

De qué está hecha una ciudad creativa. Una propuesta para abordar la cultura, el ocio y la creatividad en la urbe contemporánea

What is a Creative City made up from. An approach to culture, leisure and creativity in the contemporary city

Nizaiá Cassián Yde

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)

nizaiacass@gmail.com

Resumen

El estudio de la Ciudad Creativa ha tendido a plantearse en el marco de dos dicotomías, abordando lo urbanístico y material por un lado; y añadiendo a ellos la importancia de lo simbólico, social y discursivo como elementos claramente diferenciables; y por otro lado tendiendo a posicionar el análisis ya sea desde su elogio o de su crítica. Más que una crítica, consideramos necesaria una estrategia que de un paso atrás, hacia una interrogación por la formas de composición en las que la ciudad creativa es constantemente performada, de qué está hecha, *qué produce a la ciudad creativa* y simultáneamente *qué es eso que la ciudad creativa produce*. Con el fin de resaltar la red de relaciones entre a) las prácticas de ocio y descanso, b) la producción de recorridos, objetos y tecnologías en torno a la cultura y c) la promoción de un ciudadano-sujeto creativo; sugerimos la incorporación de algunas herramientas teóricas planteadas por Michel Foucault que nos permitan analizar cómo se conforma el dispositivo de lo cultural y creativo en el marco de una regulación liberal de la ciudad, qué ensamblajes de saberes, disposiciones arquitectónicas, operaciones de enunciación y visibilización, redes de prácticas y técnicas de diversa índole configuran la producción de una Ciudad Creativa.

Palabras clave: Ciudad Creativa; Industrias culturales; Ocio

Abstract

The study of the Creative City has commonly been arisen in the context of two dichotomies, addressing its urban and material dimension on one hand; and adding to it the importance of the symbolic, social and discursive but considering both as clearly preexistent and distinguishable elements; and on the other hand situating the debate on either the praise or criticism of the model. More than a critique, we consider that is strategic to take a step back, towards an interrogation on the forms and compositions in which the Creative City is constantly being performed, what it is made up from, *what produces the creative city* and simultaneously *what is that which the creative city produces*. In order to highlight the relation between a) practices of leisure and recreation, b) the production of spaces, objects and technologies around culture and c) the promotion of a creative citizen/subject; we suggest some theoretical tools raised by Michel Foucault that may allow us to analyze the emergence of a *dispositif* of 'the cultural' and 'the creative' in the context of a liberal regulation of the city; which are the assemblages of knowledge, architectural arrangements, operations of enunciation and visibility, networks of practices and techniques of diverse nature that shape the production of a Creative City.

Keywords: *Creative City; Cultural industries;*

Introducción

Este ensayo ha nacido de una pregunta respecto al papel del juego y el ocio en la ciudad y su relación con la emergencia de un paradigma cultural y creativo en la constitución, gestión y gobierno de la metrópolis actual. Surge también de un interés por explorar las formas de configuración de lo urbano entendiéndolo no como una delimitación geográfica, ni un conglomerado de habitantes y edificios, sino como formas de vida, espacialidades y redes semiótico materiales en constante actualización, lo urbano como una forma de hacer, ordenar, sentir, funcionar, administrar, concebir, nombrar, habitar y relacionarse. En el marco de este ser urbano que nos atraviesa, este texto es un intento por esbozar aproximaciones a una forma específica y contemporánea de producción de ciudad basada en la promoción de la cultura, el arte y la creatividad. El espíritu del que surgen nuestras preguntas es sencillo y de lugar común y nos parece bien que así sea, nos mueve una pregunta por cómo vivir, por el juego, la sorpresa y el gozo en la ciudad. Las cuestiones específicas respecto a los modelos de Ciudad Cultural y Ciudad Creativa que abordaremos en este texto se enmarcan dentro de una inquietud más amplia y general, la de tópicos ordinarios que consideramos urgente adoptar para sacudir con cierta rabia y desvergüenza: ¿qué formas adopta hoy el juego, la sorpresa y el aburrimiento en la ciudad? ¿cuándo trabajamos y cuándo descansamos? ¿cuándo producimos y cuándo derrochamos? ¿en qué espacios, prácticas y rituales urbanos pueden hoy recrearse, reconocerse y encontrarse nuestros cuerpos? ¿en qué términos nos es dado hoy pensar y experimentar la vagancia, el ocio y la creatividad en la ciudad?

Con la creciente desindustrialización de las ciudades y la consecuente transformación de una economía cada vez más basada en ideas, símbolos, lenguajes y comunicación, la creatividad de la mano de la cultura se han convertido en elementos centrales para la producción de valor en la metrópolis, donde de acuerdo con George Yúdice (2002, p. 28) el recurso al capital cultural actual es parte de la historia del reconocimiento de los fallos en la inversión destinada al capital físico en la década de 1960, al capital humano en la década de 1980 y al capital social en la de 1990. Con el cambio en los modelos de producción de ciudad moderna que han ido del fordismo basado en la industria, a una economía postfordista basada en la producción y generación de ideas, conocimiento e innovación –lo que por diversos autores ha sido denominado como *capitalismo cognitivo* (Fumagalli, 2010; Lazzarato, 2004)– en las últimas décadas puede observarse una tendencia a nivel internacional a promover y fortalecer las industrias culturales en estrecha relación con planes de regeneración urbana y fortalecimiento económico, llevando a algunos autores a señalar la transición hacia un marcado giro cultural en un sector importante de la economía capitalista dominante (Zukin, 1995; Landry, 2000; Scott, 2000). Desde la década de 1980 un reducido número de referentes exitosos suelen ser presentados como evidencia de que un giro cultural en las políticas de regeneración urbana puede conducir a la revitalización económica de ciudades postindustriales. En algunos casos éstos suelen estar asociados a centros o nuevas instituciones emblemáticas -como la Tate Modern en Londres, el Guggenheim en Bilbao-, o a procesos más abiertos y difusos de reorientación y reconfiguración de barrios como enclaves culturales -por ejemplo Rope Walks Quarter en Liverpool, Trival en Madrid o Raval en Barcelona. A la par de grandes equipamientos culturales, tales estrategias suelen promover la proliferación de pequeños negocios culturales en un sentido amplio (diseño gráfico, editoriales, pequeñas galerías, sellos de música, despachos de arquitectura). Es a través de estas transformaciones que las grandes ciudades europeas han construido modelos de desarrollo, planeación y regeneración urbana basados en las

industrias turísticas, culturales y creativas a partir de la premisa de que esta estrategia reditúa en grandes beneficios tanto económicos (generación de empleos, activación de la economía, desarrollo de las industrias del ocio) como sociales (revitalización del espacio público, fomento de la participación ciudadana, educación) (Department of Trade and Industry, 2001; European Commission, Palmer/Rae Associates, 2004).

Puede que una de las manifestaciones más exageradas y evidentes de esta tendencia sea la nominación de ciudades como Capitales Culturales, estrategia que más allá de lo cultural ha venido siendo utilizada como incentivo de políticas de inserción en el campo de competencia interurbana y *branding* metropolitano. En la actualidad, las ciudades compiten unas con otras para atraer flujos de capital, visitantes y nuevos residentes, por lo que la gestión urbana ha buscado herramientas tradicionalmente exclusivas de las empresas creando 'marcas' con las ciudades a través del marketing urbano, a las que se ha asociado una imagen y un valor para la transformación del modelo económico (Lury, 2007). Desde 1985 sólo en Europa más de 30 ciudades han sido designadas Capitales Culturales por la Comisión de Cultura y el Parlamento de la Unión Europea y el fenómeno ha ido creciendo con nombramientos similares en otras partes del mundo (Capital Cultural Iberoamericana, Americana, Estadounidense y Asiática o Mes Cultural Europeo para países no miembros). A la par y de una forma más difusa y generalizada, diversas ciudades europeas han construido modelos de regeneración urbana e intervención social basados en la promoción del turismo, la cultura y la creatividad ya sea por sus beneficios económicos o sociales. Planes Estratégicos de Turismo y Cultura tanto a nivel local como a través de los diversos Consejos y Agendas Europeas a lo largo de la última década son ejemplos de esta tendencia.¹

En el marco de esta tendencia urbana quisiera delimitar el objetivo específico de este ensayo. Me interesa resaltar que en el estudio de este modelo de ciudad cultural y creativa —principalmente desde el campo de los estudios urbanos y la geografía crítica (Harvey y Smith, 2005; Zukin, 1995), aunque no exclusivamente— se ha tendido a plantear categorías dicotómicas de análisis que considero problemáticas, esto es abordando los elementos urbanísticos, económicos e inmobiliarios por un lado; y añadiendo la importancia de lo simbólico, social y discursivo por otro lado, pero siempre como elementos claramente diferenciables. En este sentido es ilustrativo el señalamiento de David Harvey (1989, p. 5-7) al resaltar la dificultad de construir un análisis que considere la relación entre *procesos* y *objetos* —identificando los primeros como sociales y los segundos como urbanísticos— donde, pese a explicitarse, esta dificultad es atribuida al desafío que conlleva mantener un balance explicativo entre ambos aspectos, y no al hecho de que para su investigación éstos han sido artificialmente divididos en categorías conceptualmente excluyentes. Es así que una rama importante de investigación y específicamente los análisis críticos en torno a la relación entre ciudad, turismo cultural e industrias creativas se han abocado principalmente a aspectos ya sea económico productivos o espaciales del fenómeno denunciando consecuencias negativas derivadas de una ciudad extremadamente enfocada al

¹ Puede mencionarse el programa *Culture Counts: Financing Resources and the Economics of Culture in Sustainable Development* (Banco Mundial, Gobierno de Italia y UNESCO: 1999), la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO y de ésta específicamente el documento *Ciudades Creativas: fomentar el desarrollo social y económico a través de las industrias culturales* (UNESCO del 14.10.2004), la Resolución del Consejo de 16 de noviembre de 2007 relativa a una Agenda Europea para la Cultura (DO C 282 de 24.11.2007, p. 15/15) y el plan de acción del Consejo de Cultura de la UE *Council conclusions on promoting a creative generation: developing the creativity and innovative capacity of children and young people through cultural expression and access to culture* (Council of the European Union, 2009) con el fin de promover programas específicos que desde la infancia y adolescencia fomenten actitudes de innovación, emprendizaje, flexibilidad y creatividad -valores liberales que analizaremos más adelante- a través de la cultura.

turismo (Urry, 1990, 2008), señalando procesos de gentrificación (Smith, 2002) y de conversión del modelo en una marca económicamente rentable de ciudad (Balibrea, 2005). Ciertamente, debemos señalar que a la par de estos enfoques han surgido agudos análisis en torno a aspectos socio políticos vinculados a la eclosión de este modelo, al aprovechamiento de las externalidades positivas que se generan en las cuencas de cooperación de la cultura (y del trabajo inmaterial en general) y al cercamiento de estas formas de producción colectiva (Rodríguez, 2007), al uso de la cultura como instrumento de cooptación y neutralización del disenso (Bonet, 2007, Espai en Blanc, 2004) y a la promoción de eventos que por ser meramente espectaculares no reditúan en el tejido social de la ciudad (Unió Temporal d'Escribes, 2004). Con todo, no deja de llamar la atención que desde el campo de la Psicología Social y Ambiental hasta ahora poco se haya trabajado en torno a este fenómeno, apuntando a aspectos que pudiendo competir a sus campos de estudio pudiesen aportar al análisis de un 'imperativo creativo', de la cultura, el esparcimiento y la creatividad como dispositivos de gestión y gobierno de las poblaciones, al análisis de una producción de espacialidades, objetos y subjetividades vinculados a la emergencia de un diagrama de ciudad basado en el control de los cuerpos a partir del ocio, el cultivo de sí y el entretenimiento.

Con el fin de resaltar esta red de relaciones entre a) las prácticas de ocio, esparcimiento y descanso, b) la producción de recorridos, espacios, objetos y disposiciones arquitectónicas en torno a la cultura y c) la promoción de un ciudadano-sujeto creativo; esbozaré algunos elementos históricos relacionados con la introducción de la cultura como herramienta para la 'conducción de la conducta' en el marco de prácticas de gobierno liberales y con el surgimiento del turismo cultural de masas en la primera mitad del siglo XX, para posteriormente abordar la promoción de capitales culturales y el reciente auge de las ciudades creativas, específicamente en voz de Richard Florida (2002, 2005, 2009). A manera de cierre esbozo la incorporación de algunas herramientas teóricas a partir de Michel Foucault y de las aportaciones de los estudios de la gubernamentalidad en torno a la ciudad (Osborne & Rose, 1999; Rose & Osborne, 2000) que permitan analizar cómo se conforma el dispositivo de lo cultural y creativo, qué ensamblajes de saberes, disposiciones materiales y arquitectónicas, dispositivos de enunciación, redes de prácticas y técnicas de diversa índole configuran la producción de la Ciudad Cultural y Creativa. A partir de este recorrido sugiero un desplazamiento que evite una concepción de la Ciudad Creativa en tanto modelo abstracto o unidad estable y susceptible de ser analizada como totalidad económico espacial claramente delimitada, sino en tanto producción de redes socio materiales específicas en constante actualización, planteando la necesidad de generar relatos que aborden de forma empírica y a través del estudio de casos específicos los procesos de composición y emergencia de este diagrama de ciudad.

Sujetos de ocio, sujetos de descanso: la introducción de la cultura en las prácticas de gobierno liberales

¿En qué consiste la especificidad de esta introducción de la cultura para los propósitos de gobierno y de qué manera ésta refleja la emergencia de un paradigma liberal de regulación? Es hacia mitad y finales del siglo XIX que las relaciones entre cultura y gobierno empiezan a ser pensadas y organizadas en una forma distintivamente moderna a través de la concepción de que las obras, formas e instituciones de la *alta cultura* pueden servir a la tarea gubernamental siendo asignadas al propósito de civilizar a la población en su conjunto. En este campo el trabajo de Tonny Bennett (1995) sobre la genealogía del museo moderno y su relación con los dispositivos de gobierno liberales es fundamental. De acuerdo con

Bennett, el museo público adquiere su forma moderna hacia finales del siglo XVII y principios del XIX, enmarcado en un proceso más general en el que una serie de desarrollos tanto en las prácticas como en sus territorializaciones son llevados a cabo empezando a pensar la cultura como una herramienta útil para gobernar, creada como materialización del ejercicio de nuevas formas de poder. A manera de ejemplo es ilustrativo el reporte de 1834 del *Select Committee on Drunkness* que promueve el establecimiento de paseos, salas, teatros, librerías, museos y galerías de arte con el fin de “extraer —a través de la recreación e instrucción inocente y placentera— a todos aquellos que pudieran ser retirados de los hábitos de la bebida” (Bennett, 1995, p. 18).

Lo que aquí empieza a gestarse es una capacidad atribuida a la alta cultura (a sus espacios y objetos) para transformar las vidas interiores de la población al punto de poder alterar sus formas de vida y comportamiento. Para quienes en este período introducen y abogan por estos 'esparcimientos racionales', la cultura más que incrementar los poderes regulatorios formales del Estado, pretende 'trabajar a distancia', alcanzando sus objetivos al inscribirlos en el marco de las capacidades de *auto activación* y *auto regulación* de los individuos. En el ideal de estas prácticas se considera que la alta cultura permitirá —antes que regular o prohibir—, ir más allá y producir individuos que de hecho “no querrán embriagarse en las cervecerías” (Bennett, 1995, p. 20). De acuerdo con diversos reformistas culturales británicos de finales del siglo XIX, tecnologías culturales como museos, librerías y salones de lectura ayudarán al trabajador a escoger una vida caracterizada por restricciones morales, prefiriendo ésta antes que las tentaciones tanto de la cama como de la bebida. El marco de esta programática se asume que los museos ayudarán a elevar el nivel del gusto popular y el diseño, disminuyendo el papel de la taberna, perfilándose como una alternativa a los motines y por tanto incrementando la sobriedad e industriosisidad de la población (Bennett, 1995, p. 21).

Ya desde finales del siglo XVIII y principios del XIX en las formulaciones de la ciencia de la policía (*Polizeiwissenschaft*) que se producen en esta época, Foucault (1977-1978/2006) ha argumentado la emergencia de un gobierno preocupado por el bienestar y la conducta 'de todos y cada uno', aplicado tanto al bienestar moral y cultural como a la salud física de la población donde la reforma del ser —de la vida interior— dependía de la provisión de las tecnologías adecuadas a este propósito, tanto como lo era en cualquier otra área de la administración social. A través de estos ejemplos nos interesa resaltar que en el ámbito de las industrias culturales lo semiótico se ha constituido de forma intrínseca y simultánea, *en y a la par*, de tecnologías específicas de las que no es posible abstraer categorías claramente delimitadas entre aquello que es netamente discursivo o material; ambos aspectos —bienestar moral y físico— han implicado la construcción de arreglos mecánicos apropiados. Un museo y una biblioteca abierta eran tan necesarios para la salud mental y moral de los ciudadanos como las buenas condiciones sanitarias, abastecimiento de agua e iluminación lo eran para su salud física y confort, en ese sentido Bennett señala cómo librerías y galerías de arte se presentaron a sí mismas como instrumentos capaces de mejorar la vida interior del hombre de la misma manera en que espacios dispuestos adecuadamente podían mejorar la salud física. Aunque ciertamente la cultura había sido usada en períodos anteriores en el marco del poder soberano, ésta era fundamentalmente una estrategia de demostración y ostentación; la especificidad y originalidad de la promoción moderna de la cultura radicaba en la necesidad de un involucramiento activo por parte de los ciudadanos, la cultura era novedosamente introducida dentro de la provincia del gobierno, específicamente en el sentido de gobierno activo de sí.

Hagamos un salto en nuestro recorrido y aquí vale la pena señalar que no pretendo de ninguna manera sugerir un desarrollo linealmente evolutivo de las cuestiones de la cultura ligadas al gobierno y

regulación del tiempo libre, tampoco plantear un panorama histórico exhaustivo. A continuación, a partir del inicio del turismo para la clase obrera quisiera construir un breve relato en torno a la eclosión del sujeto de ocio y con él la regulación de una serie de prácticas de descanso y esparcimiento. Tras la revolución industrial y las profundas transformaciones en el escenario social y político en Europa y EU en el periodo de entreguerras, surgieron preocupaciones por el creciente tiempo libre de las clases trabajadoras cada vez más numerosas y politizadas, al visualizar éste como un tiempo 'peligroso' no ocupado en ninguna actividad productiva. Esto llevó a la creación de grupos de especialistas, psicólogos industriales y científicos sociales con el fin de estudiar nuevas organizaciones del tiempo libre. Será en la década de 1930, cuando la clase trabajadora adquiera el derecho a vacaciones pagadas, que el turismo alcance su cualidad expansiva; las vacaciones permitieron la disciplinarización del tiempo de ocio con el planteamiento de una promoción del *trabajo* realizado bajo la promesa del *no trabajo*. La invención de las vacaciones para la clase obrera se acompañó de la gestión de espacios, tiempos y actividades que organizaban el descanso de los trabajadores, la combinación resultó efectiva, para que el obrero trabajara más y mejor debía darse esparcimiento y pausa.

Los regímenes asumieron que la organización del tiempo libre debería quedar en manos del Estado; imitando los primeros viajes a la costa de la clase obrera inglesa, el fascismo y el nazismo tuvieron un impacto central en la promoción y extensión del turismo de masas, donde organizaciones como Dopolavoro (Después del Trabajo) en la Italia de Mussolini alrededor de 1920 y Kraft Durch Freude (La Fuerza a través de la Alegría) en Alemania aproximadamente de 1933 a 1939 gestionaron excursiones, viajes y actividades culturales y deportivas para las masas obreras (Pernas, Román y Wagman, 2005, p. 36). En los comienzos del Partido Nacional Fascista (1920) se redactaba el *Código del Trabajador*, y como complemento el *Código del Descanso* con el objetivo de “devolver al italiano la alegría de vivir” (Fernández, 1991, p. 273), una ejemplo más del proceso de regularización y administración del tiempo de esparcimiento. El ocio devino un imperativo: 'tenía que descansar', en el tiempo de vacaciones uno *debía* trasladarse a otro lugar y realizar actividades así denominadas recreativas dado que esto proporcionaba un confort y descanso bien justificado en el discurso de la higiene, la armonía y el regulado progreso (Fernández, 1991, p. 274). Ya desde el discurso higienista de la ciudad del XIX la labor del buen gobierno del espacio urbano pasaba no sólo por la *prevención* de la enfermedad y la suciedad —de la patología en la ciudad— sino por el hecho aun más específico de *promover* la salud (Osborne y Rose, 1999, p. 742).

A la par del esparcimiento como valor, vino el de la cultura, para 1933 el Partido Nacional Socialista alemán fundaba Kraft Durch Freude (KdF) con la finalidad pública de la educación cultural de los trabajadores. El propósito de Dopolavoro y de Kraft Durch Freude era “disciplinar y encaminar a los sectores laborales por la senda de la paz social. Tratar de convertirlos en ciudadanos útiles y productivos para los intereses (...) de la nación” (Sgrazzutti, 2005a, p. 91). En este marco describía el ocio como “elemento integral para el aumento de la productividad. Las mentes y los cuerpos revitalizados por el descanso llevarían a una mayor productividad en el trabajo” (Baranowski, 2005, p. 95). La organización contaba con seis divisiones: Sector Cultural, Deporte, Viajes y Excursiones, Vacaciones, Formación Profesional, Autogestión y Defensa y el proyecto Belleza en el Trabajo (Liebscher, 2005, p. 136). Todos ellos promovían la complementariedad de las vidas creativas de los obreros dentro y fuera del trabajo y en sus folletos proclamaban que el propósito del ocio era procurar la recuperación física y espiritual para aumentar la productividad (Baranowski, 2005, p. 104). Para atender las preocupaciones que se vinculaban a las transformaciones del aparato productivo y a las formas de producción, los regímenes

fascistas crearon organizaciones destinadas al correcto aprovechamiento del tiempo libre, pautado en función de una adecuada reproducción de la fuerza de trabajo a la que se incorporaban elementos de carácter espiritual y moral. En última instancia, estas instituciones pretendían —a través de una serie de mecanismos contenidos por una sociabilidad centrada en el esparcimiento— la ‘despolitización’ de la clase obrera y la asimilación de ésta a las pautas culturales del régimen. Se asumía que el resultado de estas iniciativas sería el de la integración final del trabajador en la comunidad nacional y su neutralización como potencial sujeto político disidente.

En Alemania existía en aquel momento una gran presión por satisfacer las expectativas de una existencia material mejor. Aun antes de llegar al poder al partido nazi le interesaba mejorar el nivel de vida, especialmente de la clase obrera alemana, como una estrategia para alejarla del marxismo. En esta presión por parte de la población influían diversos factores: el naciente consumismo en la República de Weimar, la fascinación popular tras la Primera Guerra Mundial por el consumo masivo al estilo estadounidense (el partido nazi estaba en contra de este consumismo, se negaba a aumentar los salarios de los trabajadores para que estos pudieran consumir más, dado que eso mermaba los recursos económicos necesarios para el rearme) y la campaña de la izquierda —en particular de los socialistas— por mejorar las oportunidades de recreo de la clase obrera y su acceso a los bienes. Es así que las consideraciones políticas internas requerían una acomodación creativa, aunque silenciada, a una emergente cultura del consumo. El atractivo de KdF consistió en su defensa de la movilidad social mediante el logro individual (*Leistung*) y en la promesa de elevar los niveles de vida de las masas y superar las divisiones sociales que producía el capitalismo liberal. En su conjunto, las diversas iniciativas de la KdF pretendían “volver a los obreros menos proletarios en sus costumbres e identidad al animarles a apropiarse de la alta cultura, canalizándolos hacia la consecución de las distracciones de clase media, y disciplinando y saneando a la clase trabajadora.” (Baranowski, 2005, p. 97).

Procuraba proporcionar formas menos tangibles y baratas de consumo, controladas por el partido y el estado, las cuales abrieran la “propiedad cultural” de la nación a los trabajadores (...) la KdF sustituiría las asociaciones y programas obreros recreativos que el régimen había disuelto, incluyendo el turismo que los socialistas habían desarrollado durante los años veinte. (Baranowski, 2005, p. 96).

KdF y Dopolavoro planteaban el derecho al ocio de los trabajadores a partir de la ampliación de sus horizontes de consumo. Las nuevas formas de esparcimiento tendían a producir una reactivación económica en la industria turística al proveerle un mercado cautivo y planteaban una forma innovadora de sujeción de la clase obrera que debía integrarse a un sistema serializado y racionalizado del tiempo libre. A decir de Sgrazzutti (2005b, p. 111) las propuestas de regulación del ocio del período de entreguerras pretendían controlar sistemáticamente las horas libres, “tiempo políticamente necesario para que la dominación pudiera asimilarse cotidianamente”, creando un proceso que tomara funcionales para el régimen tanto el cuerpo como la subjetividad del trabajador, aun en su descanso. En resumen, se generaron toda una serie de ritmos, recorridos, objetos, tecnologías y prácticas para el descanso asumiendo el no trabajo como parte complementaria e imprescindible para la eficaz realización del trabajo. El turismo, los paseos, excursiones y actividades propias de este esparcimiento emergieron como prácticas de producción de cuerpos relajados que descansaban en pos de un estado pautado y armónico de los ciclos del trabajo y el ocio y de sujetos que a través de actividades culturales y deportivas alcanzaban fines pedagógicos, de higiene, salud y bienestar. Al conceder beneficios e integración social, por la vía del acceso a la cultura y el esparcimiento se perseguía la obtención de

consenso, dicha estrategia estaba inclinada a proponer espacios donde los trabajadores tuvieran contacto entre sí, sin necesidad de estructurarse para la acción de confrontación, es decir desde una sociabilidad basada en un espaciamiento y un gozo no problemáticos.

Destinos para la cultura, sujetos cultivados

Quisiera continuar con este recorrido en torno a la relación entre turismo y esparcimiento introduciendo una versión más reciente de lo que sería la promoción de estas prácticas de ocio en la ciudad a partir de la definición que la Organización Mundial del Turismo (2005) ha hecho en su manual para la conformación de ciudades culturales. Turismo cultural es:

(1) el movimiento de personas hacia atracciones culturales en ciudades localizadas en países distintos al de su lugar habitual de residencia, con la intención de acumular nueva información y experiencias que satisfagan sus necesidades culturales y (2) todos los movimientos de personas a atracciones culturales específicas, tales como lugares de patrimonio, manifestaciones artísticas y culturales, bellas artes y drama; en ciudades fuera de su país habitual de residencia. (World Tourism Organization, 2005, p. VI).

El turismo cultural parte de una materialidad en la ciudad que se manifiesta en lugares patrimonio y productos artísticos por los que las personas habrán de circular, requiere de formas urbanas particulares, de objetos: *cosas-evidencia* que le den sustento. Por otra parte, remite a un sujeto que viaja con la intención de acumular informaciones nuevas, de satisfacer necesidades así denominadas culturales y que en su expectativa habrá de volver a casa transformado: *sujeto-mejorado* por haber mirado y experimentado algo.

Hoy en día turismo y cultura se traslapan y es difícil distinguir una frontera clara entre ellos, no sólo para quienes viajan, sino también para los habitantes de la urbe. Hasta hace dos o tres décadas se observaban una serie de límites relacionados con indicadores temporales y de horarios que diferenciaban lo que ampliamente podemos denominar turismo y cultura; durante el capitalismo organizado —como hemos señalado en los programas para los trabajadores— éstas solían ser prácticas sociales distintas y cada una suponía sus propias formas de juicio, jerarquía y autoridad. De acuerdo con los análisis de Chris Rojek y John Urry (1997) el turismo, en la práctica y en su discurso, solía ceñirse a fronteras claramente delimitadas tanto en tiempos (la semana, la quincena de vacaciones) como en espacios (los *resorts*, *spas*, lugares de veraneo). En cambio, actualmente turismo y cultura se solapan —entendiéndola ésta en su sentido más amplio (y vago) — sus fronteras no pueden ser mantenidas a la distancia en la experiencia urbana, habitante y turista serán cultivados, ilustrados, su recorrido por la ciudad implicará una supuesta búsqueda de lugares y experiencias que le educarán justificando la motivación de las políticas culturales hacia su ser mejor persona.

La cultura como motor de la economía y factor de desarrollo incorpora una serie de acciones y planes de transformación que gravitan alrededor de las industrias creativas y del turismo cultural, este modelo de ciudad cultural tiene por objetivo la atracción de capitales tanto de tipo social como económico y simbólico con el fin de promover la producción de valor a través de las ideas (Lash & Urry, 1993; Urry, 1990). En la creciente culturalización de las prácticas turísticas y en su impacto en las ciudades destino está presente la silueta del *sujeto-mejorado*, figura de ciudadano al que constantemente apelan los Planes Estratégicos de Turismo y Cultura tanto a nivel local como a través de los diversos Consejos y

Agendas Europeas a lo largo de la última década. Estos programas de turismo cultural e industrias creativas evidencian una promoción de la cultura que explicita y hace suya la tarea de mejorar la condición de saber del sujeto. Como apuntan Rojek y Urry (1997, p. 4), “uno no simplemente ve más del mundo al involucrarse en estas formas de actividad, sino que también acepta la invitación a convertirse en una mejor persona”. Encontramos aquí el modelo de una ciudad cuyo fin es el de educar entreteniendo para el que es preciso crear una red de museos, centros culturales y eventos. Esta 'culturalización de la sociedad' implica una de-diferenciación entre esferas socioculturales que anteriormente eran distintas y que en el proceso han devenido en un traslapamiento de los campos del ocio, el arte y la cultura, a la vez que han eclosionado los límites entre los tiempos y formas del trabajo y el no-trabajo.

Como hemos mencionado ya, la presencia de museos, centros culturales, bibliotecas así como de una serie de establecimientos comerciales y de ocio agrupados bajo los distintivos de 'culturales' han sido parte de proyectos de urbanización justificados bajo la adquisición y el crecimiento de capital cultural, es así que esta forma de hacer ciudad requiere de una serie de infraestructuras, productos y servicios como rutas patrimoniales, museos, galerías, festivales de diversas manifestaciones artísticas y auditorios —es decir, un aspecto netamente inmobiliario de equipamiento—, pero que también —señala Harvey (2005)— apelan a la construcción de cierta imagen o marca de ciudad que pueda ser promocionada y comerciable en circuitos de la industria cultural, turística y de inversión privada a nivel internacional.

Como señalé en la introducción, existe una producción abundante de estudios de caso e investigaciones críticas en torno a planes de regeneración urbana basados en el turismo cultural y la cultura y a la conformación de distritos creativos y los efectos de gentrificación ligados a ellos; pero dado que estas investigaciones se han dado principalmente en el campo de los estudios urbanos, ha habido una tendencia a considerar la ciudad desde sus aspectos más macro económicos y espaciales o en el mejor de los casos incorporando lo social, discursivo y simbólico pero siempre con una tendencia a asumir ambas dimensiones como elementos dados, previamente existentes y claramente diferenciables. A continuación quisiera presentar un desplazamiento que ha venido dándose en los últimos años, proyectos tanto a nivel local como internacional han ido pasando de una enunciación y constitución basada en el término de Capital Cultural a proyectos de cara a la promoción de una Ciudad Creativa. Este cambio en los términos va más allá de lo nominal y no es en absoluto banal. En esta transición de lo cultural a lo creativo se aventura la hipótesis de que ha habido un intento por desplazar las lógicas de esta ciudad desde el equipamiento, la arquitectura y los espacios específicos de la cultura; hacia la abstracción de una creatividad tal que aparentemente parece residir en la interioridad e individualidad psíquica de cada uno de los ciudadanos y cuya promoción puede ser una potente estrategia de activación de la economía.

Todos somos creativos

Para que algunos de los puntos que describiré aquí cobren sentido, antes de continuar quisiera invitar a las lectoras a hacer una pequeña pausa y ver el vídeo *Rio de Janeiro-Districts of Creativity* (Riofilmerj, 2010, <http://www.youtube.com/watch?v=jWeBCpq8R3I>) que fuera presentado recientemente en el Creativity World Forum 2010 en Oklahoma, con motivo de la candidatura de Rio de Janeiro para formar parte de la red mundial de Ciudades Creativas. A partir de este encuentro la ciudad forma parte de la red y será sede del próximo foro en 2012 y de la Creativity World Biennale. Considero que este vídeo nos

sirve para ilustrar de una forma sumamente efectiva tanto visual como discursivamente la compleja red de relaciones entre lo material y semiótico de la que emerge esta producción específica de ciudad y la condición de indisoluble aleación de ambos elementos. En el vídeo observamos panoramas emblemáticos de Río de Janeiro y sobre cuyos edificios y montañas van siendo proyectados los rostros de artistas, gestores culturales y empresarios dando su testimonio sobre la ciudad y generando la sensación de que fuesen las construcciones y el paisaje mismo quienes hablasen. Estos personajes dan cuenta de la diversidad y mezcla de la ciudad apelando constantemente a un paralelismo y amalgamamiento entre heterogeneidad geográfica y heterogeneidad social: la riqueza de la naturaleza que desborda la ciudad es la riqueza de la creatividad de sus moradores, la imprevisibilidad de su geografía es la imprevisibilidad de sus habitantes, circulación libre y creativa de gente de todas las clases sociales en un contexto, que de acuerdo con el argumento en el vídeo encuentra su correspondencia en la exuberancia de la naturaleza y su paisaje urbano. En la medida en que la ciudad es físicamente extensa y abundante se plantea una correlación: es por eso que en ella hay suficiente espacio para todas las ideas, éstas se generan, conviven y se encuentran de forma democrática. No es una voz en *off* la que describe las particularidades de la ciudad, sino el testimonio de aquellos que la habitan, imágenes del Estadio de Maracanã, representaciones teatrales y de danza, del carnaval y la marcha del orgullo gay acompañan los rostros proyectados en los paisajes resaltando la efervescencia que vive hoy en día la ciudad, preparándose para las grandes transformaciones que vendrán con la Copa Mundial de Fútbol en 2014 y los Juegos Olímpicos en 2016. La ciudad, se afirma, tiene hoy la posibilidad de reinventarse a sí misma a través de su creatividad.

Hecha esta introducción visual, dejemos por un momento el vídeo para delimitar el contexto, ¿qué es exactamente una Ciudad Creativa y de dónde surge su repentina eclosión? Aquí resulta fundamental la figura de Richard Florida (2002, 2005, 2009) y una serie de libros publicados por éste a lo largo de la última década acuñando los términos de Ciudad Creativa y Clase Creativa. Sus planteamientos se han convertido en referentes altamente acogidos en Europa, diversas ciudades de Norte América y en los últimos años de forma global entre urbanistas, gobiernos, instituciones públicas e inversionistas al promover las industrias creativas como potentes motores económicos, de regeneración y desarrollo. En *Cities and the Creative Class* (2005) Florida ha sugerido que aquellas ciudades con altas concentraciones de lo que él denomina *población creativa* (término sumamente polémico en el que incluye artistas, músicos, comunidades homosexuales, profesionales relacionados con alta tecnología y producción de conocimiento) mantienen altos niveles de desarrollo económico en la ciudad en la medida en que el espíritu dinámico, flexible, abierto y ‘bohémio’ —que a decir de Florida esta clase emana— producen un valor altamente capitalizable.

Es importante enfatizar el impacto y largo alcance que los planteamientos de Richard Florida han tenido en el diseño de planes de regeneración urbana en diversas ciudades; proveniente del ámbito académico (geógrafo, profesor en la Universidad de Toronto) las teorías de Florida han generado un efecto dominó de adhesión y entusiasmo, convirtiéndose en uno de los asesores más consultados por empresas y gobiernos tanto de Estados Unidos como de Europa en temas de regeneración urbana y economía metropolitana ligada a la cultura y a las industrias creativas, dirige la consultora Creative Class Group y recientemente fue nombrado Embajador Europeo para la Creatividad y la Innovación. Como ejemplo del auge que han cobrado los términos ciudad creativa, clase creativa y creatividad —en algunos casos directamente ligados a los postulados de Florida aunque en general de forma más difusa y bebiendo de referentes múltiples— podemos mencionar la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO, el Proyecto

Ciudades Creativas del British Council, la nominación del Año Europeo de la Creatividad y la Innovación 2009 por decreto del Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea, las Fábricas para la Creación dentro del Proyecto Barcelona Laboratorio del Plan Estratégico de Cultura de Barcelona 2006 y las Jornadas sobre Ciudades Creativas que la Fundación Kreanta ha venido realizando desde 2008 con el patrocinio del Ministerio de Cultura Español, el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.

Para introducir algunos de los planteamientos de Florida quisiera comenzar con esta cita: “La personalidad es muy importante a la hora de entender ciudades, regiones, migraciones y crecimiento económico. La clave reside en la interacción entre la personalidad y el lugar.” (2005, p. 213).

Cuando en su libro sobre ciudades creativas Florida plantea la hipótesis de una correlación entre personalidades específicas ligadas a tipos particulares de ciudad, aventura que existen cierto tipo de personalidades fuertemente asociadas a un perfil alto de nivel educativo y formación que *por naturaleza* tienen una tendencia a migrar, son personalidades que toleran mejor el riesgo, prueban cosas nuevas, producen innovaciones y fundan nuevas empresas. Lo que Florida está describiendo es el perfil del emprendedor como un tipo de personalidad particular asociado a un tipo de ciudad, industria y economía de la creatividad.

... cuanta más gente de este tipo abandona el lugar donde nació y se agrupa en un mismo sitio, esas concentraciones se convierten en criaderos de esfuerzo creativo, de innovación, de nuevas empresas y de crecimiento económico. La clasificación que presenciamos no abarca sólo la formación y la habilidad, sino también tipos de personalidad básicos. (2005, p. 208-209).

Florida se plantea como objetivo identificar y entender las relaciones y efectos entre personalidad, innovación, capital humano, clase creativa, ingresos y crecimiento económico. Lo que evidencia es el surgimiento de un paradigma en el que la personalidad, restringida hasta ahora al ámbito de lo privado, íntimo, afectivo —y en gran medida al ámbito de lo psicológico y desde su gestión al aparato de lo clínico—, pasa a formar parte fundamental de lo económico, productivo y de la configuración misma de la ciudad: las ciudades tienen personalidades específicas, afirma Florida. A la economía ya no le será indiferente la personalidad que los ciudadanos puedan tener mientras cumplan con funciones claramente establecidas dentro de la maquinaria de producción, sino por el contrario, interesará que los sujetos tengan una personalidad específica —emprendedora, innovadora, creativa y arriesgada— porque en ella estará la base del potencial económico y productivo de la ciudad.

Florida basa sus teorías en datos obtenidos a partir de respuestas a un Inventario de Fortalezas Psicológicas, un instrumento para valorar la personalidad aplicado en Estados Unidos por dos reconocidos psicólogos positivistas (Martin Seligman, Director del Centro de Psicología Positivista de la Universidad de Pensilvania y Christopher Peterson, Director Científico del VIA —Valores en Acción— Instituto Sobre el Carácter). De acuerdo con sus estadísticas en las regiones con concentraciones significativas de personas altamente creativas y con niveles de estudios elevados, “la población tiende a estar más dispuesta a arriesgarse porque no le preocupa tanto el fracaso” (Florida, 2009, p. 210). La apertura a la experiencia, a decir de Florida, es el factor de la personalidad que ejerce un efecto constante sobre el desarrollo económico regional, tiene una correlación significativa con los empleos de informática, ciencia, arte, diseño y entretenimiento, con los niveles de capital humano en general, con la industria de alta tecnología, con los ingresos y con el valor de la vivienda. De acuerdo con sus estudios,

la apertura tiene correlación con otros factores del inventario de fortalezas psicológicas: aprecio de la belleza (una fuerte atracción a los factores estéticos) y la curiosidad y deseo de aprender. Por otro lado es interesante cómo Florida resalta una correlación negativa entre las ciudades creativas y fortalezas morales como la modestia, la gratitud, la justicia y en general el sentido de cohesión social comunitaria. De acuerdo con él esto implicaría de forma causal y naturalizada que “las mismas fuerzas que permiten que las ciudades sean diversas y creativas son las que perjudican al capital social y al compromiso con la comunidad” (Florida, 2009, p. 211). La paradoja, si seguimos esta hipótesis, es que el desarrollo económico requiere de la concentración de personas creativas, emprendedoras, que cuenten con espacios para compartir e intercambiar ideas y socializar, pero que como base de personalidad se constituyan desde lo individual, el emprendedor como individuo conectado, en un espacio de condensación pero no de comunidad.

¿A dónde nos lleva todo esto?, pregunta Florida al final de su capítulo sobre personalidad y ubicación geográfica. La respuesta es fascinante:

Para las ciudades y las regiones, significa que sus líderes, ya sean políticos, empresariales o de otro tipo, deben ser conscientes de la gran importancia que tiene la psicología (...) Es mucho más fácil atraer a una nueva empresa, o incluso construir un nuevo estadio, que alterar la composición psicológica de una región. Los líderes regionales deben ser más conscientes de cómo la personalidad colectiva de la región determina las actividades económicas que puede llevar a cabo y el tipo de personas a las que puede atraer, satisfacer y conservar. (Florida, 2005, p. 213).

Hay una premisa fundamental en el trabajo de Florida que constantemente es evocada en sus textos: “debemos reconocer el hecho de que cada ser humano es creativo [...] debemos trabajar para construir plenamente una sociedad creativa” (2005, p. 18-19), la lógica de los discursos y prácticas que promueven la constitución de una ciudad creativa se basa en la administración del valor que emerge a través de la producción colectiva de símbolos, ideas y productos del ámbito del conocimiento y la innovación. En la misma línea de esta voluntad de promover la creatividad de los ciudadanos encontramos las declaraciones del Parlamento Europeo y del Consejo relativas al Año Europeo de la Creatividad y la Innovación 2009:

Europa debe reforzar sus capacidades de creatividad e innovación por razones sociales y económicas, a fin de hacer frente eficazmente al desarrollo de la sociedad de la información. La capacidad de innovación está estrechamente relacionada con la creatividad como característica personal y, para que pueda aprovecharse a fondo, debe tener una amplia difusión entre la población. Esto requiere un enfoque basado en el aprendizaje permanente [que] debe comenzar en la edad preescolar y seguir más allá de la jubilación'. Promover la creatividad 'como motor de la innovación y como factor clave del desarrollo de las competencias personales, laborales, empresariales y sociales de todos los individuos en la sociedad, así como de su bienestar social. (Decisión no. 1350/2008/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de diciembre de 2008 relativa al Año Europeo de la Creatividad y la Innovación 2009).

Se señalan entre los factores que pueden contribuir a la promoción de la creatividad y la innovación:

estimular la sensibilidad estética, el desarrollo emocional, el pensamiento creativo y la intuición en todos los niños desde las etapas más tempranas de desarrollo, incluida la atención preescolar [...] aumentar la sensibilización sobre la importancia de la creatividad, la innovación y el espíritu empresarial tanto para el desarrollo personal como para el crecimiento económico y el empleo, y fomentar el espíritu empresarial, especialmente entre los jóvenes, mediante la cooperación con el mundo de la empresa. (Decisión N. 1350/2008/ce del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2008 relativa al Año Europeo de la Creatividad y la Innovación 2009).

En ese sentido, dentro del proyecto de Ciudad Creativa uno es interpelado por las consignas *¡sé tú mismo!* y *¡relaciónate!* que se traducen en *extrae de ti y pon a disposición de la producción de valor el máximo de tus potencialidades cognitivas, afectivas, relacionales y creativas* (Morini, 2004, p. 124). Existe por un lado una necesidad de cooperación productiva de la colectividad, pero que a la vez se estructura a partir de una jerarquización individual en función de la cual la precariedad y las formas de represión son individualizadas a través de formas sofisticadas de control social (un agudo análisis al respecto puede encontrarse en McRobbie, 2003). Dicho de forma muy simple, en el marco de una ciudad creativa y flexible somos llamados a producir juntas pero a padecer aisladas en un contexto en el que problemáticas más amplias y complejas adquieren la apariencia de padecimientos personalizados o individuales. Por otro lado, la concepción de la ciudad pasa de su reducción como estabilidad económica productiva o unidad espacial, a su extremo opuesto, también como reducción y abstracción psicologista por vía de la creatividad.

De qué está hecha una Ciudad Creativa

Es difícil construir un matiz de análisis capaz de desligarse de planteamientos dicotómicos que se restringen ya sea a la promoción o a la condena de los fenómenos del turismo cultural y las industrias creativas en la ciudad. En las bases de argumentos críticos respecto a estos fenómenos solemos caer en la concepción de una externalidad que es aquella del mal, del enemigo. Al pensar en las políticas de regeneración urbana vinculadas a la cultura, al turismo y a la estetización de la ciudad con frecuencia hemos caído en el señalamiento de rostros condenables: los empresarios del sector inmobiliario y de la hostelería, los ayuntamientos e instituciones culturales, el sospechoso espíritu inocuo de museos y espacios del arte, los artistas no alternativos, el turismo en abstracto. En el centro de las reflexiones parece siempre colarse una concepción de buenos y malos, oprimidos y opresores, capitalistas y precarios, cooptados y alternativos, pero es evidente que el problema no sólo rebasa, sino que de forma inherente y paradójica —esta es una de sus particularidades— diluye lo que anteriormente pudieran haber sido claras fronteras entre estas categorías. La mera crítica a las políticas culturales equivaldría a un planteamiento del Estado, de los aparatos del Estado y sus instituciones como fuentes únicas del poder que pueden resultarnos insuficientes dada la complejidad del fenómeno. A la vez, análisis de corte más global y macro económico corren el riesgo de no llegar a dar cuenta de las formas específicas en que nuestras prácticas situadas de creación, cuerpos, relaciones y afectos se ven atravesados por este imperativo de la creatividad, y la forma en que éste es territorializado y hecho efectivo en disposiciones materiales concretas y cotidianas.

Por otro lado, suele asaltarnos la sospecha de que las palabras —las de nuestros análisis y reivindicaciones— se nos han movido de lugar, que son justamente los argumentos que en décadas

anteriores funcionaran como enunciación de nuestras críticas, los que hoy constituyen las pruebas de valor (Boltanski & Chiapello, 2002) que acreditan formas de (auto) precarización y cercamientos de un valor que es producido colectiva y difusamente en el ámbito de la cultura. Intuimos que los referentes con los que hoy se justifican y promocionan las ciudades creativas son peligrosamente cercanos a los que en otros momentos han reivindicado movimientos radicales como vías de sabotaje a las formas de dominación y explotación en la ciudad (como ejemplo representativo, aunque no exclusivo, la propuesta situacionista): un llamado a salir de la alienación del trabajo, de la rigurosidad monótona, de la inflexibilidad repetitiva y la producción para entrar en el juego y en la potencia de una vida auténtica y gozosa; salir de la estandarización y pasividad de lo espectacular para entrar en lo auténtico y radical de la ciudad. Es así que vuelvo al malestar que planteaba al inicio de este ensayo, es necesario generar procesos de investigación y análisis que den palabras a este desconcierto relacionado con la eclosión de la cultura y la creatividad en la ciudad, tenemos sospechas y percibimos un halo ambiguo de seducción y descontento. ¿Cómo es que hemos aceptado ser gobernadas de esta manera, cómo es que somos activamente partícipes de una forma de vivir la ciudad que seduce a la vez que desgasta? ¿Quién gobierna esta ciudad de la cultura y la creatividad? Es en esta ambigüedad de la pregunta por un *quién* donde hemos visto la necesidad de replantear nuestro abordaje desde una concepción de poder que no sea la de un 'poder ahí afuera' —ahí arriba— que todo lo controla.

En este contexto, considero importante situar la Ciudad Cultural y la Ciudad Creativa como campos de investigación en el marco de la Psicología Social, aventurando un desplazamiento en el análisis. Nuestra propuesta aquí sugiere una aproximación que considere formas de constitución de esta ciudad que dependen no tanto de la *coerción* como de la *producción* de espacios y artefactos y de la *proliferación* de prácticas específicas, de su diversidad y apertura. En ese sentido, puede resultar particularmente estratégico ubicar estas reflexiones en el marco de los estudios foucaultianos sobre la gubernamentalidad y su distanciamiento respecto a la 'hipótesis represiva' del poder. Los modelos de regeneración urbana basados en la cultura y las industrias creativas han basado sus prácticas en un ejercicio que resalta tópicos o valores 'en positivo' que han sido ampliamente aceptados: apertura, libertad de expresión, democratización, inclusión y promoción de la creatividad de los ciudadanos, siendo fundamental resaltar que esta positividad no se restringe a una mera estrategia discursiva. Como hemos señalado en nuestro breve apunte histórico, la introducción de la cultura en el marco de una regulación liberal de la ciudad ha acontecido a la par de la producción de dispositivos materiales específicos; promover la ciudad creativa ha implicado el trabajo de producción de su anatomía, de creación de interioridades y recorridos, de fachadas, imágenes y objetos. Es justo debido a esta forma de gestión y regulación de la ciudad en positivo, a partir de su *producción* y no de su dominación o represión que consideramos pertinente realizar un análisis desde la lógica de poder en el sentido que Michel Foucault (1979/1999, 1980/1999) ha señalado a través de aquellas lógicas que no actúan por represión ni por ideología, sino a través de la normalización y la producción de dispositivos de control específicos. A continuación quisiera apuntar de forma general algunos elementos de la propuesta foucaultiana que considero pueden ser útiles al analizar cuál es la especificidad de esta forma de territorialización del gobierno de la mano de lo creativo y cultural en la ciudad, sugiriendo una ontología del presente que nos permita pensar cómo fue posible 'hacer funcionar' la cuestión de la creatividad.

a) Un poder productivo. Consideramos pertinente un desplazamiento respecto a las concepciones más tradicionales del poder que conciben éste como “un sistema unitario, organizado en torno a un centro que es al mismo tiempo su origen, y que debido a su dinámica interna tiende siempre a extenderse”

(Foucault, 1980/1999, p. 256). Distanciándose de esta perspectiva, Foucault plantea la necesidad de un análisis que contemple el carácter productivo del poder en la conformación del campo de la realidad, configurando lo pensable y lo practicable, resaltando un proceso a través del cuál el gobierno emerge como un ensamblaje de naturaleza múltiple, conformando nuevos espacios, materiales y técnicas para hacer más efectiva su función sobre la noción de ensamblaje aplicado al campo de lo urbano y esta concepción de la ciudad como objeto en constante actualización es clave el trabajo de Ignacio Farías (2010).

Aplicando esta concepción productiva del poder a nuestro campo, observamos que en el estudio de las industrias culturales y creativas se ha tendido a plantear una crítica en términos de cooptación o instrumentalización donde la cultura funge como una herramienta susceptible de ser usada para conseguir fines ajenos a ella, la cultura y el arte como instrumentos de alienación o reproducción de las condiciones sociales de dominación y exclusión. Al tomar como referencia esta concepción productiva del poder sugerimos un análisis no desde la *alienación*, sino desde la *alineación*, que contemple la emergencia de nuevas formas de composición en el marco de la ciudad creativa, alianzas que lejos de ser *represivas* o reproductivas han sido *productivas*, sentando las bases para la aparición de nuevos artefactos y realidades: nuevos derechos ('derecho a ocio', 'derecho a esparcimiento y descanso', 'derecho a la cultura'), nuevas subjetividades ('ser creativo') y nuevos vocabularios aplicados al territorio urbano ('cluster', 'milieu creativo', 'barrios bohemios') que aunque remiten a una idea de lugar no pueden ser pensados en términos de mera espacialidad euclidiana (Tironi, 2010), sino también interrogados en función de su composición y emergencia.

En los últimos años hemos podido observar una amplísima generación de investigaciones, estadísticas, artículos, conferencias, libros y toda una serie de análisis en torno a la ciudad creativa que han tendido a situar sus contenidos en posturas dicotómicas ya sea hacia la promoción o a la crítica de este modelo de ciudad, sin considerar que la producción misma de este conocimiento ha sido un elemento fundamental en la emergencia, configuración y constante actualización de la ciudad creativa en sí misma. Los deambuleos ciudadanos y flujos turísticos en búsqueda de recreación y ocio de los que hemos hablado anteriormente, así como esta producción de conocimiento han sido parte de la creación del 'cuerpo' de la ciudad creativa, una entidad con órganos y espacialidades a recorrer, visitar, intervenir, ocupar, criticar, reivindicar, planear y proyectar. Al respecto, consideramos sugerente introducir el análisis de la experiencia clínica como forma de conocimiento que Foucault desarrolla en el *Nacimiento de la Clínica* (1953/2001); en particular nos interesa plantear un símil del 'cuerpo de la ciudad' en relación a la constitución de una anatomía patológica, de un espacio profundo, visible, sólido y cerrado —pero accesible— del cuerpo humano a partir del desarrollo de la observación médica moderna y sus métodos de diagnóstico (Foucault, 1953/2001, p. 274). En esta línea introducimos también un símil con la codificación clínica del 'hacer hablar' en el campo de la sexualidad (Foucault, 1982/2005, p. 82) a partir de instrumentos como el examen y en general a través de los procedimientos para producir la verdad de la sexualidad reinscribiendo el relato de sí en el campo de observaciones científicamente observables desplegando un conjunto de signos y síntomas descifrables.

Sugerimos que la producción de la ciudad creativa se ha acompañado de la emergencia de una *clínica de la ciudad*, la ciudad como un cuerpo al que es preciso dar forma a través de 'llenar' y 'atravesar', sobre el cual es necesario aplicar un "método anatomoclínico" (Foucault, 1953/2001, p. 275), generar diagnósticos desde saberes expertos, trazar proyectos y planes en pos de un modelo de ciudad ideal, intervenir y modelar toda una serie de prácticas de buena conducta vinculadas al ser ciudadano —

ciudadano creativo— y de forma más general una emergencia del 'hacer hablar' la verdad de la ciudad creativa y de la creatividad. Más que una crítica, en un sentido explícitamente político consideramos estratégico dar un paso atrás, hacia una interrogación por la formas de composición en las que la ciudad creativa es constantemente performada, *qué produce a la ciudad creativa* y simultáneamente *qué es eso que la ciudad creativa produce*.

b) Un trabajo sobre sí. Para estudiar las formas de producción de la ciudad creativa, puede resultar pertinente un análisis foucaultiano que resalte aquellas prácticas que operan desde la formación de sí a través de las técnicas de vida, y no de la inhibición mediante lo prohibido y la ley (Foucault, 1980/1999, p. 257). Aquí debemos precisar que al introducir la noción de un gobierno sobre sí vinculado a las prácticas de ocio y consumo cultural no pretendemos ignorar que a la par de éstas, en la ciudad coexisten simultáneamente operaciones del poder que actúan bajo lógicas de coerción, censura y represión (ej. ordenanzas de civismo, redadas contra trabajadoras sexuales, persecución de personas migrantes)². Más que opacar la presencia de estas prácticas represivas, consideramos necesario un ejercicio paralelo de visibilización de aquellas formas de gobierno que a primera vista aparecen bajo la forma de un 'no poder'. De acuerdo con Thomas Osborne y Nikolas Rose (1999), a partir del siglo XIX y principios del siglo XX podemos rastrear dos dimensiones que atraviesan la mentalidad moderna del gobierno urbano —y que también aplican en lo relativo a la regulación del tiempo libre—, por un lado una voluntad de disciplinar y pacificar (aquí se enmarcaría la proliferación de experticia y conocimiento en términos de invención, intensificación y dispersión de nuevas formas de control social: registro, clasificación, enumeración, vigilancia, limpieza, administración, arresto, juicio), y a la par de ésta, una voluntad de crear un tipo específico de subjetividad civilizada y regulada en la población urbana, un intento activo de fabricar libertad como una cuestión de cuerpos libres en el marco de espacios regulados, una *regularización de la libertad* (Rose, 1997).

En el ámbito de las industrias culturales y creativas se promueve un compromiso subjetivo con la construcción de sí —uno mismo como emprendedor creativo—, a la par, la lógica de la ciudad creativa en su discurso de la democratización del arte y la cultura funciona bajo la positividad de una consigna: 'todo ciudadano es creativo, todos estamos *llamados a ejercer* esta potencia y esta libertad, a poner en circulación, hacer uso y expresión de esa creatividad'. En el marco de un cuidado y (re)creación de sí a través de las prácticas de ocio y descanso y de la constitución de uno mismo como sujeto poseedor de una creatividad que habrá de cultivarse considero pertinente la interpelación foucaultiana "¿qué hacer de sí mismo?, ¿qué trabajo llevar a cabo sobre sí?" (Foucault, 1980/1999, p. 255-257). En la producción de esta forma de ciudad, a través de qué acciones e instrumentos se regula el autogobierno, cuáles son las pedagogías, los consejos de conducta y las prescripciones de modelos de vida que emergen en esta red de relaciones.

c) Un gobierno de los sujetos y las cosas en su relación. En un intento por eludir la asunción de la ciudad como unidad dada, así como las dicotomías entre lo material y lo simbólico-discursivo como elementos también ellos mismos autónomos y preexistentes, sugerimos experimentar hasta dónde es posible pensar la configuración de la Ciudad Creativa en términos de dispositivo. Foucault plantea la

² Tenemos en cuenta las posibilidades pero también las limitaciones de la propuesta foucaultiana, existen agudas críticas feministas (Federici, 2010) que señalan que esta transición hacia una lógica positiva del poder sobre la vida, del biopoder, ha podido argumentarse a base de importantes omisiones históricas respecto a la persistencia de formas del poder soberano (la caza de brujas, las relaciones entre Europa y las colonias), basando su análisis en la concepción de un sujeto neutro (hombre, blanco) y pasado por alto las formas de violencia y represión de los cuerpos alternos (mujeres, esclavos, migrantes).

noción de dispositivo como un conjunto heterogéneo “que comprende discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas [...donde] los elementos del dispositivo pertenecen tanto a lo dicho como a lo no dicho” (1976, p. 171).

A partir del vídeo de Rio de Janeiro comentado anteriormente he querido resaltar la fuerte compenetración y coproducción que en la Ciudad Creativa se teje entre arquitectura, paisajes urbanos y elementos como el clima; con subjetividades, discursos y elementos tan aparentemente abstractos como la creatividad. Es aquí que cabe resaltar una vez más la naturaleza de este compuesto constituido por los sujetos y las cosas. Desde Foucault:

las cosas de las que el gobierno debe hacerse cargo son los hombres, pero en sus relaciones, sus vínculos, sus imbricaciones con esas cosas que son las riquezas, los recursos, las provisiones, el territorio [...] son los hombres en sus relaciones con esas diferentes cosas que son los usos, las costumbres, los hábitos, las maneras de hacer o de pensar (Foucault, 1979/1999, p. 184).

Consideramos problemática la abstracción con la que desde diversos sectores se ha venido promoviendo el uso de conceptos como ciudad creativa, clases creativas y creatividad, que al ser definidas de forma aparentemente neutra en términos de una producción cuasi etérea y abstracta — confinada a la individualidad e interioridad psíquica de los sujetos— han generado un efecto de sombra, oscureciendo o manteniendo tras bambalinas que esta producción inmaterial de hecho emerge en condiciones materiales sumamente específicas, de cuerpos, relaciones, acceso a recursos, afectos, prácticas cotidianas, arreglos espaciales y organizaciones específicas del tiempo. Analizar el gobierno de los sujetos y las cosas en su relación nos permite también señalar que el mantenimiento de estas industrias aparentemente 'inmateriales' de hecho precisa de una serie de sujetos que en condiciones de gran precariedad deben hacerse cargo de las tareas cotidianas de reproducción de la vida (labores de cuidado, limpieza, servicios) o aun más, que en estas formas de producción inmaterial se diluyen las fronteras entre trabajo y no trabajo, momento de creación y no creación y la vida toda es puesta a trabajar (Lorey, 2008).

Por otro lado, existen diversos autores que han trabajado la relación entre los cambios en la reproducción social del trabajo y los modelos de ciudad, señalando que la planeación urbana ha venido ligada a una forma de gobernar y gestionar la fuerza de trabajo. Entre ellos Álvaro Sevilla (2010) plantea un análisis que vincula la hipótesis biopolítica a la evolución de la planificación urbana, es decir a las formas a través de las cuales se ha considerado cómo debe planearse y administrarse la ciudad desde el nacimiento de la planificación urbana a mediados del siglo XIX hasta nuestros días, analizando las formas que la gubernamentalidad, como técnica de producción de ciudadanos gobernables, adoptó en las sucesivas olas de cambio social acontecidas a lo largo del siglo XX. Para realizar este análisis biopolítico, Sevilla resalta la ineludible articulación entre reproducción social del trabajo y planificación urbana, vinculando así las políticas urbanas a la gestión de las fuerzas de trabajo y a la construcción de regímenes de gubernamentalidad.

Por último, nos interesa la concepción foucaultiana de un gobierno sin sujeto. En ese sentido, aunque he hecho referencia a la relevancia que la figura de Richard Florida ha tenido en el auge de las ciudades creativas, sería evidentemente absurdo atribuir a sus planteamientos el rol de causa, voluntad o

dirección, de la misma manera en que no lo tienen tampoco los ayuntamientos, empresarios o artistas. La importancia de lo creativo y su relación con la configuración urbana debe ser considerada como un 'efecto no previsto', que no ha tenido que ver con "una argucia estratégica de algún sujeto meta o transhistórico que se hubiera dado cuenta de ello o lo hubiese querido" (Foucault, 1976, p. 173). No es importante entonces tanto el *quién*, sino su contextualización en el marco de un *cómo*, cuáles han sido las condiciones de esta emergencia, nos interesa analizar de qué está hecha esta importancia de la creatividad, el ocio y la cultura en la ciudad, de qué objetos, discursos, problemas, procedimientos técnicos y operaciones de enunciación, visibilización y legitimación. Consideramos necesaria la construcción de relatos situados, de aproximaciones empíricas que den cuenta de nuestras condiciones específicas de producción, creación, esparcimiento, ocio, que sitúen en un mismo nivel de análisis tanto lo subjetivo como lo material. Sugerimos un paso atrás, que analice cómo ha surgido el artefacto mismo de lo cultural y creativo como caracterización específica de la ciudad contemporánea, cómo se produce y se mantiene esta estrecha red de relaciones hasta hace relativamente poco inexistente. Qué ensamblajes de saberes, disposiciones arquitectónicas, redes de prácticas y técnicas de diversa índole configuran la producción de una Ciudad Creativa. Si pudiésemos mantener un estribillo que a manera de cantaleta nos acompañase sería justamente *de qué está hecha esta ciudad y qué objetos se producen* en el marco de estos diagramas de fuerzas. Cuáles son los elementos que en su combinación, encuentro, vecindad, tensión o abigarramiento producen esto que sentimos y hasta ahora sólo atinamos a llamar Ciudad Creativa, cómo se la pone en acción, cómo se la hace acontecer un se que es simultáneamente multiplicidad y confluencia. Queda aun por poner a prueba en futuras investigaciones hasta dónde somos capaces de estirar esta idea y este pensamiento.

Referencias

- Balibrea, Mari Paz (2005). Barcelona: Del Modelo a la Marca. En Jesús Carrillo e Ignacio Estella Noriega (Eds.), *Desacuerdos 3. Sobre Arte, Políticas y Esfera Pública en el Estado Español* (pp. 263-267). Barcelona: Arteleku-MACBA- Universidad Internacional de Andalucía. Extraído el 23 de marzo de 2007, de <http://www.desacuerdos.org/2004>
- Baranowski, Shelley. (2005). Nacionalismo Radical en un contexto internacional: "Fuerza por la Alegría" y las paradojas del turismo nazi. *Historia Social*, II(52), 93-108.
- Bennett, Tony (1995). *The birth of the museum. History, theory, politics (Culture: policy and politics)*. Londres: Routledge.
- Boltanski, Luc & Chiapello, Eve (2002). *El Nuevo Espíritu del Capitalismo*. Madrid: Akal.
- Bonet i Martí, Jordi (2007). De la planificación a las prácticas de producción metropolitana: Dilemas políticos acerca de la generación de espacio público urbano. En YP (Ed.), *Producta50* (pp. 26-45). Barcelona: CASM. Extraído el 8 de noviembre de 2008, de <http://www.ypsite.net/esp/p50/book.php>
- Consejo Ejecutivo de la UNESCO, 170ª sesión (UNESCO del 14.10.2004). *Ciudades Creativas: fomentar el desarrollo social y económico a través de las industrias culturales*. Extraído el 10 de octubre de 2009, de http://portal.unesco.org/culture/es/files/23947/11097017581Ciudades_Creativas_Espagnol.doc

- Council of the European Union (2009). *Council conclusions on promoting a creative generation: developing the creativity and innovative capacity of children and young people through cultural expression and access to culture*. 2978th Education, Youth and Culture Council meeting Brussels, 27 November 2009. Extraído el 12 de mayo de 2011, de <http://www.consilium.europa.eu/documents/access-to-council-documents-public-register?lang=en>
- Decisión no. 1350/2008/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de diciembre de 2008 relativa al Año Europeo de la Creatividad y la Innovación 2009 (Diario Oficial de la Unión Europea del 24.12.2008). Extraído el 3 de marzo de 2011, de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32008D1350:ES:NOT>
- Department of Trade and Industry (2001). *Business Clusters in the UK. A First Assessment*. Londres: Autor.
- Espai en Blanc (2004). Barcelona 2004: El fascismo posmoderno. *Athenea Digital*, 5. Extraído el 10 de septiembre de 2009, de <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/download/127/127>
- European Commission, Palmer/Rae Associates (2004). *Study on European Cities and Capitals of Culture 1995-2004 (Palmer Study)*. Bruselas: Cultura-Comisión Europea. Extraído el 14 de junio de 2009, de http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc926_en.htm
- Farías, Ignacio (2010). Ensamblajes urbanos: la TAR y el examen de la ciudad. *Athenea Digital*, 11(1). 15-40. Extraído el 8 de junio del 2011, de <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/826>
- Federici, Silvia (2010). *Caliban y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación primitiva*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Fernández Fuster, Luis (1991). *Historia general del turismo de masas*. Madrid: Alianza Editorial.
- Florida, Richard (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Nueva York: Basic Books.
- Florida, Richard (2005). *The flight of the Creative Class. The new global competition for talent*. Nueva York: Harper Collins Publishers.
- Florida, Richard (2009). *Las ciudades creativas*. Barcelona: Paidós.
- Foucault, Michel (1953/2001). *El nacimiento de la clínica*. México: Siglo XXI.
- Foucault, Michel (1976). El juego de Michel Foucault (entrevista). *Diván*, 2/3, 171-202.
- Foucault, Michel (1977-1978/2006). *Seguridad, territorio y población*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, Michel (1979/1999). La gubernamentalidad. En *Estética, ética y hermenéutica* (pp. 175-197). Barcelona: Paidós.

- Foucault, Michel (1980/1999). Subjetividad y verdad (Annuaire du Collège de France, 81^o année, Historie des systèmes de pensée, année 1980-1981, 1981). En *Estética, ética y hermenéutica* (pp. 385-389). Barcelona: Paidós.
- Foucault, Michel (1982/2005). *Historia de la sexualidad II. El uso de los placeres*. México: Siglo XXI.
- Fumagalli, Andrea (2010). *Bioeconomía y capitalismo cognitivo. Hacia un nuevo paradigma de la acumulación*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Banco Mundial, Gobierno de Italia y UNESCO (1999). *International Conference: Culture Counts: Financing Resources and the Economics of Culture in Sustainable Development* (Reporte). Extraído el 15 de octubre de 2009, de http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2000/11/17/000094946_00110405591265/Rendered/PDF/multi_page.pdf
- Harvey, David (1989). From managerialism to entrepreneurialism: the transformation of urban governance in late capitalism. *Geografiska Annaler B*, 71, 3-17.
- Harvey, David (2005). El arte de la renta: la globalización y la mercantilización de la cultura. En David Harvey & Niel Smith (Eds.), *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura* (pp. 29-57). Barcelona: MACBA y Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Harvey, David & Smith, Niel (2005). *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*. Barcelona: Museu d'Art Contemporani de Barcelona y Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Landry, Charles (2000). *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. Londres: Earthscan.
- Lash, Scott & Urry, John (1993). *Economies of Signs and Spaces*. Londres: Sage.
- Lazzarato, Maurizio (2004). Tradición cultural europea y nuevas formas de producción y transmisión del saber. En Oliver Blondeau, Nick Dyer Whiteford, Carlo Vercellone, Ariel Kyrou, Antonella Corsani, Enzo Rullani... Maurizio Lazzarato (Eds.), *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva* (pp. 129-144). Madrid: Traficantes de Sueños.
- Liebscher, Daniela (2005). La obra Nacional Dopolavoro Fascista y la NS-Gemeinschaft "Kraft durch Fraude". Las relaciones entre las políticas sociales italiana y alemana desde 1925 a 1939. *Historia Social*, II(52), 129-146.
- Lorey, Isabell (2008). Gubernamentalidad y precarización de sí. La normalización de los productores y de las productoras culturales. En Boris Buden, Judith Butler, Alberto De Nicola, Brian Holmes, Jens Kastner, Maurizio Lazzarato... Marion von Osten (Eds.), *Producción cultural y prácticas instituyentes. Líneas de ruptura en la crítica institucional* (pp. 57-78). Madrid: Traficantes de Sueños.
- Lury, Celia (2007). Haciendo y viviendo el negocio de Barcelona: Espacio, valor y poder de la marca. En YProductios (Ed.), *Producta50* (pp. 118-133). Barcelona: CASM DOC2, Generalitat de Catalunya Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.

- McRobbie, Angela (2003). *Everyone is Creative. Artists as Pioneers of the New Economy?* Extraído el 3 de septiembre de 2009, de http://www.k3000.ch/becreative/texts/text_5.html
- Morini, Cristina (2004). El trabajo de Penélope: La encuesta, el trabajo cognitivo y la lección biopolítica del feminismo. En Revista Derive Approdi, Precarias a la deriva, Revista Posse, Colectivo Situaciones, Grupo 116, Colectivo Sin Ticket (Eds.), *Nociones comunes. Experiencias y ensayos entre investigación y militancia* (pp. 111-130). Madrid: Traficantes de Sueños.
- Osborne, Thomas & Rose, Nikolas (1999). Governing cities: notes on the spatialisation of virtue. *Environment and Planning D: Society and Space*, 17, 737-760.
- Pernas, Begoña; Román, Marta y Wagman, Daniel (2005). *Catálogo de Exposición 'Clase turista. Un viaje por la civilización del turismo'*. Madrid: Obra Social Caja Madrid.
- Resolución del Consejo de 16 de noviembre de 2007 relativa a una Agenda Europea para la Cultura (DO C 282 de 24.11.2007, p. 15/15). Extraído el 10 de octubre de 2009, de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2007:287:0001:0004:ES:PDF>
- Riofilmerj (2010, 29 de noviembre). *Rio de Janeiro - Districts of Creativity*. Extraído el 26 de abril de 2011, de http://www.youtube.com/watch?v=jWeBCpq8R3I&feature=youtube_gdata_player
- Rodríguez, Emmanuel (2007). La Riqueza y la Ciudad. El gobierno de las externalidades y los commons en las metrópolis globales. En YP (Ed.), *Producta50* (pp. 190-211). Barcelona: CASM. Extraído el 28 de noviembre de 2008, de <http://www.ypsite.net/esp/p50/book.php>
- Rojek, Chris & Urry, John (1997). Transformations of travel and theory. En Chris Rojek & John Urry (Eds.), *Touring cultures. Transformations of travel and theory* (pp. 1-19). Londres: Routledge.
- Rose, Nikolas (1997). El gobierno en las democracias liberales avanzadas: del liberalismo al neoliberalismo. *Archipiélago*, 29, 25-40.
- Rose, Nikolas & Osborne, Thomas (2000). *Governing cities, governing citizens*. En Engin Isin (Ed.), *Democracy, citizenship and the city: rights to the global city* (pp. 95-109). Londres: Routledge.
- Scott, Allen (2000). *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image Producing Industries*. Londres: Sage.
- Sevilla, Álvaro (2010). Urbanismo, biopolítica, gubernamentalidad: vida y espacio en la renovación de los estudios urbanos. *Boletín Ciudades para un Futuro más Sostenible*, 44, 39-47. Extraído el 18 de octubre de 2011, de <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n44/aasev.html>
- Sgrazzutti, Jorge (2005a). Presentación. Dossier: el problema del tiempo libre en las dictaduras europeas de entreguerras. *Historia Social*, II(52), 89-92.
- Sgrazzutti, Jorge (2005b). Tiempo libre y disciplinamiento en las clases obreras italiana y alemana de entreguerras. Dopolavoro y Kraft durch Fraude: Un análisis comparativo. *Historia Social*, II(52), 109-127.
- Smith, Neil (2002). New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy. *Antipode*, 34, 428-450.

Tironi, Manuel (2010). ¿Qué es un cluster? Geografías y prácticas de la escena de música experimental en Santiago, Chile. *Eure*, 36(109), 161-187.

Unió Temporal d'Escribes (2004). *Barcelona, marca registrada. Un modelo para desarmar*. Barcelona: Virus.

Urry, John (1990). *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. Londres: Sage.

Urry, John (2008). La globalización de la mirada del turista. *Barcelona Metròpolis. Revista de informació y pensamientos urbanos*, 72, 48-57.

World Tourism Organization (2005). *City Tourism & Culture. The European Experience*. Madrid: World Tourism Organization and European Travel Commission.

Yúdice, George (2004). *El recurso de la cultura*. Barcelona: Gedisa.

Zukin, Sharon (1995). *The cultures of cities*. Cambridge: Blackwell.

Historia editorial

Recibido: 08/07/2011

Aceptado: 17/02/2012

Formato de citación

Cassián Yde, Nizaiá (2012). De qué está hecha una ciudad creativa. Una propuesta para abordar la cultura, el ocio y la creatividad en la urbe contemporánea. *Athenea Digital*, 12(1), 169-190.

Disponible en

<http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/Cassian>



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons](#).

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones:

Reconocimiento: Debe reconocer y citar al autor original.

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)