

Innovación, Competitividad y Regeneración Urbana: los espacios retóricos de la «ciudad creativa» en el nuevo Bilbao

262

A lo largo de las dos últimas décadas, las ciudades han sido escenario privilegiado de cambios socioeconómicos y políticos de gran alcance. Los desafíos planteados por las nuevas condiciones de la economía globalizada han tenido consecuencias importantes para la formulación y gestión de la política urbana forzando una redefinición de las prioridades, objetivos de la intervención pública en la ciudad. La búsqueda de la competitividad, de ventajas competitivas urbanas, se transforma en el principal argumento de la «nueva política urbana» y ésta en un instrumento clave de la gestión local de la economía global. Este artículo analiza, en primer lugar, el contexto urbano de la «nueva economía del conocimiento» y la aparición de la «ciudad creativa» como referencia básica del modelo urbano de éxito. En segundo lugar, se relacionan estos cambios con la aparición de una agenda política urbana orientada hacia la producción de los nuevos espacios para la economía/ciudad creativa en Bilbao donde el «urbanismo de la creatividad» se proyecta como la base estratégica de una nueva era de revitalización urbana. En tercer lugar, se analiza críticamente la instrumentación de esta nueva agenda de la «ciudad creativa» en dos espacios de regeneración urbana en la ciudad.

Azken bi hamarkadetan zehar, hiriak maila handiko eraldaketa sozioekonomiko eta politikoetako eszenatoki paregabeak izan dira. Ekonomia globalizatuaren baldintza berriek plazaratutako erronkek ondorio garrantzitsuak izan dituzte hiri-politiken formulazioan eta kudeaketan, hauek hirietako esku hartze publikoetako helburuetan eta lehentasunetan definizio berriak akuilatuz. Lehiakortasunaren bilaketa, hots hirietako konkurrentzia-abantailak eskuratzea, «hiri-politika berriaren» argudio nagusia bihurtu da; eta azken hau ekonomia globalaren tokiko kudeaketaren giltzarria. Artikulu honek zera analizatzen du, lehenik eta behin ezagutzaren ekonomia berriaren testuinguru hiritarra eta «hiri kreatiboaren» sorrera, arrakastadun hiri-ereduaren oinarritzko erreferentzia gisa. Bigarrenez, aldaketa hauek lotzen dira ekonomia/hiri kreatiboarentzako espazio berrien sortze aldera orientatutako hiri-politikarako agenda Bilbon izan duen agerpenarekin, non kreatibitatearen hirigintza hiri-biziberritzearen aro berri baten oinarri estrategiko gisa islatzen den. Hirugarrenez, hiri kreatiboaren agenda berri honen erabilpen instrumentala hiriko birsorkuntzaren bi espaziotan analizatzen dira era kritikoan.

During the last two decades, cities have been at the forefront of socioeconomic and political transformation. The challenges posed by the changing conditions of the globalized economy have had important consequences for urban policy formulation and implementation leading to a radical redefinition of priorities and objectives of public intervention in the city. The search for urban competitiveness and advantage has turned into the main argument of the «new urban policy» and this into a key instrument of local management of the global economy. This article analyzes, first, the changing context for urban development in the new learning economy and the rise of the «creative city» as a policy reference of the successful city. Second, it relates these changes to the emergence of an urban policy agenda geared towards the production of new spaces for the creative economy/city in Bilbao where the creative city is projected as the strategic basis for a new round of urban revitalization. Third, it discusses critically the implementation of this new urban policy agenda of the creative city in two regeneration areas in Bilbao.

ÍNDICE

1. Introducción
 2. La economía creativa y la ciudad creativa
 3. La ciudad creativa y la nueva política urbana en Bilbao: perspectivas, discursos y prácticas del urbanismo empresarial
 4. Los espacios para la economía creativa en Bilbao: entre el deseo y la realidad
 5. Conclusiones
- Referencias bibliográficas

Palabras clave: ciudad creativa Bilbao, revitalización urbana, urbanismo creativo

N.º de clasificación JEL: A13, R12, R53

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de las dos últimas décadas, las ciudades han sido escenario privilegiado de cambios socioeconómicos y políticos de gran alcance, cambios que tienen su origen en la crisis del modelo Fordista y en los procesos de reestructuración y globalización económica. La transición hacia una nueva economía post-Fordista, basada en el conocimiento y a escala global, ha transformado drásticamente el contexto para el desarrollo urbano, redefiniendo la naturaleza de los problemas, así como las prioridades y los objetivos de la intervención pública en la ciudad. Pero en el nuevo contexto, las ciudades (re)emergen como lugares y actores estratégicos de la globalización, como nodos claves de la nueva economía global. Esta centralidad refleja la importancia actual de las ciudades como centros de innovación y genera-

ción de talento y creatividad, bases de la nueva economía del conocimiento. Al mismo tiempo, los desafíos planteados por las nuevas condiciones de la economía globalizada han tenido consecuencias importantes para la formulación y gestión de la política urbana. La búsqueda de la competitividad, de ventajas competitivas urbanas, se transforma en el principal argumento de la «nueva política urbana» y ésta en un instrumento clave de la gestión local de la economía global.

Este artículo analiza, en primer lugar, el contexto urbano de la nueva economía del conocimiento y la aparición de la «ciudad creativa» como referencia básica del modelo urbano de éxito. En segundo lugar, se relacionan estos cambios con la aparición de una agenda política urbana orientada hacia la producción de los nuevos espacios para la economía/ciudad

creativa en Bilbao donde el urbanismo de la creatividad se proyecta como la base estratégica de una nueva era de revitalización urbana. En tercer lugar, se analiza críticamente la instrumentación de esta nueva agenda de la ciudad creativa en dos espacios de regeneración urbana en la ciudad.

2. LA NUEVA ECONOMÍA Y LA CIUDAD CREATIVA

2.1. Globalización, innovación y competitividad territorial

Desde el punto de vista socioeconómico, la importancia estratégica de las ciudades —y regiones— se vincula al reconocimiento de que en la nueva economía global el contexto territorial constituye un componente fundamental de la capacidad competitiva de las empresas (Porter, 1990; Storper, 1997). Esta concepción entronca con la idea de que la economía globalizada tiene un anclaje local/territorial fundamental en el que lo local cumple un papel estratégico como centro de gestión de lo global (Borja y Castells, 1997). Esta dinámica de *glocalización* (Swyngedouw, 1997) se plasma en tres ámbitos básicos: el de la productividad y competitividad económicas, el de la integración socio-cultural y el de la representación y gestión políticas (Borja y Castells, 1997:14).

En relación con la productividad y la competitividad, el contexto territorial se revela como un elemento decisivo en la generación de ventajas competitivas para las empresas en una economía en la que el conocimiento y la innovación son el principal factor de competitividad (Lund-

vall, 1995). En la nueva economía del conocimiento, la ventaja competitiva de las empresas se deriva no tanto de la eficiencia en el uso de factores productivos y costes relativos menores como del uso más productivo de los *inputs*, lo que exige una dinámica de innovación constante (Porter, 1998). La innovación se considera el factor determinante de la capacidad de adaptación y competitividad de las empresas —y de los territorios— en el nuevo modelo socioeconómico (Malmberg y Maskell, 2002).

La innovación, entendida en un sentido amplio, incluye no sólo las innovaciones técnicas —de producto y de procesos— y las innovaciones organizativas dentro de la empresa, sino también la innovación social e institucional a escala sectorial, regional o nacional (Morgan, 1997). Desde esta perspectiva, la innovación se concibe como un proceso interactivo de aprendizaje en el que participa un conjunto de agentes diversos —empresas, instituciones e infraestructuras de la ciencia básica y usuarios— que actúan en un medio institucional. Estos agentes interactúan a través de una variedad de mecanismos y rutinas institucionales y de convenciones sociales que son específicas a cada entorno cultural e institucional (Lundvall, 1992) lo que significa que los procesos de aprendizaje son esencialmente endógenos y no pueden ser entendidos independientemente de ese contexto cultural e institucional (Morgan, 1997).

El carácter contextual del aprendizaje interactivo implica que la innovación —y por ende la competitividad— es un proceso necesariamente local(izado). Pero el conocimiento del aprendizaje interactivo no sólo está enraizado social y territorial-

mente, sino que se halla en cierto modo codificado territorialmente, por lo que no puede ser separado de su contexto social y humano; es decir, permanece tácito. El conocimiento tácito es un determinante fundamental de las diferencias en la capacidad innovadora entre empresas y entre territorios, puesto que compone un conjunto de externalidades técnicas estructuradas, activos colectivos y fundamentos de ventaja competitiva específicas a cada entorno particular (Dosi, 1998; Gertler, 2003). Además, en la medida en que este conocimiento tácito es relativamente fijo y no puede ser creado o transferido fácilmente, no es igualmente accesible en todos los lugares, lo que contribuye a reforzar su carácter localizado. Storper (1997; 1998) denomina estos contextos «territorialización» o «mundos regionales de producción», aglomeraciones territoriales donde la viabilidad económica se basa en activos relacionales, recursos y prácticas, que son específicos de esa localización.

Por otra parte, los procesos de aprendizaje interactivo y de la innovación se ven favorecidos por la proximidad espacial y social. El carácter localizado de la producción y transmisión efectiva del conocimiento tácito sugiere que la concentración geográfica y la aglomeración contribuyen al proceso interactivo de aprendizaje y refuerza la competitividad de las empresas locales en *clusters* innovadores, distritos y regiones. En los nuevos espacios económicos dinámicos de la economía globalizada, la proximidad física y la cooperación entre proveedores, subcontratistas, clientes e instituciones de apoyo en un entorno localizado facilitan el intercambio de conocimiento y la fertilización cruzada de ideas en que se

basa el aprendizaje interactivo (Malmberg, 1997), creando un *milieu* favorable a la innovación y la mejora constante (Maskell *et al.*, 1998). La aglomeración productiva territorial, o formación de *clusters*, ofrece así el contexto más efectivo para la promoción del aprendizaje localizado y la innovación, maximizando las oportunidades para la colaboración y el aprendizaje interactivo (Cooke, 1994; Scott, 2001; Storper, 1997). Estas características reafirman la importancia de lo local frente a lo global y explican las ventajas de la concentración geográfica. Las «regiones que aprenden» (Cooke y Morgan, 1999; Florida, 1995; Morgan, 1997) y los «territorios inteligentes» son la expresión geográfica más efectiva de esta dinámica.

En resumen, en la nueva economía del conocimiento, el territorio desempeña un papel crucial en la medida en que la competitividad de las empresas no se deriva únicamente del desarrollo de sus competencias internas sino también de su entorno operativo, de su contexto cultural e institucional local. Y el componente crítico de ese entorno es la capacidad para inducir procesos interactivos de aprendizaje, dinámicas de innovación. La competitividad —la creación y mantenimiento de ventaja competitiva— es, por tanto, un proceso esencialmente localizado; lo que pasa dentro de las empresas es importante, pero el entorno inmediato externo a las empresas es igualmente esencial para la competitividad (Porter, 1990). Así, paradójicamente, en la economía globalizada, las ventajas competitivas a largo plazo de empresas y territorios se derivan cada vez más de factores locales —como el conocimiento, las relaciones sociales, la motivación— de los

que otros competidores menos afortunados carecen (Porter, 1998).

La territorialidad de los procesos de aprendizaje e innovación, ha sido relativizada por diversos autores que sugieren que asociar una forma de conocimiento con una forma de organización socioeconómica espacial o una escala geográfica de relaciones es muy limitado (Amin y Robbins, 1992) y destacan la importancia de otras formas de proximidad, como la proximidad relacional u organizativa (Torre y Rallet, 2005). Los nuevos espacios económicos dinámicos, los territorios «que ganan», reflejan trayectorias muy diversas y sistemas productivos territoriales variados (Benko y Lipietz, 1992). Moulaert y Sekia (2003) van más allá en la crítica a los modelos de innovación territorial y, aunque reconocen el papel central de las dinámicas institucionales en la innovación y el desarrollo territorial, cuestionan la visión excesivamente tecnocrática de la innovación y el énfasis casi exclusivo de éstos en la competitividad económica del territorio. Moulaert y sus colaboradores (Moulaert *et al.*, 2000; Moulaert y Nussbaumer, 2005) abogan por una perspectiva más integral del desarrollo local basado en una visión multidimensional de la innovación, la dinámica económica y la gobernanza territorial y proponen el concepto más amplio de «región social», que incorpora la innovación social y las «áreas de desarrollo integrado» como ejes del desarrollo territorial. Los procesos de innovación en estas áreas no se limitan a la competitividad económica sino que abarcan otros dos ámbitos fundamentales: las relaciones sociales de gobernanza y la satisfacción de necesidades locales no resueltas por el mercado (Moulaert y Nussbaumer,

2005). Desde este punto de vista, el desarrollo territorial no sólo significa reforzar la competitividad de la economía de mercado local y regional, sino también fortalecer otras partes de la economía como el sector público, la economía social, el sector cultural o la producción artesanal, así como mejorar la vida comunitaria local, favoreciendo la dinámica sociocultural como un ámbito de la existencia humana y la gobernanza política y social.

El análisis de la territorialidad del conocimiento sugiere que, en el marco de la nueva economía globalizada, la competitividad de las empresas —y de los territorios— depende sobre todo de la generación de condiciones de productividad en el ámbito territorial en el que operan. Algunos ámbitos territoriales —locales, urbanos, regionales— poseen un conjunto de atributos, recursos o activos locales más favorables a la generación de condiciones de productividad y competitividad de las empresas que operan en ese ámbito (Begg, 1999). Bradford (2002) y otros (Gertler, 2004; Landry, 2000) identifican tres rasgos básicos del entorno competitivo en las aglomeraciones territoriales más dinámicas: en primer lugar, una infraestructura formal de conocimiento compuesta de recursos tecnológicos y científicos: universidades, laboratorios de investigación, institutos técnicos, organizaciones de transferencia de tecnología, redes de telecomunicaciones, etc. Es lo que algunos autores denominan la «infraestructura dura». El segundo rasgo se refiere a los factores locales y la infraestructura «blanda», que incluye las redes sociales y los espacios que facilitan la interacción entre personas, que se considera clave para atraer el capital humano intelectual que

crea la infraestructura del conocimiento e impulsa la innovación. El tercer componente del contexto innovador local se refiere a la capacidad creativa y el talento (Florida, 2000).

2.2. Los nuevos espacios de la competitividad urbana: la ciudad creativa

En general, se considera que los recursos favorables para la competitividad de las empresas se encuentran con mayor frecuencia en las ciudades-región de mayor tamaño donde se concentra una mayor diversidad de economías de urbanización (Begg, 1999). Pero, aunque el papel de las ciudades como «incubadoras» de innovación y creatividad ha sido reconocido por numerosos autores con anterioridad (Hall, 1998; 2000; Jacobs, 1969), la centralidad del conocimiento y el aprendizaje en la generación de ventaja competitiva en la nueva economía sitúa hoy a las ciudades en un lugar estratégico privilegiado. En la economía del conocimiento, la actividad creativa constituye la base de la competitividad y el dinamismo de las economías urbanas y regionales (Florida, 2000). La creatividad y el talento depositado en una mano de obra muy educada es uno de los principales *inputs* en la producción de bienes y servicios. Sin embargo, no todas las ciudades son «ciudades creativas».

La noción de «ciudad creativa» surge en la década de los noventa como una derivada del debate sobre innovación territorial y regiones que aprenden aplicada a la escala urbana (Florida, 1995; Lund Hansen *et al.*, 2001). La ciudad

creativa se refiere a localidades dinámicas, innovadoras donde fluyen nuevas ideas y donde personas de procedencias muy diversas convergen creando una comunidad cultural imaginativa y diversa. Landry (2000) define este «*milieu* creativo» como un lugar —en una escala que va desde un cluster de edificaciones, una parte de la ciudad hasta una ciudad o una región— que contiene las precondiciones necesarias en términos de infraestructura «dura» y «blanda» para generar un flujo de ideas e invenciones. Este *milieu* es un entorno físico donde una masa crítica de emprendedores, intelectuales, artistas, activistas sociales, administradores y personas con poder o estudiantes pueden operar en un contexto abierto y cosmopolita en el que la interacción cara-a-cara crea nuevas ideas, artefactos, productos, servicios e instituciones y, como consecuencia, contribuye al éxito económico (p. 133).

La creatividad se vincula por tanto a las personas y a las ciudades —e incluso a sectores sociales específicos en ciudades concretas (Florida, 2003). En la nueva economía, una parte importante de la creación de valor en muchos sectores se basa en activos intangibles, por lo que los factores locacionales decisivos en la nueva economía tienen que ver sobre todo con atributos y características de los lugares que los hacen especialmente atractivos para una clase creativa depositaria de «talento». Esta fuerza de trabajo creativa, con talento, es extremadamente móvil y se ve atraída hacia lugares que ya tienen una masa crítica de personas y actividades creativas. Es decir, las personas creativas se ven atraídas hacia las comunidades y

poblaciones donde se concentran otras personas creativas que son similares en términos ocupacionales pero con identidades muy diversas.

Florida (2003) sugiere que las ciudades más competitivas, de mayor dinamismo son aquéllas que han sabido crear un entorno social abierto a la creatividad y diversidad de todo tipo. Las sinergias que resultan de las nuevas combinaciones de creatividad cultural o artística con capacidad emprendedora e innovación tecnológica son la clave de la prosperidad en la nueva era de la producción basada en el conocimiento. Pero estas sinergias solo se dan en entornos localizados donde las personas con talento eligen no solo trabajar sino también vivir. La ventaja competitiva de estas ciudades está precisamente en su capacidad para producir, atraer y retener la fuerza de trabajo que juega un papel clave en la producción de conocimiento e innovación; es decir, que aporta las ideas, el saber hacer, la creatividad y la imaginación que son fundamentales para el éxito económico.

Sin embargo, el talento es atraído y retenido por las ciudades-región pero no por cualquier ciudad-región. Las características que distinguen a estas ciudades como *milieu* creativo básico de la nueva economía incluyen: a) mercados de trabajo densos con amplias oportunidades para los trabajadores del conocimiento que se derivan de la proximidad espacial de empresas de tecnología, capital riesgo, universidades, institutos de investigación, etc.; b) un entorno urbano natural y arquitectónico atractivos, adecuado a las preferencias recreativas y sensibilidades estéticas de los jóvenes profesionales; y c) una comunidad urbana abierta, tolerante con la diversidad y con una vida so-

cial dinámica y atractiva, abundante en cafés, clubs, teatros, diseño, moda, música y vida callejera. Los *clusters* de industrias creativas se encuentran en los espacios donde se dan simultáneamente estas tres condiciones, lo que Florida denomina las 3T: tecnología, talento y tolerancia. Para Florida (2003) el elemento decisivo en el comportamiento económico y la competitividad de las ciudades es el carácter social de las mismas; es decir, los lugares que ofrecen una mayor calidad de vida y que mejor acomodan la diversidad son los que tienen más capacidad para atraer y retener el talento y los más eficaces en la generación de actividades económicas intensivas en tecnología.

Desde esta perspectiva, en la economía del conocimiento, en la «era de la creatividad», la fortuna de ciudades y regiones depende de su capacidad para desarrollar, atraer y retener a la «clase creativa», que es la que genera innovaciones, desarrolla industrias intensivas en tecnología y es el motor del crecimiento económico (Gertler *et al.*, 2002). En la nueva economía creativa, ya no basta con atraer empresas (el *tool-kit* tradicional del desarrollo regional); ahora es preciso atraer a las personas, pero a las personas adecuadas: la «clase creativa». Para ello es preciso poner en marcha políticas orientadas no sólo a la captación de empresas sino a la atracción de personas, lo que significa medidas orientadas a mejorar no solo el entorno empresarial (*business climate*) sino también el entorno de vida (*people climate*). De hecho, un entorno de calidad para las personas se considera una condición necesaria en la medida en que la presencia de mano de obra cualificada, capital humano, y talento, es fundamental

para atraer y desarrollar industrias de alta tecnología y, por tanto, para el crecimiento económico de las ciudades. Las nuevas políticas urbanas y regionales deberían, por tanto, incorporar estrategias para atraer no sólo capital productivo sino también capital humano. En este sentido, la «ciudad creativa» se ha convertido en el último artificio retórico de la ciudad emprendedora, dinámica, innovadora, vital, moderna, y la creatividad es ahora un nuevo instrumento de las estrategias de marketing urbano del urbanismo empresarial (Asheim y Clark, 2001; Lund Hansen *et al.*, 2001).

En definitiva, los nuevos tiempos vienen marcados por la importancia de la creatividad y de la innovación como fuerzas motoras del desarrollo económico y territorial. La «ciudad creativa» es la materialización de los nuevos territorios de prosperidad. Sin embargo, se dice, la competencia entre ciudades es cada vez más intensa y por ello es necesario poner en marcha iniciativas que mejoren la capacidad innovadora de los lugares atrayendo los sectores sociales y el capital humano adecuado: la «clase creativa». En esta nueva era de la creatividad, la producción de nuevos espacios urbanos adaptados a las necesidades de la comunidad creativa son fundamentales para la prosperidad de ciudades y regiones. Pero estos espacios —que surgen fundamentalmente de una manera espontánea, orgánica, de abajo-arriba— no son tan sencillos de reproducir. Se necesita un nuevo *tool-kit* para innovadores urbanos que incluye, entre otros, una nueva perspectiva de la intervención urbana, nuevas formas de gobernanza, nuevos tipos de incentivos y la provisión de recursos culturales diversos (Landry, 2000).

3. LA CIUDAD CREATIVA Y LA NUEVA POLÍTICA URBANA EN BILBAO: PERSPECTIVAS, DISCURSOS Y PRÁCTICAS DEL URBANISMO EMPRESARIAL

El espectacular proceso de regeneración urbana experimentado por Bilbao durante los últimos quince años ha hecho del denominado «efecto Bilbao» un ejemplo internacional de «buenas prácticas» urbanísticas y un modelo de regeneración para otras ciudades en declive (Crawford, 2001; Rodríguez, 2002; Sudjic, 2002; Vergara, 2005). Sin embargo, y a pesar de que las estrategias de regeneración urbana desarrolladas en Bilbao son a menudo presentadas como singulares, únicas e innovadoras (AB, 2002a; BM, 2002), Bilbao no deja de ser una más en la larga lista de ciudades que se han inspirado explícitamente en el modelo de regeneración desarrollado inicialmente por ciudades como Pittsburgh, Baltimore, Glasgow o Birmingham y luego emulado por numerosas ciudades de los cinco continentes (Gómez, 1998; Marshall, 2001; Rodríguez, 2002; Rodríguez y Martínez, 2003; Smith, 2002). En este sentido, el «modelo Bilbao» no puede entenderse adecuadamente si no es en el marco de dos tendencias relacionadas en la reorientación de las políticas urbanas durante las dos últimas décadas: el surgimiento y difusión de lo que se ha denominado *new urban politics* (NUP) (Boyle y Rogerson, 2001; Cox, 1993) —una nueva «agenda urbana» construida sobre una determinada lectura del impacto y las implicaciones de la globalización económica—, y la emergencia del «urbanismo empresarial» (González, 2004; Hall y Hubbard, 1998; Harvey, 1989; Rodríguez, Moulaert y Swyngedouw, 2001) —una nueva forma de gestionar, organi-

zar y gobernar las ciudades caracterizada por una reorientación de los objetivos y prioridades de las políticas urbanas acompañada por la incorporación de nuevas iniciativas, estrategias, y modos de gobernanza urbana.

3.1. **Las políticas para la regeneración urbana de Bilbao: globalización, competitividad y urbanismo empresarial**

En el caso de Bilbao, la reorientación de la política urbana hacia el urbanismo empresarial se inicia a finales de los ochenta y principios de los noventa cuando, tras 15 años de profunda crisis y reestructuración industrial, la metrópoli se había convertido ya en un claro ejemplo de declive urbano (Torres, 1995). Es sólo entonces cuando la inercia y pasividad institucional de los años anteriores dio paso al debate y a la actividad con la formulación de múltiples iniciativas, proyectos, planes y propuestas para la regeneración urbana del Bilbao Metropolitano (Esteban, 2000; Rodríguez, 2002).

Las nuevas estrategias para la revitalización se asientan, en primer lugar, en una planificación territorial enfocada ahora hacia el objetivo de la regeneración urbana. Así, tanto el Avance del Plan General de Ordenación Urbana de Bilbao (AB, 1989) como el Avance del Plan Territorial Parcial del Bilbao Metropolitano (DFB, 1994) destacaban la necesidad de una reconversión física, espacial, como condición imprescindible para la revitalización económica de Bilbao y su transformación en una metrópoli post-industrial de rango internacional. Esta reconversión espacial se basaba fundamentalmente en

el aprovechamiento de las oportunidades urbanísticas generadas por los espacios liberados por la desindustrialización y la reorganización productiva. Estos espacios degradados, obsoletos o abandonados se convertían así en las «áreas de oportunidad» idóneas para localizar toda una serie de grandes operaciones urbanísticas singulares —Abandoibarra, Zorroztzaurre, Urban-Galindo...— que eran consideradas fundamentales para la creación de las condiciones necesarias para la regeneración urbana de Bilbao (Rodríguez, 2002; Rodríguez y Martínez, 2003).

El segundo pilar de las estrategias de revitalización lo constituyen los grandes proyectos de transporte e infraestructura que se ponen en marcha desde finales de los ochenta. Así, a los grandes proyectos relacionados con las infraestructuras de transporte — la construcción del metro, la remodelación del ferrocarril de cercanías, la ampliación del puerto, la ampliación del aeropuerto— se le suman las infraestructuras de saneamiento (el Plan Integral de Saneamiento de la Ría), las culturales (el Museo Guggenheim, el Palacio de Congresos y de la Música Euskalduna) y las relativas a ferias y congresos (Bilbao Exhibition Centre). Considerados como una condición previa para la reconversión y puesta en valor de las «áreas de oportunidad» y como la base material sobre la que desarrollar las operaciones específicamente urbanísticas, los grandes proyectos de infraestructuras se convertían, de hecho, en el eje vertebrador de la regeneración urbana en Bilbao. De este modo, los años 90 suponen para Bilbao la reorientación de la intervención urbana hacia el «urbanismo de proyectos»: la adopción de un modelo en el que los grandes proyectos urbanísticos

y de infraestructuras se convierten en los elementos fundamentales de las estrategias de regeneración (Rodríguez, 2002). Además, las grandes infraestructuras y proyectos emblemáticos son incorporadas como símbolos del «renacimiento» urbano de Bilbao en una intensa campaña de promoción y marketing urbano destinada a reconstruir la imagen de la ciudad mediante arquitecturas y diseños espectaculares de firmas de renombre internacional (Norman Foster, Frank Gehry, Cesar Pelli, Arata Isozaki, Zaha Hadid), proyectos emblemáticos (Abandoibarra, Isozaki Atea), ferias, exposiciones itinerantes (como el caso de *Bilbao: la transformación de una ciudad*) y otros acontecimientos de alcance internacional.

En tercer lugar, la reorientación de la intervención urbana en Bilbao ha ido acompañada por importantes innovaciones en la instrumentación y gestión del urbanismo. El modelo de Bilbao ha adoptado un esquema de gestión competitiva y emprendedora orientado por la búsqueda de una mayor agilidad, flexibilidad, eficacia y rentabilidad. Un modelo en el que el éxito de los grandes proyectos y operaciones urbanísticas se ha sustentado sobre la coordinación, la cooperación y la colaboración entre los diferentes niveles de las administraciones públicas y entre el sector público y el privado.

En Bilbao, la sociedad Bilbao Ría 2000 es la principal manifestación de esta nueva lógica¹. Desde su creación en 1992,

fruto de la colaboración entre las administraciones vasca y central, Bilbao Ría 2000 ha ido asumiendo un número cada vez mayor de poderes relacionados con la regeneración urbana, incluyendo la gestión de las operaciones y proyectos más emblemáticos. Por ello, Bilbao Ría 2000 actúa en la práctica como una agencia pública de desarrollo urbano, relegando gradualmente a un segundo plano a los organismos e instrumentos tradicionales de planeamiento.

El ejemplo de Ría 2000 ilustra así el surgimiento en Bilbao de un nuevo modelo de gobernanza urbana que incorpora cambios significativos en las formas de actuación y regulación urbanística, incluyendo nuevos agentes protagonistas, nuevos instrumentos, nuevos esquemas de gestión, nuevas agencias y nuevos objetivos y prioridades. Un modelo en el que el sector público emula, a través de estas sociedades de gestión urbanística, el funcionamiento del sector privado, identificando las oportunidades, rentabilizando las inversiones y recuperando las plusvalías resultantes.

Así pues, la estrategia de regeneración urbana desarrollada en Bilbao desde los años noventa se asienta sobre importantes innovaciones en la política urbana (grandes proyectos urbanísticos, campañas de promoción y marketing urbano, nuevas formas de gobernanza) que, lejos de constituir una aportación local original e innovadora, suponen la alineación plena de Bilbao con las tendencias dominantes en las nuevas políticas urbanas de Norteamérica y Europa. El «modelo Bilbao», inspirado explícitamente en las estrategias de regeneración desarrolladas anteriormente en ciudades como Baltimore, Pittsburg, Birmingham y

¹ Bilbao Ría 2000 es una sociedad privada de capital público encargada de planificar y ejecutar, sobre la base del principio de autofinanciación, operaciones estratégicas de regeneración urbana en el Bilbao Metropolitano. Para un análisis más detallado de la actuación de Bilbao Ría 2000, véase Rodríguez, 2002 y Rodríguez y Martínez, 2003.

Glasgow, es más bien un ejemplo reciente de la emergencia y difusión del denominado «urbanismo empresarial» (González, 2004; Hall y Hubbard, 1998; Harvey, 1989; Moulaert, Rodríguez y Swyngedouw, 2003).

Por otro lado, y también en consonancia con las tendencias dominantes, las prácticas y estrategias del «urbanismo empresarial» en Bilbao aparecen estrechamente vinculadas a la agenda y al discurso de la denominada «nueva política urbana» (*new urban politics*, NUP) (Cox, 1993). Partiendo de la adopción de la perspectiva ortodoxa sobre el cambio económico y la creciente competencia urbana, la agenda de la NUP incorpora una nueva «visión» para la ciudad —convertirse en una ciudad «global», «competitiva», «creativa»— y formula una «trayectoria» para hacer realidad la visión deseada. De este modo, los diferentes proyectos e intervenciones concretas —grandes proyectos emblemáticos, nuevas infraestructuras, campañas de promoción, eventos internacionales— cobran coherencia y sentido como elementos esenciales en la «trayectoria» de la ciudad hacia la visión deseada. Así, la agenda funciona también como un «discurso» mediante el cual las estrategias de regeneración adoptadas por la ciudad pueden ser presentadas, justificadas y legitimadas como las respuestas «necesarias», evidentes e inevitables —e, incluso, como las únicas posibles— a los retos planteados por el nuevo contexto económico (Boyle y Rogerson, 2001). Un discurso que siempre resalta los beneficios de tales estrategias pero que oculta a menudo sus costes sociales (Asheim y Clark, 2001; Lund Hansen *et al.*, 2001; McNeill y While, 2001).

En Bilbao, la adopción de la agenda y el discurso de la NUP se inicia a finales de la década de los ochenta con la puesta en marcha de un proceso de reflexión estratégica sobre la revitalización económica del área metropolitana de Bilbao, cuyo principal resultado fue la producción del *Plan Estratégico para la Revitalización del Bilbao Metropolitano*. A fin de impulsar y dar continuidad al proceso de planeamiento estratégico, en 1991 se creó Bilbao Metropoli-30, una asociación en la que participan representantes de las instituciones y entidades públicas junto a representantes del sector privado, y cuya misión formal es la realización de proyectos de planificación, estudio y promoción para la revitalización del Bilbao Metropolitano.² En la práctica, sin embargo, Bilbao Metropoli-30 ha desempeñado un papel central en la introducción y difusión en Bilbao de la agenda y el discurso de la NUP, responsable en buena medida de la nueva visión urbana y la «imagen de marca» de Bilbao como ciudad competitiva, atractiva, abierta, moderna, creativa e innovadora (Martínez Cearra, 1993; BM, 1999a).³

Siguiendo fielmente el planteamiento ortodoxo, Bilbao Metropoli-30 parte de la

² Desde su creación, las actividades de Bilbao Metrópoli-30 se han centrado en la implementación del Plan Estratégico para la Revitalización del Bilbao Metropolitano, la mejora de la imagen externa e interna de la metrópoli y la promoción de la colaboración público-privada. Entre sus socios se encuentran las principales empresas radicadas en el Bilbao metropolitano.

³ Bilbao Metrópoli-30 no sólo ha planteado los casos de Baltimore y Pittsburgh —ciudades en las que puede decirse que se originó el discurso (Boyle y Rogerson, 2001: 414)— como modelos de referencia para Bilbao, sino que también ha introducido la retórica de la NUP en el sector público. Puede decirse, por tanto, que ha operado como un auténtico *lobby* (Egido, 2001).

existencia de un nuevo contexto en el que «la economía mundial es cada vez más abierta, globalizada y competitiva» (BM, 1999a: 6-7). Un contexto, no obstante, caracterizado por la creciente importancia económica y política de las ciudades y regiones: en el que «la globalización se ve acompañada de un proceso paralelo de “localización”» (BM, 1999a: 6). Las ciudades, actores económicos y políticos, se ven entonces abocadas a una creciente competencia inter-urbana: son «unidades competitivas» en una economía globalizada (BM, 1999b: 26). Por ello, el nuevo reto para las ciudades está en promover y mejorar su competitividad a fin de asegurarse el crecimiento económico y la prosperidad. En este punto, las ciudades «no tienen elección: deben movilizar todas sus potencialidades para (...) sobresalir en un mercado global crecientemente competitivo» (BM, 2001: 7). Es fundamental entonces la creación de estrategias competitivas que les permitan competir con éxito en la atracción de inversiones, empresas y actividades económicas innovadoras, turismo urbano, profesionales cualificados y personas con talento (BM, 1999a; 1999b; 2000; 2001).

Una vez definido el contexto, se trata de identificar una visión de futuro para Bilbao que «será la llave que permitirá alcanzar cotas elevadas de crecimiento, generación de riqueza, mayor calidad de vida para todos y reconocimiento mundial para la ciudad» (BM, 1999a: 32). La nueva visión adoptada requiere construir «una metrópoli de referencia en el mundo: una metrópoli *world-class*» (BM, 1999a: 12). Para hacer realidad esa visión «Bilbao debe competir» (BM, 2001: 13), «debe potenciar su ventaja competitiva» (BM,

1999a: 12) —y es que «la Era Global tiene sus reglas (...) O somos miembros de su “*world-class*” o nos quedaremos al margen» (BM, 1999a: 3).

Competir con éxito en la emergente economía global requiere crear una ciudad lo suficientemente atractiva como para atraer nuevos residentes, turistas e inversiones: el objetivo es conseguir una «metrópoli atractiva» (BM, 2000: 17). La consecución de una ciudad atractiva implica actuar sobre el entorno físico promoviendo la transformación física de la ciudad a través de la recuperación de espacios urbanos e industriales deteriorados o abandonados, el desarrollo de nuevos proyectos urbanísticos y edificios emblemáticos y la implantación de nuevas infraestructuras y equipamientos colectivos. Requiere actuar también sobre el entorno social promoviendo la seguridad ciudadana, potenciando la modernidad cultural y generando una comunidad integrada, abierta y cosmopolita (BM, 1999a; 2000; 2001; 2002). Implica, además, «darle visibilidad» mediante la creación y promoción de una «imagen sólida»; una «imagen que «puede ser gestionada del mismo modo que se gestiona la imagen de un producto o un servicio». Se trata, por tanto, de aplicar a la ciudad los instrumentos del marketing (BM, 2001: 33).

Sin embargo, las ventajas competitivas asociadas a grandes infraestructuras y proyectos urbanos, aunque necesarias, no son suficientes y deben acompañarse de la cooperación y colaboración entre las administraciones públicas y el sector privado: la «ventaja colaborativa» (BM, 1999b: 24). La mejora de la competitividad urbana de Bilbao requiere también la creciente participación del sector privado en la revitalización urbana, el desarrollo

de la colaboración público-privado y el fortalecimiento de los socios estratégicos. En suma, una nueva estructura de gobernanza urbana.

Vemos, pues, cómo la reorientación de la política urbana en Bilbao hacia los objetivos y estrategias del «urbanismo empresarial» aparece como una respuesta «necesaria» ante los retos planteados por el nuevo contexto económico global. La «necesidad» de ser una ciudad «clase mundial» (*world-class*), competitiva y atractiva, junto con la promesa de un futuro mejor para todos, justifica y legitima unas estrategias para la regeneración basadas en el uso de enormes sumas de dinero público para grandes proyectos urbanísticos, nuevas infraestructuras y campañas de promoción y marketing urbano. Del mismo modo, las «exigencias» de la competitividad urbana justifican la adopción de nuevas estructuras de gobernanza con la incorporación de nuevos actores y nuevos modelos de gestión más empresariales, eficaces, flexibles y competitivos. Sin embargo, este discurso silencia u oculta que el logro del nuevo Bilbao como ciudad global, atractiva y competitiva se realiza a menudo a costa de promover espacios urbanos exclusivos y excluyentes, de potenciar procesos de *gentrificación* o elitización y desplazamiento, de acrecentar las desigualdades socio-espaciales, de «privatizar» el planeamiento, de reducir la transparencia en la gestión, de eludir la participación pública y de «mercantilizar» la ciudad (González, 2004; Rodríguez, Martínez y Guenaga, 2001; Rodríguez, 2002; Vicario y Martínez, 2003; 2005a; 2005b).

Sin embargo, desde finales de los noventa, la agenda urbana de Bilbao —con

sus ya «clásicas» referencias a la ciudad global, atractiva y competitiva— se amplía y enriquece con la incorporación de lo que parece ser hasta el momento la última tendencia en cuanto a visiones y estrategias normativas para el éxito y la competitividad urbana: la «creatividad» y la «ciudad creativa» (Lund Hansen *et al.*, 2001).

3.2. La «segunda regeneración urbana» de Bilbao: discurso y estrategias de la «Ciudad Creativa»

En el caso de Bilbao, el lenguaje y el discurso de la «ciudad creativa» no sólo se ha incorporado al vocabulario de los diferentes actores públicos y privados vinculados a la regeneración urbana sino que también, y esto tal vez sea lo más significativo, ha servido para justificar la necesidad de afrontar una nueva etapa en el proceso de revitalización del Bilbao Metropolitano.⁴

Una vez más, Bilbao Metropoli-30 ha liderado la introducción del nuevo discurso encargándose de definir el nuevo escenario, dirigir la reflexión estratégica y formular la renovada visión de futuro deseada para la ciudad (BM, 1999a; 2001; 2002). Así, en otoño de 1999, Bilbao Metropoli-30 presentó el documento *Bilbao 2010. Reflexión Estratégica*, en el que se formula, como resultado de una nueva reflexión

⁴ A este respecto cabe destacar la asistencia de Bilbao Metropoli-30 al 14.º Congreso Internacional de INURA sobre la «Ciudad Creativa» (Amsterdam, junio de 2004) y la elección de Bilbao como sede del 41.º Congreso Mundial de la Asociación Internacional de Urbanistas (IsoCaRP), en torno al tema «Espacios para la Economía Creativa» (Bilbao, octubre de 2005).

estratégica, una renovada visión de futuro para la ciudad. El siguiente paso fue la presentación, en abril de 2001, de *Bilbao 2010. La Estrategia*, en el que se sientan las bases para abordar una nueva etapa en el proceso de revitalización iniciado en 1990. Partiendo de una interpretación que da por concluida con éxito la etapa anterior después de que las infraestructura y proyectos estratégicos desarrollados durante los noventa hayan logrado situar a Bilbao «entre las ciudades europeas más modernas y vanguardistas del momento» (BM, 1999a: 11), el documento concreta una serie de actuaciones y proyectos estratégicos necesarios para hacer realidad el objetivo de «proyectar la metrópoli como ciudad internacional de clase mundial en la nueva Sociedad del Conocimiento» (BM, 2002: 7). Así, en el contexto de globalización de la economía, el rápido cambio tecnológico, la intensificación de la competencia y la rápida implantación de la Sociedad del Conocimiento, «la capacidad de crecimiento y desarrollo regional dependen cada vez más de factores intangibles como el conocimiento, la habilidad para innovar (...) y la presencia de emprendedores» (BM, 1999a: 7). Por ello, «las nuevas oportunidades van a depender (...) del desarrollo de elementos intangibles relacionados con las personas y el potencial de la ciudad para darles cabida y alimentarlos convenientemente» (BM, 1999a: 12). Personas, conocimiento e innovación son los factores de diferenciación de las ciudades en la nueva Era Global: las ventajas competitivas.

En este contexto, «el futuro de Bilbao es el de las ciudades que se preparan para liderar la Sociedad del Conocimien-

to»; la nueva visión es hacer de Bilbao «una ciudad donde los sueños se hacen realidad» (BM, 1999a: 3). Pero, ¿qué tipo de sueños deben llegar a hacerse realidad? El objetivo estratégico consiste en «desarrollar un contexto avanzado de conocimiento en el que los sueños de iniciativas empresariales altamente innovadoras se hagan realidad» (BM, 2001: 14). Para cumplir este objetivo, es necesario actuar sobre tres elementos básicos relacionados entre sí: la actividad económica, las personas y el atractivo de la ciudad (BM, 2001).

Con respecto a la actividad económica, el acento se pone en las «actividades empresariales de alto valor añadido» como motor del Bilbao Metropolitano. Actividades innovadoras «de vanguardia», vinculadas a la generación del conocimiento, promovidas por empresarios emprendedores y que ocupen a profesionales altamente cualificados: ingenierías, biomedicina, informática, comunicaciones, etc. Se trata, entonces, de poner en marcha actuaciones y proyectos para «la creación y atracción» de este tipo de actividades (BM, 2001: 27-30).

El énfasis en las personas deriva de la consideración de que son ellas «las que poseen el conocimiento» (BM, 2001: 23) por lo que, «para competir en un escenario internacional cada vez más exigente, las ventajas competitivas radican cada vez más en las personas y sus valores» (BM, 2002: 8). Pero, en realidad, se está haciendo referencia a un tipo concreto de personas: los «mejores talentos», los «líderes», los «profesionales altamente cualificados» o, usando un término más generalizado, la «clase creativa». Es necesario, por tanto, contar con los mecanismos adecuados para «for-

mar, retener y atraer» personas creativas (BM, 2001; 2002).

Por último, la importancia del atractivo de la ciudad basada en su consideración como «un espacio vital, un lugar habitado y habitable», remite a la necesidad de «actuar en la creación de un entorno lo suficientemente atractivo que, junto con la calidad de vida de la ciudad, es una de las cuestiones más valoradas por las personas y uno de los factores decisivos a la hora de fijar el lugar de residencia, así como para atraer el turismo y la inversión empresarial» (BM, 2001: 30). Una ciudad atractiva tanto en su dimensión física —ciudad «renovada», entorno «suggerente», espacios residenciales «de calidad», paisaje urbano «estético»— como en su vertiente social —ciudad «segura», vida cultural, comunidad «abierta», «tolerante», «acogedora» e «innovadora» (BM, 2001: 30-32).⁵

Una ciudad que, además, cuente con una sólida «imagen corporativa» que refleje el esfuerzo ya realizado y la apuesta por la innovación y el conocimiento. Una imagen de «ciudad de elite» que pueda ser proyectada internacionalmente a fin de «situar a Bilbao como referente mundial y de atraer a profesionales interesantes, viajeros e iniciativas empresariales innovadoras» (BM, 2001: 32).

La creación de una ciudad atractiva que permita atraer y retener a la «clase creativa» y a las actividades vinculadas a la «economía creativa» se convierte entonces en el reto fundamental y, como tal, es

asumido por el resto de los agentes implicados en la regeneración urbana de Bilbao. Así, Bilbao Ría 2000 asume, en palabras de su Director General, que «el gran reto de hoy es la creación de espacios para la economía creativa (...) lugares en los que puedan vivir y trabajar las personas más imaginativas de nuestra sociedad, que son quienes liderarán la creación de valor añadido y riqueza» (Nieva y Ng, 2005).

Del mismo modo, la ciudad atractiva —capaz de «atraer y retener talento y personas ofreciendo una adecuada y atractiva combinación de desarrollo económico, residencial, urbanístico, social y de ocio»— y la ciudad innovadora —«ciudad que acoge, alimenta y promueve cualquier pensamiento innovador, sea del ámbito tecnológico, de la gestión público-privada, del urbanismo, del arte o de la cultura»— pasan a formar parte de los objetivos del Plan Estratégico del Ayuntamiento de Bilbao (AB, 2002b: 5).

Cambia el contexto y surgen nuevos retos, pero la competencia urbana —ahora centrada en «la creación de las condiciones de base para que emerja la denominada "clase creativa"» (Vegara, 2005)— sigue siendo feroz. Por eso, es «necesario» acometer «la segunda transformación» (Azkuna, 2005); dar «un nuevo impulso a la regeneración urbana» (BM, 2003; 2004; 2005); «orquestrar una "segunda revolución urbana", la que debe permitir a Bilbao crear nodos para el desarrollo de la nueva economía y especialmente de la economía creativa» (Vegara, 2005).

Se trata, entonces, de «reinventar» Bilbao una vez más, de dar el salto hacia la «ciudad creativa». Para ello es necesario

⁵ Aquí la referencia a Richard Florida (2003) se hace evidente: «las ciudades tolerantes y capaces de atraer talento desarrollan una capacidad de creatividad que es la base del desarrollo sostenible» (citado en BM, 2003: 44).

poner en marcha nuevas iniciativas y proyectos estratégicos, algunos de los cuales deben orientarse a la creación de espacios urbanos concretos, «áreas singulares», destinados a albergar las actividades y personas vinculadas a la «economía creativa».

4. LOS ESPACIOS PARA LA ECONOMÍA CREATIVA EN BILBAO: ENTRE EL DESEO Y LA REALIDAD

Como ya se ha comentado anteriormente, con el desarrollo de una «nueva economía» basada cada vez más en la creatividad y la innovación, las personas creativas se convierten en el recurso económico más importante para el crecimiento económico y la prosperidad. Por ello, las ciudades más prósperas y dinámicas son las que ofrecen un entorno atractivo para atraer y concentrar a estas personas (Florida, 2003). Sin embargo, el rápido crecimiento de la «clase creativa» junto con su creciente movilidad está abriendo nuevas oportunidades a las ciudades en su feroz competencia por la clase creativa. De este modo, la mejora del atractivo de la ciudad y la creación de «espacios creativos» donde estas personas quieran vivir y trabajar se han convertido en una de las principales tareas de los líderes urbanos en la actualidad.

Pero crear las condiciones básicas para atraer y retener a las personas creativas es una tarea compleja y multidimensional. No basta con construir infraestructuras físicas y desarrollar grandes proyectos emblemáticos, es también necesario crear un entorno urbano y social de calidad, abierto, tolerante y diverso.

Además, la «clase creativa» incluye grupos muy diversos —artistas, músicos, diseñadores, científicos, ingenieros, profesionales y directivos— con preferencias residenciales muy diferentes —desde distritos artísticos vibrantes y multiculturales, hasta zonas residenciales de alto nivel en las cercanías del distrito central de negocios (Brown, 2005; McCarthy, 2005). Por todo ello, ni existe una «fórmula mágica» para la creación de «espacios creativos» ni es un proceso que se pueda simplemente planificar y dirigir «desde arriba» (Florida, 2003; 2004). Además, aun en el caso de desarrollarse con éxito, la «economía creativa» con frecuencia acarrea externalidades negativas (Florida, 2004; Mignaquí *et al.*, 2005) y costes sociales (Asheim y Clark, 2001; Atkinson y Bridge, 2005; Lund Hansen *et al.*, 2001) que no siempre son tenidos en cuenta por los políticos y gestores urbanos.

En el caso de Bilbao, la importancia concedida a la mejora del atractivo de la ciudad y a la creación de «espacios creativos» ha llevado a los diferentes actores implicados en el proceso de regeneración urbana a impulsar la transformación de las nuevas áreas de oportunidad, destinadas a albergar los proyectos estratégicos vinculados a la emergente «economía creativa» y a la «clase creativa» (AB, 2002b; BM, 2001; 2002; 2003; 2005; DFB, 2003).⁶ De entre todas ellas, destacan dos: Zorrotzaurre y Bilbao La Vieja (ver figura 1).

⁶ En este sentido, es interesante constatar que, al otorgar a Bilbao el *Premio a la Excelencia*, la Asociación Internacional de Urbanistas resaltara que «Bilbao está sentando las bases para ser la residencia de las nuevas clases creativas» (*El Correo*, 20 de octubre de 2005)

Figura 1



4.1. **Abandoibarra y Zorrotzaurre: ¿los espacios para la nueva economía creativa en Bilbao?**

Como se ha mencionado anteriormente, la política de regeneración urbana en Bilbao está indisolublemente ligada a la reconversión de áreas industriales degradadas y antiguas zonas portuarias y ferroviarias a través de grandes operaciones urbanas y proyectos estratégicos.

Los grandes proyectos estratégicos tienen como objetivo transformar esos vacíos industriales y funcionales en áreas generadoras de nuevo dinamismo y centralidad (Busquets, 1996; Rodríguez, Moulaert y Swyngedouw, 2001; Moulaert *et al.*, 2003). En Bilbao, al igual que en otras ciudades europeas, estas operaciones de reconversión se desarrollan desde finales de la década de los ochenta con la puesta en marcha de un conjunto de actuaciones

singulares relacionadas con grandes infraestructuras del transporte —metro, aeropuerto, puerto, nueva red ferroviaria— y equipamientos emblemáticos como el Museo Guggenheim o el Palacio de Congresos y de la Música Euskalduna. Estos proyectos cumplen un papel fundamental en la regeneración urbana actuando como catalizadores del nuevo dinamismo a la vez que permiten el desarrollo de importantes operaciones urbanísticas a lo largo de la Ría. Las inversiones en infraestructuras y equipamientos emblemáticos constituyen la base material sobre la que se sustenta la renovación urbana y la avanzadilla de un nuevo modelo de intervención en la ciudad basado en operaciones estratégicas y en el aprovechamiento y puesta en valor de oportunidades urbanísticas como instrumento básico de la transformación física y funcional de Bilbao.

El buque insignia de estas operaciones estratégicas es Abandoibarra, un antiguo enclave industrial y portuario de 35 Ha. a lo largo de la ribera izquierda de la ría y en el corazón residencial y terciario de la ciudad. La reconversión de esta área en un nuevo centro direccional de ámbito metropolitano/regional inaugura una etapa de cambios fundamentales en la intervención pública en la ciudad. El proceso de regeneración urbanística de Abandoibarra arranca con la presentación, en Mayo de 1989, del Avance del Plan General de Ordenación Urbana de Bilbao, donde Abandoibarra se identifica como uno de los espacios significativos de mayor potencia urbana y se le asigna un papel estratégico al proponer su transformación en un centro terciario de carácter direccional, un núcleo «concentrado» de oficinas y negocios en el que se integren

un conjunto de servicios complementarios comerciales y de actividades ligadas al ocio. La propuesta anulaba la calificación industrial de Abandoibarra pero mantenía su orientación eminentemente productiva proyectándola como un área central de negocios (CBD) y centro direccional regional.

Desde su presentación en el Avance del Plan, la propuesta urbanística para Abandoibarra ha seguido un largo y complejo proceso de elaboración y reformulación que se inició con la convocatoria de un primer concurso de ideas, a mediados de 1992. Siguiendo las directrices del Plan General, la propuesta inicial de ordenación presentada por Pelli —ganador de un concurso posterior restringido a equipos de rango internacional— concebía Abandoibarra como una prolongación del Ensanche hacia la ría fijando su carácter de área central urbana con un fuerte contenido funcional y emblemático con una ordenación estándar del área en la línea de los célebres «*waterfront*» desarrollados anteriormente y posteriormente también por numerosas ciudades en todo el mundo. Esta primera propuesta fue reformada en sucesivas ocasiones para acomodar diversas demandas y cambios en las prioridades políticas y en la coyuntura económica e inmobiliaria aumentando significativamente el peso del espacio residencial y comercial frente al de oficinas, que ofrecía menos garantías de rentabilizar la venta del suelo. El esquema actual de Abandoibarra refleja esta evolución: las áreas destinadas a usos terciarios se han ido reduciendo gradualmente hasta dejar una única torre de oficinas donde la empresa Iberdrola —que ya estaba localizada en Bilbao y nueva propietaria del suelo des-

pués de que la Diputación renunciara— tiene previsto trasladar sus oficinas⁷ ocupando la mitad de los 50.000 m² mientras el resto se destina a otras actividades entre las que destaca un hotel de la cadena Abba (8.000 m²). En contraste, los espacios residenciales exclusivos ocupan una superficie muy superior a la contemplada inicialmente, con un total de 7 edificios y cerca de 1.000 viviendas de lujo. El proyecto de convertir Abandoibarra en el embrión localizado de la nueva economía post-industrial tomaba un rumbo a la deriva que llevaría al abandono de la estrategia direccional y su sustitución por un esquema de enclave esencialmente residencial-equipamental para las nuevas elites urbanas (Rodríguez, 2002).

El naufragio de la estrategia direccional de Abandoibarra y su progresiva neutralización como buque insignia y motor de la revitalización urbana hizo que una década después de iniciada la política de regeneración urbana en Bilbao, la búsqueda de nuevos espacios estratégicos se dirigiera hacia otro de los espacios singulares o área de oportunidad identificados en el Plan General de Ordenación Urbana: Zorrotzaurre (AB 1989; 1994). Entre tanto, las líneas maestras para la futura ordenación de Zorrotzaurre habían sido avanzadas por el Ayuntamiento de Bilbao a principios de 2002 con la presentación del *Plan Estratégico del Ayuntamiento de Bilbao*. Esta reflexión estratégica popularizada bajo el nombre de «Bilbao, Ciudad

de Oportunidades»⁸ pretendía dar un impulso a la regeneración en marcha identificando las «Áreas de Oportunidad de la Villa» y definiendo para cada una de ellas posibles proyectos de futuro que dieran continuidad a los que ya se habían desarrollado con «éxito» (AB, 2002b). El sentido de esta reflexión era definir «las líneas estratégicas y vectores de desarrollo que generen ventajas competitivas de la ciudad en su conjunto y de cada una de sus «Áreas de Oportunidad». Para Zorrotzaurre las líneas estratégicas son innovación, nueva economía y orientación residencial que se desarrollan en una serie de líneas de acción que comprende el desarrollo de una industria innovadora que incluiría entre otras la biotecnología, las tecnologías de la información y de la comunicación, el arte, territorio y regeneración urbana, un centro de investigación con presencia de la Universidad y un Instituto de desarrollo regional y urbanismo. Estas actuaciones se completan con iniciativas vinculadas a la rehabilitación y construcción de viviendas, el desarrollo de espacios libres y la creación de una zona comercial. El perfil de Zorrotzaurre se dibuja así como un espacio de usos mixtos en el que la actividad residencial y los equipamientos de esparcimiento y ocio convivirían con un espacio de innovación.

⁷ Este traslado conlleva una operación inmobiliaria importante en la que el Ayuntamiento permite la recalificación de las antiguas oficinas de Iberdrola localizadas en pleno centro de Bilbao para usos residenciales, lo que permite financiar el traslado de esta empresa a Abandoibarra.

⁸ El concepto de área de oportunidad, espacio de oportunidad, ciudad de oportunidad, etc., había sido introducido en la jerga urbanística de la mano de las actuaciones en Barcelona. Más específicamente, el término «Ciudad de Oportunidades» ya había sido adoptado como lema del Plan Estratégico de Valencia (Valencia 2015) en el año 1995 en un informe «Valencia Ciudad de Oportunidades para la Inversión» en el que el desarrollo económico y social se vincula a los parámetros de la economía global y la sociedad de la información [que] «generan en las ciudades un desarrollo económico sostenido y sostenible» <http://www.ceyd.org/acercade/plan/default.htm>.

Por otra parte, el potencial estratégico de Zorrotzaurre había sido igualmente señalado en el marco de la reflexión estratégica impulsada por Bilbao Metrópoli 30 en el año 2001: *Bilbao as a Global City*. En ella, la regeneración de esta área se define como un proyecto «motor» de primer rango proponiendo su conversión en un espacio urbano capaz de acoger diferentes actividades de innovación y empresas intensivas en conocimiento, una «ciudad para la innovación y el conocimiento» (BM, 2001). Zorrotzaurre es así mismo el emplazamiento elegido para la localización de un área de actividades empresariales muy innovadoras, «Innova-rea» con el fin de generar un tejido productivo intensivo en conocimiento, tecnología y de alto valor añadido que pueda actuar como motor de la economía (p. 37). Zorrotzaurre se transformaría así en una verdadera «Isla del saber» (*El Correo*, 27 de enero de 2002).

Así mismo, el Plan Territorial Parcial del Bilbao Metropolitano ratifica el carácter de espacio innovador y dinamizador de Zorrotzaurre reservando su calificación productiva. El PTP (DFB, 2003: 61-62) propone convertir esta área en un nuevo espacio post-industrial de usos mixtos, residencial, terciario, ocio, actividad económica-industrial, un «auténtico centro de negocios de calidad» con mezcla de usos residenciales y equipamentales prolongando la centralidad del ensanche hacia la ría. Entre los objetivos de la ordenación territorial del PTP se incluye el de «generar y articular el espacio productivo soporte de la nueva economía». Pero el objetivo último de la estrategia del PTP consiste en «mejorar la calidad de vida de los residentes, que pasa a ser además, hoy, factor esencial

de la competitividad de toda metrópoli, que se convierte en factor de atracción de nuevas actividades económicas y de innovación». Al igual que en Abandoibarra, la transformación de Zorrotzaurre se plantea durante los últimos años como el lugar idóneo «donde construir, prácticamente *ex novo*, la imagen del futuro metropolitano».

La península de Zorrotzaurre (ver figura 1) comprende un área total de cerca de 58 Ha. (casi 78 si se incluye Botica Vieja) de usos mixtos industriales, portuarios y residenciales cuya evolución en las dos últimas décadas ha estado marcada por la crisis de la industria y los procesos de reestructuración sectorial y funcional, la deslocalización y el consecuente deterioro socioeconómico, funcional y medioambiental. En esta área se localizan cerca de 450 vecinos y están implantadas unas 280 empresas, la mayor parte de ellas vinculadas a la actividad portuaria, y alrededor de 2.000 empleos (Eustat, 2005b). Localizada como prolongación geográfica de Abandoibarra y heredera directa de ésta⁹, Zorrotzaurre representa el arquetipo de «área de oportunidad» urbanística: un espacio caracterizado como residual, industrial y portuario «marcado por la obsolescencia y la degradación, verdadera «trasera de Bilbao» que es, sin embargo, un enclave de centralidad metropolitana excepcional y un área de «gran oportunidad en la tendencia universal de recuperación de los

⁹ La mayor centralidad de Abandoibarra, el predominio de la propiedad pública del suelo, la falta de población residente, y la menor complejidad de gestión de esa área, motivaron que el proceso de regeneración de ésta fuera prioritario, postergando la intervención sobre Zorrotzaurre a una segunda fase de regeneración.

bordes de agua dentro de las ciudades» (DFB, 2003: 61-62)

El proceso de regeneración de Zorrotzaurre se pone en marcha en el año 2002, después de haber sido objeto de numerosos estudios, concursos y propuestas¹⁰, con la firma del acuerdo de colaboración entre el Ayuntamiento de Bilbao, la Diputación de Bizkaia, la Autoridad Portuaria y una Comisión Gestora integrada por los principales propietarios privados de suelo para gestionar el *Proyecto de Desarrollo Económico, Social y Urbanístico de la Isla-Península de Zorrotzaurre*, un plan de rehabilitación y regeneración de la zona. El impulso inicial para ese acuerdo es el anuncio en el año 2003 por parte de la Autoridad Portuaria de Bilbao, principal propietaria del suelo (cerca del 50%)¹¹, de trasladar la actividad del Canal de Deusto al puerto exterior, una vez finalizada la primera fase de ampliación de éste. El traslado, previsto para el año 2006, despeja la incertidumbre temporal y moviliza a los agentes públicos y privados para poner en marcha la reconversión de Zorrotzaurre.

Siguiendo la tónica ya habitual en otros proyectos urbanísticos, la Comisión Gestora inicia entonces la búsqueda de un arquitecto de proyección internacional

¹⁰ Zorrotzaurre ha sido objeto de numerosos estudios en las dos últimas décadas incluidos los realizados desde el PTP hasta los estudios organizados por MIT y la Escuela de Arquitectura de Pamplona así como un concurso de ideas. Ver Uriarte, (2004).

¹¹ De las 57.6 Ha de superficie, la Autoridad Portuaria de Bilbao es propietaria de casi la mitad; el Ayuntamiento posee unos 80.000 m² y la Diputación 15.000; los principales propietarios concentran unos 35.000 y el resto se reparte entre cientos de pequeñas empresas y viviendas. Otros 600 propietarios privados se reparten el 20% de la superficie.

que de prestigio a la operación para la elaboración del *Plan Especial de Reforma Interior para Zorrotzaurre* (PERI). Después de varios intentos infructuosos¹², en septiembre del 2003 se contrata a la arquitecta anglo-iraquí Zaha Hadid, que junto con un equipo local será la encargada de formular la propuesta de ordenación de lo que se viene ya calificando como la última y mejor área de oportunidad de la ciudad. El desarrollo de la propuesta deberá enmarcarse en los criterios globales planteados en el Plan General de Bilbao en el que Zorrotzaurre aparece caracterizada como un área de usos mixtos residenciales, productivos y equipamentales (AB, 1989; DFB, 2003).

En línea con los criterios planteados, el equipo de Zaha Hadid presentó en octubre de 2004 el avance del PERI donde se establece la estrategia de ordenación y se definen los usos y funciones de Zorrotzaurre (Zaha Hadid Architects, 2004). El equipo redactor pretende dar continuidad al tejido urbano de Bilbao en esta zona y desarrolla una propuesta de ordenación donde cerca del 80% del área se reserva para usos residenciales con una ocupación de 5.300 viviendas de las cuales casi un 30% serán de protección oficial¹³. La población de esta zona pasaría de 450 a más de 15.000 habitantes. Este espacio residencial se concentraría en dos de los tres distritos definidos en la propuesta, con viviendas volcadas hacia la

¹² La primera opción de la Comisión fue el arquitecto italiano Renzo Piano con quien las negociaciones se rompieron debido a las elevadas exigencias del arquitecto en términos de contrapartidas de derechos de edificación en varias manzanas.

¹³ Esta operación inmobiliaria obliga a una reforma del Plan General donde el número de viviendas se situaba en torno a las 3.000.

ría, muelles peatonales, embarcaderos para barcos pequeños, recintos de recreo, escuelas de remo, etc. El tercer bloque ubicado en el centro estaría destinado plenamente a actividades de ocio con equipamientos deportivos. Finalmente, la propuesta apunta las oportunidades que la localización de diversas facultades en el entorno de Zorrotzaurre ofrecen para el desarrollo de actividades de la nueva economía incorporando la dimensión productiva en esta área. En resumen, de los 778.000 m², 541.00 se destinan a vivienda, 124.000 a servicios y 32.000 a comercio, mientras que el equipamiento público ocupará 57.000 m² y el privado 24.000 m². Se estima que las obras de urbanización podrían iniciarse dentro de 5 años y prolongarse durante un período de más de 10 años.

Al mismo tiempo que la elaboración del PERI, el Ayuntamiento pone en marcha el proceso de modificación del Plan General con el fin de adecuarlo a la nueva estrategia de ordenación planteada en Zorrotzaurre. El Avance de la Modificación se presenta en septiembre de 2005 e incorpora los nuevos criterios en relación con la redensificación del área, la proporción entre vivienda libre y de protección oficial, la proporción entre diferentes usos del suelo y la reserva de suelo para equipamientos públicos y privados (AB, 2005).

En resumen, lejos de la orientación fuertemente estratégica perfilada en los diferentes Planes Estratégicos de Bilbao, del PTP y de la propia *Reflexión Estratégica* de BM30, el Avance del Plan Especial de Zorrotzaurre consagra su vocación mayoritariamente residencial en el que la viabilidad económica de la propuesta se asienta firmemente en una operación in-

mobiliaria de alta densidad con capacidad para financiar los elevados costes de urbanización. El propio modelo de gestión de la operación de Zorrotzaurre, basado en una asociación público-privado a partir de la Comisión Gestora, facilita el predominio de criterios de valorización y rentabilidad incluso por parte de entes públicos o semipúblicos. En este sentido, las declaraciones de la Autoridad Portuaria sobre su intención de no renunciar a la captura de plusvalías (*El Mundo*, 9 de noviembre de 2003) es revelador de los criterios que subyacen en el desarrollo de la operación. La falta de participación social efectiva, orgánica, excluye una vez más la posibilidad de un proceso de debate social y el ejercicio de la democracia reflexiva que permita explicitar los costes y beneficios de diferentes opciones y soluciones y abra el abanico de posibilidades en la transformación de la ciudad. Por el contrario, como sugiere Román (2005), en Zorrotzaurre el proceso urbanístico tiende a una forma de *realpolitik* en el que «los intereses públicos, que contribuyen a la configuración del espacio urbano, llegan a confundirse con los privados (la iniciativa privada impulsa el plan) y, por tanto, todo hace pensar que se identifica lo público con las expectativas del mercado inmobiliario»

Las críticas no se han hecho esperar. En primer lugar, el Avance de Zorrotzaurre es cuestionado por su concepción formalista que refleja más su carácter de proyecto urbano que de plan urbanístico. La propuesta detalla con precisión los detalles urbanos y los elementos físicos como si fuera un proyecto de arquitectura más o menos seductor, un diseño urbanístico que revela una concepción estrictamente arquitectónica y un tratamiento

casi paisajístico del tejido urbano (ver Román, 2005). Este «urbanismo de maqueta» propone una solución formal, técnica, que no sólo no es objeto de debate ni de contrastación social y política en relación con los objetivos y criterios, sino que limita considerablemente la capacidad de la sociedad civil para participar efectivamente en la discusión y definición de alternativas propia de una cultura democrática (ver Allende, 2005)

Por otra parte, el proceso de regeneración de Zorrotzaurre muestra un extraordinario grado de continuidad con la lógica predominante en Abandoibarra. Como en aquel modelo, a pesar de la intensa retórica que vincula la revitalización de la península a la creación de una nueva «ciudad del conocimiento», «isla del saber», «espacio innovador» y proyecto motor del desarrollo de la nueva economía creativa, la propuesta de ordenación de Zorrotzaurre define una funcionalidad esencialmente de tipo residencial y es, sobre todo, una enorme operación inmobiliaria. El predominio físico, proyectual y de diseño en esta propuesta limita seriamente el enfoque funcional y contiene solo vagas referencias a las nuevas actividades económicas. Los componentes productivos y direccionales quedan así difuminados en un esquema sin ninguna concreción y limitados a una superficie muy restringida. Y, aunque el Master Plan para la Ordenación Urbanística de Zorrotzaurre destaca que el área «resulta ideal para el desarrollo de la economía del conocimiento», en momento alguno se hace referencia a qué bases ni qué mecanismos deberían instrumentarse para impulsar la creación/atracción de empresas innovadoras. La base material de la nueva economía creativa aparece desdibu-

jada entre las brumas de la estética y la lógica de la modernización, la imagen y el embellecimiento formal. En este sentido, Zorrotzaurre parece, al menos en parte, destinado a convertirse en un nuevo Abandoibarra: un espacio residencial exclusivo y de consumo vinculado al servicio de las nuevas elites urbanas, sin articulaciones productivas y estratégicas concretas.

Además, la creación del nuevo Zorrotzaurre tiene ganadores y también perdedores. Entre los potenciales perdedores estarían los vecinos que actualmente residen en la zona, excluidos de la Comisión Gestora y amenazados por un proceso de rehabilitación que temen pueda derivar en la creación de un «barrio elitista y excluyente». La falta de mecanismos de participación ciudadana real y efectiva acentúan el riesgo de que el proceso de regeneración de Zorrotzaurre se convierta en un proceso de *gentrification* disfrazado. Un segundo grupo de potenciales perdedores son una parte de las empresas —y sus trabajadores— actualmente ubicadas en Zorrotzaurre. En este sentido, la difusión de una imagen de Zorrotzaurre como zona industrial obsoleta, degradada y en declive contribuye a construir un imaginario urbano en el que la industria, como parte de un pasado ya superado, no tiene cabida en la nueva ciudad post-industrial por lo que debe ser desplazada a fin de que nuevas actividades vinculadas a la economía creativa puedan ocupar su lugar. Este discurso, sin embargo, pasa por alto el hecho de que Zorrotzaurre es una zona industrial *activa* en la que operan 79 establecimientos industriales con cerca de 1.300 empleos. También aquí, la obsolescencia industrial es el recurso discursivo que le-

gítima el desplazamiento de los usos industriales y su sustitución por otros presuntamente más «creativos» y de mayor valor añadido. En definitiva, la estrategia de regeneración propuesta para Zorrotzaurre sacrifica la actividad productiva existente en aras de la construcción de un nuevo modelo urbano y económico más «creativo».

4.2. **Bilbao La Vieja: de la «Zona Cero» al «Montmartre» del nuevo Bilbao**¹⁴

El área habitualmente conocida como Bilbao La Vieja (BLV) está formada en realidad por tres barrios: San Francisco, Zabala y Bilbao La Vieja. Con una extensión de aproximadamente 38 hectáreas y una población que ronda los 14.000 habitantes, BLV es uno de los barrios históricos de Bilbao y ocupa una posición de indudable centralidad en la estructura urbana de la ciudad (ver figura 1). A pesar de ello, las barreras físicas formadas por las vías del ferrocarril, las minas abandonadas de Miribilla y la ría de Bilbao; la degradación resultante de la crisis industrial de los ochenta; la mala reputación derivada del tráfico de drogas, la delincuencia y la prostitución; y el abandono institucional han hecho de BLV una zona deprimida, aislada y excluida del resto de la ciudad. No es sorprendente, por tanto, que BLV haya sido considerada por las autoridades públicas como «el área más degradada del País Vasco» (*El Mundo*, 7 de junio de 2000) ni que la prensa local se refiriera a ella como «la “zona cero” de

Bilbao» (*El Correo*, 16 de noviembre de 2001). A fin de combatir la degradación e impulsar la rehabilitación de BLV, las instituciones públicas pusieron en marcha, desde principios de los noventa, toda una serie de planes e intervenciones. Así, en 1994 se aprobó el *Plan Especial de Reforma y Rehabilitación Interior* y *Surbisa* (la Sociedad Urbanística de Rehabilitación de Bilbao) comenzó a intervenir en la zona. Por las mismas fechas se inició —en el marco de los Proyectos Piloto Urbanos de la Comisión Europea— el proyecto *Bilbao La Vieja Puerta Abierta* 1994-1997.¹⁵ Más tarde, en 1999, el Consejo Interinstitucional de Bilbao La Vieja —compuesto por representantes del Gobierno Vasco, la Diputación Foral de Bizkaia, el Ayuntamiento de Bilbao y la sociedad Bilbao Ría 2000— presentó el *Plan Integral de Rehabilitación de Bilbao La Vieja, San Francisco y Zabala 2000-2004* (PIR) (AB, 2000). Los objetivos propuestos en el PIR eran ambiciosos: enfoque integral de las actuaciones, compromiso institucional, coordinación interinstitucional y participación ciudadana. Sin embargo, las actuaciones se han centrado básicamente en la rehabilitación física y urbanística descuidando los aspectos sociales y comunitarios, la coordinación institucional y la participación ciudadana no han funcionado adecuadamente y, finalmente, los problemas de degradación, exclusión social, convivencia y seguridad ciudadana no sólo no han sido resueltos sino que incluso se han agravado. Además, la creciente concentración de inmigrantes extra-comunitarios

¹⁴ Esta sección es una versión resumida y actualizada de material previamente publicado (ver Vicario y Martínez Monje, 2003 y 2005a).

¹⁵ Los resultados más palpables de este proyecto fueron dos equipamientos municipales: *Bilbo-Rock*, un local cultural multi-usos ubicado en una antigua iglesia, y *BilbaoArte*, un centro para jóvenes artistas.

en la zona está generando nuevos retos de compleja solución.

Sin embargo, a pesar de su inoperancia a la hora de afrontar una rehabilitación integral y en profundidad, las actuaciones desarrolladas desde principios de los 90 en BLV sí ha introducido algunos cambios significativos en la zona. Cambios que, unidos a las peculiares características de la zona, van a tener una gran importancia en su designación como una de las «áreas de oportunidad» de Bilbao, en la reconsideración de las estrategias para su regeneración y en la formulación de una nueva visión de futuro para BLV en el marco de un nuevo Bilbao como «ciudad creativa».

A pesar de su condición de barrio degradado, BLV presenta una serie de características que, al reforzarse mutuamente, hacen de ella un barrio potencialmente atractivo para determinados sectores de la «clase creativa». En primer lugar, su ubicación estratégica. BLV está localizada junto a Abando-Indautxu, el distrito de mayor estatus socio-económico de la ciudad, y a poca distancia de los proyectos estrella del nuevo *waterfront* de Bilbao.¹⁶ En segundo lugar, BLV es uno de los núcleos históricos de la ciudad por lo que dispone de un cierto patrimonio artístico en forma de iglesias y monumentos y cuenta con edificios y viviendas singulares y atractivas tanto por su precio como por sus características arquitectónicas

(fachadas, balcones, miradores, ornamentos). Estos «atractivos» han hecho posible, en tercer lugar, la existencia en el barrio de un núcleo de «pioneros urbanos» —artistas, diseñadores, profesores universitarios, estudiantes, gays— muy valorados en la literatura reciente por su contribución a la «creatividad» (Florida, 2001; 2003). Su presencia ha contribuido a transformar el paisaje urbano de BLV —en forma de viviendas restauradas, galerías de arte, comercios, restaurantes, bares y cafés— y le ha dotado de un cierto aire artístico y «bohemio». ¹⁷ En cuarto lugar, la creciente inmigración le ha conferido un carácter multi-étnico, reforzando así su diversidad cultural y su atmósfera de barrio «especial» y «auténtico». Parece, por tanto, evidente que BLV encaja a grandes rasgos en ese tipo de barrios que la literatura suele destacar como los más atractivos para los sectores más «bohémios» de la «clase creativa» (Florida, 2001; 2003; 2004). Esto es algo que no pasó desapercibido para las autoridades y gestores urbanos locales en su búsqueda de nuevas «áreas de oportunidad» en las que desarrollar proyectos estratégicos para reforzar el atractivo y la competitividad de Bilbao. Por ello, la rehabilitación de BLV se plantea ahora en consonancia con la nueva agenda urbana y el discurso de la «ciudad creativa».

Así, entre los proyectos estratégicos propuestos por Bilbao Metrópoli-30 en *Bilbao 2010. La Estrategia* figura, entre los considerados como proyectos de motores

¹⁶ Además su centralidad está siendo reforzada por diferentes proyectos que contribuyen a reducir su aislamiento espacial: la transformación de Miribilla en una nueva zona residencial, la renovación de los muelles y el nuevo paseo de ribera que conecta con Abandoibarra, el Proyecto Abando para la reordenación de la zona de la estación de ferrocarril a raíz de la llegada del tren de alta velocidad.

¹⁷ De todos modos, los «pioneros» son todavía un grupo relativamente reducido que se ha concentrado básicamente en la parte baja de BLV: el denominado «triángulo de oro» (Surbisa, 2004: 2).

«de arrastre de la metrópoli hacia la consecución del objetivo estratégico», el denominado *Proyecto Casco Viejo* en el que se incluye a BLV. En él se destaca la importancia de regenerar y «recuperar» esta zona de Bilbao para que pueda contribuir a «reforzar el atractivo de la ciudad» y «llegue a desarrollar algún tipo de función en el contexto de la ciudad», convirtiéndose en sede de alguna «actividad de interés que (...) puede estar relacionada con la cultura y el arte» (BM, 2001: 39). En la misma línea, el estudio *Espacios de Oportunidad para la Villa de Bilbao* presentado por el Ayuntamiento de Bilbao en abril de 2002, incluía a BLV entre las «áreas de oportunidad» de la ciudad, y señalaba como sus principales ventajas competitivas su «ubicación estratégica», su condición de «núcleo histórico» y la existencia de «una comunidad artística operativa». A partir de estas premisas, la «visión de futuro» propuesta para BLV implicaba potenciar sus ventajas comparativas a fin de convertir la zona en un «nuevo polo de actividad artístico-cultural» que ejerciera un «efecto tractor sobre la economía local y de la ciudad» y permitiera «aumentar el atractivo de Bilbao La Vieja y de Bilbao en su conjunto» (AB, 2002b: 18). Por último, y ya con carácter más oficial, el borrador final del *Plan Especial de Bilbao La Vieja, San Francisco y Zabala 2005-2009* (PE), presentado por el Ayuntamiento de Bilbao en diciembre de 2004 como sucesor del PIR, recoge y sistematiza los argumentos del estudio anterior y plantea de forma explícita la transformación y regeneración de BLV a través del arte y la cultura: convertir BLV en «una máquina de hacer cultura» (AB, 2004: 127). El PE propone «explotar el potencial de la zona» —las ventajas competitivas— para construir un barrio atractivo y abierto capaz de atraer

«actividades empresariales relacionadas con el sector ocio-arte-cultura-moda-tecnología», «turistas y visitantes», nuevos residentes que «revitalicen sociológicamente la zona», especialmente «jóvenes, artistas y bohemios» y «personas creadoras e innovadoras» (AB, 2004: 88-134). Para ello, es necesario potenciar los equipamientos culturales existentes (como *Bilbo-Rock, Bilbao Arte*) y crear otros (como la nueva residencia de estudiantes); facilitar la apertura de comercios y negocios vinculados a la cultura (como la promoción de locales desarrollada por el Ayuntamiento); generar una oferta residencial atractiva para artistas y jóvenes (lo que ya se hace a través de sociedades municipales como *Surbisa y Vivien-das Municipales*); mejorar la imagen del barrio mediante la rehabilitación urbanística, la mejora de la seguridad ciudadana (aplicando criterios de «tolerancia cero», por ejemplo) y el desarrollo de un «plan de marketing»... Se trata, en definitiva, de desarrollar las estrategias adecuadas para convertir BLV en un «distrito bohemio» (*El Correo*, 3 de abril de 2004), en «el distrito de la cultura» (*Deia*, 22 de mayo de 2005), en «el Montmartre de Bilbao» (*Deia*, 16 de diciembre de 2004) o, usando un término más actualizado, en un «espacio para la economía creativa». ¹⁸

Como ya se ha comentado anteriormente, la creación de un «barrio creativo» es para Florida (2003; 2004) un proceso complejo, multifacético y básicamente «orgánico» que no siempre puede ser

¹⁸ De nuevo resulta significativo que uno de los *Talleres para Jóvenes Planificadores* del 41.º Congreso de ISOCARP tuviera como tema «Bilbao La Vieja como Espacio para la Economía Creativa».

planeado «desde arriba». En el caso de BLV, el propio PE reconoce que los obstáculos son numerosos: inmigración «ilegal», economía sumergida, elevado desempleo, exclusión social generalizada, problemas de convivencia, delincuencia e inseguridad, imagen negativa del barrio, etc. (AB, 2004: 164-173). Pero, incluso en el caso de que estos obstáculos puedan ser superados y BLV sea transformado en un «barrio creativo», surgen otras cuestiones no menos importantes que tienen que ver con las estrategias planteadas y sus posibles consecuencias y costes sociales.

Existe una amplia literatura sobre el uso del arte y la cultura como instrumentos de regeneración urbana (Bianchini y Parkinson, 1993; Bell y Jayne, 2004), sobre la creación de *clusters* o distritos culturales (McCarthy, 2005; Mommaas, 2004) o sobre el papel de los artistas y bohemios en la regeneración de barrios degradados (Cole, 1987; Ley, 1996; Zukin, 1982). En ella es habitual presentar los potenciales beneficios de tales procesos: regeneración y recuperación de espacios degradados, revitalización económica, contribución a la imagen y atractivo de la ciudad, etc. Pero, en muchos casos, también se han señalado sus consecuencias negativas y potenciales costes sociales: aumento de las desigualdades socio-espaciales, *gentrification* y desplazamiento, exclusiones, desigual distribución de costes y beneficios, etc. (Gdaniec, 2000; Jauhiainen, 1992; Ley, 2003; Lim, 1993; Lund Hansen *et al.*, 2001; Slater, 2005).

La «regeneración» de BLV y las aspiraciones de transformación de ésta en un «barrio creativo» parecen responder no tanto a los intereses y necesidades

del propio Bilbao La Vieja como a los intereses y necesidades del nuevo Bilbao —al supuesto «interés general» que consiste en la «necesidad» de construir una ciudad más atractiva, competitiva y creativa—. Del mismo modo, las estrategias planteadas parecen dirigirse en mayor medida a la creación de un entorno atractivo que satisfaga las necesidades y preferencias de las personas *que están por venir* —ya sean empresarios y personas «creativas» o turistas y visitantes— que a la mejora de las condiciones de vida de las personas *que ya residen allí* —la mayoría de las cuales no pertenece, ni pertenecerá nunca, a la «clase creativa». En último término —con un enfoque centrado en la rehabilitación física, la imagen externa, las infraestructuras culturales y la atracción de nuevos residentes— estas estrategias no afrontan ni las causas últimas de la exclusión social que padece parte significativa de la población del barrio ni los problemas asociados (droga, prostitución, fracaso escolar).

Por otro lado, las estrategias basadas en la creencia de que la presencia de nuevos residentes (más jóvenes, más educados, más acomodados más «normales», más «adecuados») contribuirá a reducir la concentración espacial de la pobreza generando un barrio más diverso, equilibrado, dinámico y atractivo —el discurso de la «mezcla social» o *social mix*— no suelen funcionar y pueden llegar a producir estructuras sociales «tectónicas», polarizadas y conflictivas dentro de la zona (Simon, 2005; Slater, 2005). Además, el lenguaje empleado para justificar tales estrategias —«savia nueva», «regeneración sociológica», «rejuvenecimiento», «normalización»

(*Deia*, 18 de mayo de 2004; *El Correo*, 4 de noviembre de 2004; *El País*, 6 de febrero de 2005)— es contraproducente ya que, al designar como «salvadores» a los futuros residentes, hace implícitamente responsables de la degradación del barrio a sus actuales habitantes (Slater, 2004). Este tipo de discursos corre el riesgo de legitimar los previsibles efectos y procesos de exclusión socio-espacial de los sectores menos favorecidos (MacLeod, 2002).

Cabría preguntarse, por tanto, hasta qué punto este tipo de estrategias no hacen sino poner en marcha procesos de *gentrification*, en este caso impulsados y dirigidos por el gobierno municipal, que acaban por desplazar a los grupos más desfavorecidos hacia zonas menos «interesantes» y «creativas» (Atkinson, 2004; Slater, 2005). Procesos que «regeneran» el barrio desplazando los problemas, no resolviéndolos. Es la *gentrification* como estrategia de regeneración, justificada y legitimada por la «necesidad» de crear «espacios creativos» que refuercen la imagen, el atractivo y la competitividad del nuevo Bilbao (Smith, 2002).

Y todo para que, en última instancia, el «barrio creativo» resultante termine por convertirse en uno más de los muchos «distritos bohemios» —clónicos, temáticos, planificados— que existen en numerosas ciudades de todo el mundo. Espacios en los que la revalorización inmobiliaria y la afluencia de turistas y residentes más acomodados han terminado por destruir sus iniciales «ventajas competitivas» —diversidad, autenticidad, creatividad—, desplazando incluso a los propios artistas y «pioneros urbanos» que iniciaron el proceso (Cole, 1987; Flori-

da, 2004; Ley, 2003).¹⁹ Espacios renovados, mercantilizados, saneados y seguros, destinados al uso y consumo de los turistas y los sectores menos «creativos» de la «clase creativa». La búsqueda de la creatividad termina por materializarse en la reproducción en serie de «barrios bohemios» y «distritos culturales»: en su afán por diferenciarse, las ciudades acaban pareciéndose cada vez más. Es, en definitiva, una de las paradojas de la «ciudad creativa» y del «urbanismo empresarial» (Bell y Binnie, 2004; Harvey, 1989).

5. CONCLUSIONES

En los debates sobre el crecimiento y la competitividad urbana, una palabra se repite recientemente de forma incesante: «creatividad». En la economía del conocimiento, la actividad «creativa» se erige en la base de la competitividad y las personas «creativas» se convierten en los actores fundamentales. En el nuevo sistema urbano globalizado y competitivo, las ciudades más prósperas son las que compiten con éxito en la creación de las condiciones necesarias para formar, atraer y retener a los miembros de la «clase creativa»: éstas son las «ciudades creativas».

No es extraño, por tanto, que la retórica de la «creatividad» haya sido rápidamente incorporada a la agenda y a las prácticas de las nuevas políticas urbanas: una ciudad global, atractiva y com-

¹⁹ El uso instrumental de los artistas como pioneros y su posterior desplazamiento a medida que afluyen posteriores oleadas de «colonos» es un proceso ampliamente documentado en numerosas ciudades (Cole, 1987; Ley, 2003).

petitiva es también, y fundamentalmente, una «ciudad creativa». En el marco de un renovado urbanismo empresarial los objetivos se redefinen sobre la base de la «necesidad» de ser una ciudad creativa, al tiempo que las estrategias e iniciativas se reorientan hacia la creación de las condiciones fundamentales para que surja y florezca la creatividad. Los proyectos ahora definidos como estratégicos son los que se dirigen a la creación de «espacios creativos»: espacios que reúnan las características adecuadas para albergar las actividades creativas, y en los que las personas creativas puedan vivir, trabajar y relacionarse.

Durante los años ochenta y noventa, la «necesidad» de competir para atraer nuevas inversiones y empresas en una economía globalizada sirvió como discurso legitimador de toda una serie de estrategias, proyectos e iniciativas —desde grandes operaciones urbanísticas emblemáticas hasta campañas de marketing y promoción— que, como se comprobó posteriormente, tuvieron desiguales consecuencias socio-espaciales y acarrearón importantes costes sociales (Boyle y Rogerson, 2001; Hall y Hubbard, 1998; Harvey, 2000; McNeill y While, 2001). Actualmente, es la «necesidad» de ser una ciudad creativa la que exige, justifica y legitima la puesta en marcha de nuevas estrategias y proyectos. La nueva visión de futuro promete desarrollo y prosperidad; la imagen proyectada de la ciudad creativa es la de una ciudad mejor tanto en lo económico, como en lo social y en lo estético. Pero la ciudad real no se agota en sus renovados, vibrantes y publicitados espacios creativos (parques tecnológicos, barrios bohemios, distritos culturales, etc.): junto a las *infocities* «florecen»

también los *informationless ghettos* (Hall, 1996). Todos los discursos tienen sus silencios, y en este caso lo que se silencia son los posibles costes sociales —polarización socio-espacial, desplazamiento y *gentrification*, estructuras de gobernanza urbanas menos transparentes, democráticas y participativas— de las estrategias para la consecución de la ciudad creativa (Asheim y Clark, 2001; Lund Hansen *et al.*, 2001).

En el caso de Bilbao, la aspiración a convertirse en una «ciudad creativa» plantea toda una serie de cuestiones que no suelen estar contempladas en el discurso «oficial». ²⁰ Así, a pesar de las constantes referencias y apelaciones a la creatividad y la innovación en materia de urbanismo (Nieva y Ng, 2005), gran parte de las estrategias y proyectos para hacer de Bilbao una ciudad creativa no parecen destacar precisamente por su «creatividad». Por el contrario, como se ha podido observar en los casos de Abandoibarra, Zorrotzaurre y Bilbao La Vieja, estas iniciativas constituyen básicamente una continuación del repertorio del llamado urbanismo empresarial de los noventa, consistente en grandes operaciones urbanísticas e inmobiliarias para la renovación de «áreas de oportunidad», proyectos para la renovación y mejora del paisaje urbano, el uso del arte y la cultura como instrumentos para la regeneración de zonas y barrios degradados, campañas de promoción y marketing urbano, etc.

Por otra parte, en Bilbao los grandes proyectos del urbanismo empresarial de

²⁰ En Bilbao, el denominado «efecto Guggenheim» ha facilitado la construcción de un discurso «hermético» sobre el modelo de regeneración urbana que no admite visiones alternativas y excluye cualquier tipo de debate (González, 2004: 182).

la década anterior han tenido también una serie de consecuencias socio-espaciales negativas que sólo recientemente se han comenzado a tomar en cuenta.²¹ En efecto, la *primera regeneración* ha sido también una regeneración «a dos velocidades» en la que los renovados espacios urbanos del centro contrastan con los barrios periféricos deteriorados y olvidados; una regeneración en la que la lógica de la eficacia y la rentabilidad económica ha generado espacios residenciales exclusivos —y excluyentes— reforzando además las tendencias alcistas en el mercado inmobiliario local; una regeneración, en definitiva, que tal vez haya contribuido a hacer de Bilbao una ciudad más bonita, pero no necesariamente una ciudad mejor.²²

Las tendencias apuntadas anteriormente parecen aconsejar una valoración más

ponderada de las estrategias de regeneración impulsadas a lo largo de la última década que tenga en cuenta tanto las luces como las sombras del «modelo Bilbao» (Esteban, 2000; Rodríguez, Martínez y Guenaga, 2001; Rodríguez, 2002; Vicario y Martínez, 2003, 2005a, 2005b). En este sentido, cabe preguntarse sobre los beneficios reales de unas estrategias que, a pesar de su proclamada originalidad y efectividad, se apoyan en un limitado repertorio de instrumentos y proyectos urbanísticos que han sido y están siendo «reproducidos en serie» por numerosas ciudades de todo el mundo. Igualmente, el discurso de la ciudad creativa parece ser poco más que un nuevo recurso retórico —sin verdadero contenido material— que cumple una función de legitimación de los proyectos promovidos para la reconversión de las nuevas áreas de oportunidad de Bilbao.

²¹ Las recientes y reiteradas alusiones por parte de las autoridades locales a la necesidad de lograr un «equilibrio» entre el centro y la periferia son un buen ejemplo de ello (Azkuna, 2005).

²² Las críticas de los partidos de la oposición en el Ayuntamiento de Bilbao a lo que denominan la «ciudad florero» tienen su sentido si se analizan los datos sobre la evolución reciente de la pobreza y la renta familiar en el municipio de Bilbao (DJESS, 2005; Eustat, 2005a).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALLENDE, J. (2005): «Zorrotzaurre: urbanismo de maqueta», *El País*, 4 de enero.
- AMIN, A. y ROBINS, K. (1992): «The re-emergence of regional economies? The mythical geography of flexible accumulation», *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 8, 7-34.
- ASHEIM, B. y CLARK, E. (2001): «Creativity and cost in urban and regional development in the "New Economy"», *European Planning Studies*, vol. 9, pp. 805-811.
- ASHWORTH, G. J. y VOOGD, H. (1990): *Selling the City*. Londres: Belhaven Press.
- ATKINSON, R. (2004): «The evidence on the impact of gentrification: new lessons for the urban renaissance?», *European Journal of Housing Policy*, vol. 4, pp. 107-131.
- AYUNTAMIENTO DE BILBAO (AB) (1989): *Avance del Plan General de Ordenación Urbana de Bilbao. Criterios, objetivos y soluciones generales de Planeamiento*. Bilbao: Ayuntamiento de Bilbao.
- AYUNTAMIENTO DE BILBAO (AB) (2000): *Plan Integral de Rehabilitación de Bilbao La Vieja, San Francisco y Zabala*. Bilbao: Ayuntamiento de Bilbao.
- AYUNTAMIENTO DE BILBAO (AB) (2002a): *Bilbao. Una Ciudad para Invertir*. <http://www.bilbao.net/castella/bilbaonegocios/invertir/pdf/>
- AYUNTAMIENTO DE BILBAO (AB) (2002b): *Bilbao, Ciudad de Oportunidades*. www.bilbao.net/castella/bilbaonegocios/invertir/ciudad/oportunidades.
- AYUNTAMIENTO DE BILBAO (AB) (2004): *Plan Especial de Bilbao La Vieja, San Francisco y Zabala 2005-2009*. Bilbao: Ayuntamiento de Bilbao.
- AYUNTAMIENTO DE BILBAO (AB) (2005): *Criterios, Objetivos y Soluciones Generales de la Modificación del Plan General de Ordenación Urbana de Bilbao en el Area de Zorrotzaurre*. Bilbao: Ayuntamiento de Bilbao.
- AZKUNA, I. (2005): «La segunda transformación», *El Correo*, 17 de octubre.
- BEGG, I. (1999): «Cities and competitiveness», *Urban Studies*, vol. 36.5/6, pp. 795-809.
- BELL, D. y BINNIE, J. (2004): «Authenticating queer space: citizenship, urbanism and governance», *Urban Studies*, vol. 41.9, pp. 1807-1820.
- BELL, D. y JAYNE, M. (Eds.) (2004): *City of Quarters. Urban Villages in the Contemporary City*. Aldershot: Ashgate.
- BENKO, G. y LIPIETZ, A. (1992): *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique*. Paris: Presses Universitaires de France.
- BIANCHINI, F. y PARKINSON, M. (Eds.): *Cultural Policy and Urban Regeneration: the West European Experience*. Manchester: Manchester University Press.
- BILBAO METRÓPOLI-30 (BM) (1999a): *Bilbao 2010. Reflexión Estratégica. Bring your dreams to Bilbao*. Bilbao: Bilbao Metròpoli-30.
- BILBAO METRÓPOLI-30 (BM) (1999b): *Informe Anual de Progreso 1998*. Bilbao: Bilbao Metròpoli-30.
- BILBAO METRÓPOLI-30 (BM) (2000): *Informe 2000: Una Década de Revitalización en el Bilbao Metropolitano*. Bilbao: Bilbao Metròpoli-30.
- BILBAO METRÓPOLI-30 (BM) (2001): *Bilbao 2010: La Estrategia. Bilbao as a Global City*. Bilbao: Bilbao Metròpoli-30.
- BILBAO METRÓPOLI-30 (BM) (2002): *Plan de Gestión 2003*. Bilbao: Bilbao Metròpoli-30.
- BILBAO METRÓPOLI-30 (BM) (2003): *Informe Anual de Progreso 2002*. Bilbao: Bilbao Metròpoli-30.
- BILBAO METRÓPOLI-30 (BM) (2004): *Informe Anual de Progreso 2003*. Bilbao: Bilbao Metròpoli-30.
- BILBAO METRÓPOLI-30 (BM) (2005): *Informe Anual de Progreso 2004*. Bilbao: Bilbao Metròpoli-30.
- BORJA, J. y CASTELLS, M. (1997): *Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid: Taurus.
- BOYLE, M. y ROGERSON, R. J. (2001): «Power, discourses and city trajectories», en R. PADDISON (Ed.): *Handbook of Urban Studies*. SAGE, Londres, pp. 402-416.
- BRADFORD, N. (2002): Why cities matter. CPRN Discusión Paper N.º F/23. <http://www.cprn.org>
- BROWN, D.F. (2005): «Creative Neighbourhoods», comunicación presentada al 41st ISOCaRP World Congress *Spaces for the Creative Economy*. Bilbao 17-20 de octubre.
- COLE, D.B. (1987): «Artists and urban redevelopment», *The Geographical Review*, vol. 77, pp. 391-407.
- COOKE, P. (1994): «The Co-operative Advantage of Regions», en BARNES, T. y GERTLER, M. (1999): *The New Industrial Geography*. London: Routledge.
- COOKE, P. y MORGAN, K. (1999): *The Associational Economy: firms, regions and innovation*. Oxford: Oxford University Press.

- COX, K. (1993): «The local and the global in the new urban politics: a critical view», *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 11, pp. 433-448.
- CRAWFORD, L. (2001): «Guggenheim, Bilbao and the "hot banana"», *Financial Times*, 4 de septiembre.
- CURRAN, W. (2004): «Gentrification and the nature of work: exploring the links in Williamsburg, Brooklyn», *Environment and Planning A*, vol. 36, pp. 1243-1258.
- DAVIDSON, M. y LEES, L. (2005): «New-build "gentrification" and London's riverside renaissance», *Environment and Planning A*, vol. 37, pp. 1165-1190.
- DEPARTAMENTO DE JUSTICIA, EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL-GOBIERNO VASCO (DJESS) (2005): *Encuesta de Pobreza y Desigualdades Sociales 2004*. Vitoria-Gasteiz: Gobierno Vasco.
- DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA (DFB) (1994): *Bilbao Metropolitano, la Propuesta. Plan Territorial Parcial Bilbao Metropolitano*.
- DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA (DFB) (2001): *Bilbao. La Transformación de una Ciudad*. Bilbao: Diputación Foral de Bizkaia.
- DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA (DFB) (2003): *Plan Territorial Parcial del Bilbao Metropolitano. Anexo: Acciones Estructurantes y Operaciones Estratégicas*. Bilbao: Diputación Foral de Bizkaia.
- DOSI, G. (1988) «The nature of the innovative process», en G. Dosi *et al.* (Eds): *Technical Change and Economic Theory*, pp. 221-238. London: Pinter Publishers.
- EGIDO, J.A. (2001): «La actividad de los lobbys privados en relación a la administración pública. Un estudio de caso en Bilbao», *Inguruak*, núm. 30, pp. 185-194.
- ESTEBAN, M. (2000): *Bilbao, Luces y Sombras del Titano. El Proceso de Regeneración Urbana del Bilbao Metropolitano*. Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco.
- EUSTAT (2005a): *Estadística de Renta Personal y Familiar 2001*. Vitoria-Gasteiz: Instituto Vasco de Estadística.
- EUSTAT (2005b): *Directorio de Actividades Económicas 2004*. Vitoria-Gasteiz: Instituto Vasco de Estadística.
- FLORIDA, R. (1995): «The Learning Region», *Futures*.
- FLORIDA, R. (2000): *The Geography of Talent*. Mimeo, Pittsburgh: Carnegie Mellon University.
- FLORIDA, R. (2001): *The Geography of Bohemia*. Mimeo, Pittsburgh: Carnegie Mellon University.
- FLORIDA, R. (2003): *The Rise of the Creative Class* (Paperback Edition). Nueva York: Basic Books.
- FLORIDA, R. (2004): «Revenge of the Squelchers», *The Next American City*, núm. 5.
- FOX-PRZEWORSKI, J., GODDARD, J. y DE JONG, M. (Eds.) (1991): *Urban Regeneration in a Changing Economy*. Oxford: Clarendon Press.
- GDANIEC, C. (2000): «Cultural industries, information technology and the regeneration of post-industrial urban landscapes. Poblenou in Barcelona - a virtual city?», *GeoJournal*, vol. 50, pp. 379-387.
- GERTLER, M. (2003): «Tacit knowledge and the economic geography of context», *Journal of Economic Geography*, 3.
- GERTLER, M. (2004): «Creative Cities: What are they for, How do they work, and How do we Build Them?» CPRN/RCRPP N.º F/48. <http://www.cprn.org>
- GÓMEZ, M.V. (1998): «Reflective images: the case of urban regeneration in Glasgow and Bilbao», *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 22, pp. 106-121.
- GONZÁLEZ, S. (2004) «The role of the Guggenheim Museum in the development of urban entrepreneurial practices in Bilbao», *International Journal of Iberian Studies*, vol. 16, pp. 177-186.
- GOODWIN, M. (1993) «The city as commodity: the contested spaces of urban development», in KEARNS, G. y PHILLO, C. (eds.): *Selling Places: City as Cultural Capital, Past and Present*. Oxford: Pergamon.
- HALL, P. (1996): *Cities of Tomorrow*, 2.ª edición. Oxford: Blackwell.
- HALL, P. (1998): *Cities in Civilization*, Londres: Weidenfeld & Nicolson.
- HALL, P. (200): «Creative cities and economic development», *Urban Studies*, vol. 37, No. 4, pp. 639-649.
- HALL, T. y HUBBARD, P. (Eds) (1998): *The Entrepreneurial City*. Chichester: John Wiley & Sons.
- HARVEY, D. (1989): «From managerialism to entrepreneurialism: the transformation of urban governance in late capitalism», *Geografiska Annaler B*, núm. 71, pp. 3-17.
- HARVEY, D. (2000): *Spaces of Hope*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- JACOBS, J. (1969): *The Economy of Cities*. New York: Random House.
- JAUHAINEN, J.S. (1992): «Culture as a tool for urban regeneration. The case of upgrading the "barrio El Raval" of Barcelona, Spain», *Built Environment*, vol. 18, pp. 90-99.

- JESSOP, B (1997): «The entrepreneurial city: re-imagining localities, redesigning economic governance, or restructuring capital?» en N. JEWSON y MACGREGOR (Eds.): *Transforming Cities. Contested Governance and New Spatial Division*. Londres: Routledge.
- LANDRY, C. (2000): *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- LEY, D. (1996): *The New Middle Class and the Remaking of the Central City*. Oxford: Oxford University Press.
- LEY, D. (2003): «Artists, aestheticisation and the field of gentrification», *Urban Studies*, vol. 40, pp. 2527-2544.
- LIM, H. (1993): «Cultural Strategies for Revitalizing the City: A Review and Evaluation», *Regional Studies*, vol. 27, pp. 589-595.
- LOVERING, J. (1995) «Creating discourses rather than jobs: the crisis in the cities and the transition fantasies of intellectuals and policy-makers» en HEALEY, P., CAMERON, S., DAVOUDI, S., GRAHAM, S., MADANIPOUR, A. (eds): *Managing Cities: The New Urban Context*. Londres: John Wiley and Sons.
- LUNDEVALL, B.-AË. (1992): «Introduction», en B.-AË. LUNDEVALL (Ed.): *National Systems of Innovation*, pp. 1-19. Londres: Pinter Publishers.
- LUND HANSEN, A., ANDERSEN, H.T. y CLARK, E. (2001): «Creative Copenhagen: globalization, urban governance and social change», *European Planning Studies*, vol. 9, pp. 851-869.
- MACLEOD, G. (2002): «From Urban Entrepreneurialism yo a "Revanchist City"? On the Spatial Injustices of Glasgow's Renaissance», *Antipode*, vol. 34, pp. 602-624.
- MALMBERG, A. (1997): «Industrial geography: location and learning», *Progress in Human Geography*, 21(4), pp. 573-582.
- MALMBERG, A. y MASKELL, P. (2002): «The elusive concept of localization economies: towards a knowledge-based theory of spatial clustering», *Environment and Planning A*, 34, pp. 329-449.
- MARSHALL, R. (Ed.) (2001): *Waterfronts in Post-Industrial Cities*. Londres: Spon Press.
- MARTÍNEZ CEARRA (1993): «La Revitalización de Áreas Metropolitanas. El caso del Bilbao Metropolitano», *Boletín de Estudios Económicos*, vol. XLVIII, pp. 63-71.
- MASKELL, P. et al. (1998): *Competitiveness, Localised Learning and Regional Development*. London: Routledge.
- MCCARTHY, J. (2005): «Making Spaces for Creativity: Designating "Cultural Quarters"», comunicación presentada al 41st ISoCaRP World Congress *Spaces for the Creative Economy*. Bilbao 17-20 de octubre.
- MCNEILL, D. y WHILE, A. (2001): «The New Urban Economies», en R. PADDISON (Ed.): *Handbook of Urban Studies*. SAGE: Londres, pp. 296-307.
- MIGNAQUI, I., SZANJBERG, D. y CICOLELLA, P. (2005): «Creative Clusters in Buenos Aires City», comunicación presentada al 41st ISoCaRP World Congress *Spaces for the Creative Economy*. Bilbao 17-20 de octubre.
- MOMMAAS, H. (2004): «Cultural clusters and the post-industrial city: towards the remapping of urban cultural policy», *Urban Studies*, vol. 41, pp. 507-532.
- MOULAERT, F. y NUSSBAUMER (2005) «The Social Region», *European Urban and Regional Studies*, vol. 12.1, pp. 45-64.
- MOULAERT, F., RODRÍGUEZ, A. y SWYNGEDOUW, E. (Eds.) (2003): *The Globalized City. Economic Restructuring and Social Polarization in European Cities*. Oxford: Oxford University Press.
- MOULAERT, F. y SEKIA, F. (2003) «Territorial Innovation Models: A critical survey», *Regional Studies*, vol. 37.3, pp. 289-302.
- MOULAERT, F. et al (2000) *Globalization and Integrated Area Development*. Oxford: Oxford University Press.
- NIEVA, A. y NG, W. (2005): «Innovar, el reto de la ciudad», *El Correo*, 16 de octubre.
- PADDISON, R. (1993): «City marketing, image reconstruction and urban regeneration», *Urban Studies*, vol. 30, pp. 339-350.
- PECK, J. y TICKELL, A. (2002): «Neoliberalizing space», *Antipode*, vol. 34, pp. 380-404.
- PORTER, M. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. Londres: MacMillan.
- PORTER, M. (1998): «Clusters and the new economics of competition», *Harvard Business Review*, Nov-Dic, pp. 77-90.
- RODRÍGUEZ, A. (2002): «Reinventar la ciudad: milagros y espejismos de la revitalización urbana en Bilbao», *Lan Harremanak*, núm. 6, pp. 69-108.
- RODRÍGUEZ, A. y MARTÍNEZ, E. (2003): «Restructuring Cities: Miracles and Mirages in Urban Revitalization in Bilbao», en F. MOULAERT, A. RODRÍGUEZ y E. SWYNGEDOUW (Eds.): *The Globalized City. Economic Restructuring and Social Polarization in European Cities*. Oxford: Oxford University Press, pp. 181-207.
- RODRÍGUEZ, A., MARTÍNEZ, E. y GUENAGA, G. (2001): «Uneven Redevelopment: New Urban Policies and Socio-Spatial Fragmentation in Metropolitan Bilbao», *European Urban and Regional Studies*, vol. 8, pp. 161-178.

- RODRÍGUEZ, A., MOULAERT, F. y SWYNGEDOUW, E. (2001): «Nuevas políticas urbanas para la revitalización de las ciudades en Europa», *Ciudad y Territorio/Estudios Territoriales*, vol. XXXIII, pp. 409-424.
- ROMAN, A. (2005): «Zorrotzaurre: seducción sin utopía», *El País*, 8 de junio.
- SCOTT, A. (2001): «Globalization and the rise of City-Regions», *European Planning Studies*, vol. 9.7, pp. 813-826.
- SIMON, P. (2005): «Gentrification of Old Neighborhoods and Social Integration in Europe», en Y. KAZEPOV (Ed.): *Cities of Europe. Changing Contexts, Local Arrangements, and the Challenge to Urban Cohesion*. Oxford: Blackwell, pp. 210-232.
- SLATER, T. (2005): «Gentrification in Canada's cities. From social mix to "social tectonics"», en R. ATKINSON y G. BRIDGE (Eds.): *Gentrification in a Global Context. The New Urban Colonialism*. Londres: Routledge, pp.39-56.
- SMITH, N. (2002): «New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy», *Antipode*, vol. 34, pp. 428-450.
- SMYTH, H. (1994): *Marketing the City. The Role of Flagship Developments in Urban Regeneration*. Londres: E & FN Spon.
- SUDJIC, D. (2002): «Can Liverpool be the Bilbao of the North?», *The Observer*, 15 de diciembre.
- SURBISA (2004): «El triángulo de oro de Bilbao La Vieja», *Surbisa Berriak*, núm. IV-2004, p. 2.
- STORPER, M. (1997): *The Regional World. Territorial Development in a Global Economy*. New York: The Guilford Press.
- STORPER, M. (1998): «Las economías regionales como activos relacionales», *Ekonomiaz* 41, pp. 11-45.
- SWYNGEDOUW, E., MOULAERT, F. y RODRÍGUEZ, A. (2002): «Neoliberal urbanization in Europe: large-scale urban development projects and the new urban policy», *Antipode*, vol. 34, pp. 542-577.
- SWYNGEDOUW, E. (1997): «Neither global nor local: "glocalization" and the politics of scale» en K. COX (Ed.) *Spaces of Globalization: Reasserting the Power of the Local*. Nueva York: Guilford Press.
- TORRE, A. y RALLET, A. (2005): «Proximity and location», *Regional Studies*, vol. 39.1, pp. 47-59.
- TORRES, M.C. (1995): *Industria y Territorio en Bizkaia*. Vitoria-Gasteiz: IVAP.
- VEGARA, A. (2005): «El "efecto Guggenheim"», *El Correo*, 20 de octubre.
- VICARIO, L. y MARTÍNEZ MONJE, P. M. (2003): «Another "Guggenheim effect"? The generation of a potentially gentrifiable neighbourhood in Bilbao», *Urban Studies*, vol. 40, pp. 2383-2400.
- VICARIO, L. y MARTÍNEZ MONJE, P. M. (2005a): «Another "Guggenheim effect"? Central city projects and gentrification in Bilbao», en R. ATKINSON y G. BRIDGE (Eds.): *Gentrification in a Global Context. The New Urban Colonialism*. Londres: Routledge, pp. 151-167.
- VICARIO, L. y MARTÍNEZ MONJE, P. M. (2005b): «Der Guggenheim-Effekt» en P. OSWALT (Ed): *Schrumpfende Städte*. Band 2: Handlungskonzepte. Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz Verlag, pp. 744-751.
- ZAHA HADID ARCHITECTS (2004): *Master Plan para la Ordenación Urbanística de Zorrotzaurre*. Bilbao: Comisión Gestora para el Desarrollo Urbanístico de Zorrotzaurre.
- ZUKIN, S. (1982): *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*. Baltimore: John Hopkins University Press.