticipación temprana de alguno de estos desarrollos; especialmente, en materia de los nuevos espacios productivos, los complejos culturales y los enormes ambientes visuales que están proliferando en las principales zonas metropolitanas de todo el mundo (Mommas, 2004; Zukin, 1995).

Al mismo tiempo, resulta conveniente recordar algunas de las cualidades mor-

daces del comentario de Debord (por no mencionar las críticas de Goludner sobre la nueva clase), y observar, una vez más, que con todos sus atractivos, la idea de la ciudad creativa aporta como mucho una visión un tanto unilateral de las tendencias reales y de las posibilidades latentes en los patrones del desarrollo urbano. Tal como he enfatizado repetidamente en esta discusión, las grandes ciudades posiblemente pueden albergar hoy capacidades creativas sin precedentes, pero también son lugares donde prevalecen considerables desigualdades sociales, culturales y económicas, y que no puede haber verdaderamente un logro final de la ciudad creativa donde permanezcan estos problemas persistentes. No se trata sencillamente de una cuestión de distribución de los ingresos, aunque unas condiciones económicas más equitativas deben figurar seguramente de forma prominente en cualquier agenda para una reforma. Incluye también temas básicos

de civismo y democracia, la incorporación total de todos los estratos sociales a la vida activa de la ciudad, no solo por su propio bien, sino también como un medio para soltar las riendas de las fuerzas creativas de toda la ciudadanía. En el análisis final, cualquier impulso para lograr la creatividad urbana en ausencia de una preocupación más amplia por la cordialidad y la camaradería (que deben diferenciarse del concepto mecánico de “diversidad”) en la comunidad urbana como un todo está condenado a quedar radicalmente inacabado. Es más, y de nuevo con perdón de Florida, la creatividad no es algo que sencillamente se puede importar a la ciudad a lomo de piratas informáticos que trabajen en más de un centro, patinadores en monopatín, gays y bohemios de todo tipo. Se debe desarrollar orgánicamente a través de un complejo entramado de relaciones de producción, trabajo y vida social en contextos urbanos específicos.

### Bibliografía

- ALBERTSEN, N. (1988). Postmodernism, post-fordism, and critical social theory. *Environment and Planning D: Society and Space*, 6, pp. 339-365.
- ANGEL, D.P. (1991). High-technology agglomeration and the labor market: the case of Silicon Valley. *Environment and Planning, A*, 23, pp. 1501-1516.
- BECATTINI, G. (1987). Mercato e forze locali: il distretto industriale. Bologna: Il Mulino.
- BELL, D. (1973). *The coming of post-industrial society; a venture in social forecasting*. New York: Basic Books.
- BERRY, B.J.L. (1964). Cities as systems within systems of cities. *Papers of the Regional Science Association*, 13, pp. 147-163.
- BOYER, R. (1986). *La Théorie de la Régulation: Une Analyse Critique*. Paris: Algalma.
- CAMAGNI, R. (2002). On the concept of territorial competitiveness: sound or misleading? *Urban Studies*, 39, pp. 2395-2411.
- CHAMBERLIN, E. (1933). *The Theory of Monopolistic Competition*. Cambridge, MA.: Harvard University Press.
- CHRISTERSON, B., & LEVER-TRACY, C. (1997). The Third China? emerging industrial districts in rural China. *International Journal of Urban and Regional Research*, 21, pp. 569-588.
- DEBORD, G. (1967). *La Société du Spectacle*. Paris: Editions Buchet-Chastel.

- DURANTON, G., & PUGA, D. (2004). Micro foundations of urban agglomeration economies. In J. V. Henderson & J. F. Thisse (Eds.), *Handbook of Regional and Urban Economics*, Vol. 4 (pp. 2065-2118). Amsterdam: Elsevier.
- DURKHEIM, E. (1893). *De la Division du Travail Social*. Paris: F. Alcan.
- EDQUIST, C. (1997). Systems of innovation approaches - their emergence and characteristics. In C. Edquist (Ed.), *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations* (pp. 1-35). London: Pinter.
- ELFRING, T., & HULSINK, W. (2003). Networks in entrepreneurship: the case of high-technology firms. *Small Business Economics*, 21, pp. 409-422.
- FLORIDA, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
- GNAD, F. (2000). Regional promotion strategies for the culture industries in the Ruhr area. In F. Gnad & J. Siegmann (Eds.), *Culture Industries in Europe: Regional Development Concepts for Private-Sector Cultural Production and Services* (pp. 172-177). Düsseldorf: Ministry for Economics and Business, Technology and Transport of the State of North Rhine-Westphalia, and the Ministry for Employment, Social Affairs and Urban Development, Culture and Sports of the State of North Rhine-Westphalia.
- GOLDSMITH, B., & O'REGAN, T. (2005). *The Film Studio*. Boulder: Rowman and Littlefield.
- GOULDNER, A. (1979). *The future of intellectuals and the rise of the new class*. New York: Seabury.
- GRABHER, G. (2004). Temporary architectures of learning: knowledge governance in project ecologies. *Organization Studies*, 25, pp. 1491-1514.
- GRANOVETTER, M.S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, pp. 1360-1380.
- HALL, P. (1998). *Cities in Civilization*. New York: Pantheon.
- HARVEY, D. (1987). Flexible accumulation through urbanization: reflections on post-modernism in the American city. *Antipode*, 19, pp. 260-286.
- HENDERSON, J.W., & SCOTT, A.J. (1987). The growth and internationalisation of the American semiconductor industry: labour processes and the changing spatial organisation of production. In M. J. Breheny & R. McQuaid (Eds.), *The Development of High Technology Industries: An International Survey* (pp. 37-79). London: Croom Helm.
- HONG KONG CENTRAL POLICY UNIT (2003). *Baseline Study on Hong Kong's Creative Industries*. Hong Kong: Centre for Cultural Policy Research, University of Hong Kong.
- KESSLER, J.A. (1999). The North American Free Trade Agreement, emerging apparel production networks and industrial upgrading: the Southern California/Mexico connection. *Review of International Political Economy*, 6, pp. 565-608.
- LANDRY, C., & BIANCHINI, F. (1995). *The Creative City*. London: Demos.
- LUNDVALL, B. A., & JOHNSON, B. (1994). The learning economy. *Journal of Industrial Studies*, 1, pp. 23-42.
- MARSHALL, A. (1919). *Industry and trade; a study of industrial technique and business organization*. London: Macmillan.
- MENGER, P.M. (1993). L'hégémonie parisienne: économie et politique de la

- gravitation artistique. *Annales: Economies, Sociétés, Civilisations*, No. 6, pp. 1565-1600.
- MILLER, R., & CÔTE, M. (1987). *Growing the Next Silicon Valley: A Guide for Successful Regional Planning*. Lexington: Lexington Books.
- MOLOTCH, H. (1996). LA as design product: how art works in a regional economy. In A. J. Scott & E. W. Soja (Eds.), *The City: Los Angeles and Urban Theory at the End of the Twentieth Century* (pp. 225-275). Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- MOMMAS, H. (2004). Cultural cluster and the post-industrial city: towards the remapping of urban cultural policy. *Urban Studies*, 41, pp. 507-532.
- NADVI, K., & SCHMITZ, H. (1994). Industrial Clusters in Less Developed Countries: Review of Experiences and a Research Agenda. Brighton: Institute of Development Studies, Discussion Paper No 339.
- NOTEBOOM, B. (1999). Innovation, learning and industrial organization. *Cambridge Journal of Economics*, 23, pp. 127-150.
- PHILO, C., & KEARNS, G. (1993). Culture, history, capital: a critical introduction to the selling of places. In G. Kearns & C. Philo (Eds.), *Selling Places: The City as Cultural Capital, Past and Present* (pp. 1-32). Oxford: Pergamon Press.
- PIORE, M., & SABEL, C. (1984). *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*. New York: Basic Books.
- ROBINSON, J. (1933). *The Economics of Imperfect Competition*, London: Macmillan.
- ROSENFELD, S.A. (1992). *Competitive Manufacturing: New Strategies for Regional Development*. New Brunswick: Center for Urban Policy Research, Rutgers University.
- RUSSO, M. (1985). Technical change and the industrial district: the role of interfirm relations in the growth and transformation of ceramic tile production in Italy. *Research Policy*, 14, pp. 329-343.
- SANTAGATA, W. (2002). Cultural districts, property rights and sustainable economic growth. *International Journal of Urban and Regional Research*, 26, pp. 9-23.
- SCOTT, A.J. (1996). The craft, fashion, and cultural products industries of Los Angeles: competitive dynamics and policy dilemmas in a multi-sectoral image-producing complex. *Annals of the Association of American Geographers*, 86, pp. 306-323.
- (1998). Multimedia and digital visual effects: An emerging local labor market. *Monthly Labor Review*, 121, pp. 30-38.
- (2005a). Entrepreneurship, innovation and industrial development: geography and the creative field revisited. *Small Business Economics*.
- (2005b). *On Hollywood: The Place, The Industry*. Princeton: Princeton University Press.
- SCOTT, A.J. & LERICHE, F. (2005) Les ressorts géographiques de l'économie culturelle: du local au mondial, *L'Espace Géographique*, 3, pp. 207-222.
- SEATON, A.V. (1996). Hay on Wye, the mouse that roared: book towns and rural tourism. *Tourism Management*, 17, pp. 379-382.
- SOJA, E.W., & SCOTT, A.J. (1986). Los Angeles: capital of the late twentieth century. *Environment and Planning D: Society and Space*, 4, pp. 249-254.



- STORPER, M., & SCOTT, A.J. (1995). The wealth of regions: market forces and policy imperatives in local and global context. *Futures*, 27, pp. 505-526.
- URSELL, G. (2000). Television production: issues of exploitation, commodification and subjectivity in UK television markets. *Media, Culture and Society*, 22, pp. 805-825.
- VELTZ, P. (1996). *Mondialisation, villes et territoires: l'économie d'archipel*. Paris: Presses Universitaires de France.
- ZUKIN, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell.



Acceso a la ponencia de Allen J. Scott en las Jornadas Ciudades Creativas Kreanta en el canal en YouTube Ciudades Creativas TV, [aquí](#).