

# **Competitividad y urbanismo ‘creativo’ en la revitalización de Bilbao: entre la necesidad y la especulación**

Arantxa Rodríguez, Lorenzo Vicario y Elena Martínez  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, UPV/EHU

**Palabras clave:** competitividad, creatividad, regeneración urbana

## **1. Introducción**

A lo largo de las dos últimas décadas, las ciudades han resurgido 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 generación 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, el resurgir del interés por 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 idea ha ido tomando cuerpo durante los años 90 en una abundante literatura académica que vincula la dinámica del desarrollo económico territorial con los procesos de innovación y aprendizaje (Storper, 1995; Porter, 1998). En este debate, el contexto territorial aparece como un elemento decisivo en la generación de ventajas competitivas o dinámicas que se construyen a partir del conocimiento (científico, técnico, organizativo, etc.) y de la innovación (Lundvall, 1995), principal factor de competitividad de la nueva economía del conocimiento (Malmberg y Maskell, 2002).

La innovación se concibe como un proceso interactivo de aprendizaje en el que participan un conjunto de agentes diversos —empresas, instituciones e infraestructuras de la ciencia básica y usuarios— que 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; Malmberg y Maskell, 2002). Estos procesos de aprendizaje interactivo y de la innovación se ven favorecidos por la proximidad espacial y social que facilita la cooperación entre proveedores, subcontratistas, clientes e instituciones de apoyo, el intercambio de conocimiento y la fertilización cruzada de ideas, creando un *milieu* favorable a la innovación y la mejora constante (Maskell *et al.*, 1998). El carácter contextual del aprendizaje interactivo implica que los procesos de aprendizaje son esencialmente endógenos y no pueden ser entendidos independientemente de ese contexto cultural e institucional y que la innovación —y por ende la competitividad— es un proceso enraizado social y territorialmente y por tanto necesariamente localizado. De este

modo, el análisis de la territorialidad de los procesos de aprendizaje e innovación sugiere que, en el marco de la nueva economía global de la información, 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 (Porter, 1998).

El análisis de la territorialidad de los procesos de aprendizaje e innovación ha dado lugar a un debate intenso y muy fértil al que no podemos hacer justicia en este texto. Sin embargo, queremos apuntar que este enfoque ha sido también relativizado por diversos autores que sugieren que asociar una forma de conocimiento con una forma de organización socioeconómica espacial o una escala de relaciones es muy limitado (Amin y Robbins, 1992) y que los nuevos espacios económicos dinámicos, los territorios que “ganan” muestran trayectorias muy diversas y sistemas productivos muy variados (Benko y Lipietz, 1992). Algunos autores han señalado que el contexto local no es la única escala relevante y que la competitividad a largo plazo depende no sólo de factores y condiciones endógenas sino también de los vínculos y redes externas más amplias en que las ciudades y regiones se hallan inmersas (Turok, 2004). Otros autores 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 (Moulaert y Nussbaumer, 2005). Por otra parte, el énfasis casi exclusivo del paradigma del conocimiento localizado en factores intangibles corre el riesgo de menospreciar la importancia de factores claves del “hardware” del desarrollo territorial como las infraestructuras físicas o de apoyo productivo (Malecki, 2004).

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

El paradigma del aprendizaje localizado converge a nivel urbano con interpretaciones clásicas (y contemporáneas) de las ciudades como clusters de innovación, nuevas industrias y creatividad (Jacobs, 1969; 1984; Hall, 1998). 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 la importancia de las ciudades como “incubadoras” de innovación y creatividad no es ninguna novedad, 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 este sentido, algunos autores sugieren que en la nueva economía del conocimiento, donde la base económica de las ciudades son los servicios, el principal factor de competitividad y dinamismo de las economías urbanas y regionales es la presencia de actividad creativa (Florida, 2000; Landry, 2000; Gertler, 2004). 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 locacionales 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).

En los últimos años, este último componente – la capacidad creativa y el talento – está recibiendo una atención extraordinaria, transformándose en la nueva piedra filosofal de la intervención para impulsar la competitividad urbana (Malecki, 2004). 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”. La creatividad – un intangible donde los haya – y el talento depositado en una mano de obra muy educada desplaza a los factores tradicionales del crecimiento territorial: materias primas, suelo, redes de transporte, infraestructuras, etc., como base del desarrollo regional. La mano de obra creativa se transforma en el principal activo de la ciudad/región

La creatividad se vincula por tanto a las personas y a las ciudades —e incluso a sectores sociales específicos en ciudades concretas (Florida, 2003). 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. La cuestión es, entonces ¿cómo crear un entorno urbano creativo? Según este enfoque ya no basta con atraer capital, empresas: se trata de atraer personas, pero no cualquier tipo de personas sino las personas “adecuadas” con capacidad para reforzar la competitividad urbana: las personas “creativas”, con “talento”. Las ciudades competitivas, las más afortunadas y de éxito, serían las “ciudades creativas”, aquellas capaces de crear un entorno social que es abierto a la creatividad y por tanto de “producir” o atraer las personas creativas y con talento.

La noción de “ciudad creativa” surge en la década de los 90 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).

Florida (2003) sugiere que las ciudades más competitivas, de mayor dinamismo son aquellas 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. Las características que distinguen a estas ciudades como el *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 construido atractivo, 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 social 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 3Ts: 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, 2004). 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. De esta manera los factores de índole social, tales como la calidad de vida y la cohesión social, adquieren una gran relevancia dentro de la estrategia urbana. Sin embargo, tienden a

interpretarse desde una perspectiva demasiado estrecha y son considerados más como una cualidad del territorio que de las personas en la medida en que son funcionales dentro del marco de la “ciudad competitiva” y su promoción externa (Rogerson, 1999). Así, las actuaciones en materia de calidad de vida o cohesión social no son planteadas como costosas políticas sociales y redistributivas, sino que pasan a ser una herramienta más del engranaje de la estrategia de fomento de la competitividad urbana aunque en su versión más reduccionista (Turok y Bailey, 2004). Dentro de la falta de concreción teórica y escaso conocimiento empírico sobre las interrelaciones que se establecen entre una mayor/menor cohesión social y la competitividad económica de las ciudades, la interpretación de la misma que se hace desde la política urbana muestra un especial interés por atajar las manifestaciones más evidentes y visibles derivadas de los fenómenos de exclusión social, aquellas que afectan a la imagen proyectada de la ciudad. Las nuevas políticas urbanas y regionales deberían, por tanto, incorporar estrategias para atraer no sólo capital productivo sino también capital humano. Deberían orientarse no solo a (atraer) las empresas sino también a (atraer) las personas. 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 (Rodríguez, 2002; Vegara, 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, 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 (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” (Hall y Hubbard, 1998; Harvey, 1989; Rodríguez, Moulaert y Swyngedouw, 2001) —una nueva forma de gestionar, organizar 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 80 y principios de los 90 con la formulación 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 hacia el objetivo de la regeneración urbana. La reconversión física a través el aprovechamiento de las oportunidades generadas por los espacios liberados por la desindustrialización y la reorganización productiva, se convierte en condición imprescindible para la revitalización económica de Bilbao. Estos espacios se convertían así en las “áreas de oportunidad” idóneas para localizar toda una serie de grandes operaciones urbanísticas singulares — Abandoibarra, Zorrotzaurre, Urban-Galindo...— que eran consideradas fundamentales para la creación de las condiciones necesarias para la regeneración urbana de Bilbao (AB, 1989; DFB, 1994; Rodríguez, 2002; Rodríguez y Martínez, 2003).

El segundo pilar de las estrategias de revitalización lo constituyen los grandes proyectos de transporte e infraestructuras que se ponen en marcha desde finales de los 80. Así, a los grandes proyectos relacionados con las infraestructuras de transporte (la construcción del metro, por ejemplo) 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 al mismo tiempo que eran incorporados a las campañas de promoción y marketing como símbolos del “renacimiento” urbano de Bilbao (Rodríguez, 2002).

En tercer lugar, la reorientación de la intervención urbana en Bilbao ha ido acompañada por la adopción de un modelo 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, el ejemplo de la sociedad Bilbao Ría 2000 ilustra el surgimiento de un nuevo modelo de gobernanza urbana que incorpora cambios significativos en las formas de actuación y regulación urbanística.<sup>1</sup> 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, las estrategias de regeneración urbana desarrolladas en Bilbao desde los años 90 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 (Rodríguez, Moulaert y Swyngedouw, 2001).

Por otro lado, y también en consonancia con las tendencias dominantes, las estrategias del “urbanismo empresarial” en Bilbao aparecen estrechamente vinculadas a la agenda y el discurso de la denominada “nueva política urbana” (*new urban politics*, NUP) (Cox,

---

<sup>1</sup> 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.

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 el caso de Bilbao, la asociación público-privada Bilbao Metropoli-30 —creada en 1991 con la misión formal de implementar el *Plan Estratégico para la Revitalización del Bilbao Metropolitano*— ha desempeñado un papel central en la introducción y difusión de la agenda y el discurso de la NUP, siendo responsable en buena medida de la nueva visión urbana y la “imagen de marca” de Bilbao como ciudad competitiva, atractiva, creativa e innovadora.<sup>2</sup>

Siguiendo fielmente el planteamiento del enfoque ortodoxo, Bilbao Metropoli-30 parte de la existencia de un nuevo contexto —una “economía mundial más abierta, globalizada y competitiva” (BM, 1999: 6-7)— en el que las ciudades, actores económicos y políticos, se ven abocadas a una creciente competencia inter-urbana. En este punto, las ciudades “no

---

<sup>2</sup> De hecho, 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).

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, 1999; 2000; 2001).

Una vez definido el contexto, se trata de identificar una visión de futuro para Bilbao. La nueva visión adoptada requiere construir “una metrópoli de referencia en el mundo: una metrópoli *world-class*” (BM, 1999: 12). Para hacer realidad esa visión, “Bilbao *debe* competir” (BM, 2001: 13) y competir con éxito en la emergente economía global requiere crear 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 abandonados, el desarrollo de nuevos proyectos urbanísticos y edificios emblemáticos y la implantación de nuevas infraestructuras. Requiere actuar también sobre el entorno social promoviendo la seguridad ciudadana, potenciando la modernidad cultural y generando una comunidad integrada, abierta y cosmopolita (BM, 1999; 2000; 2001). Implica, además, “darle visibilidad” mediante la creación y promoción de una “imagen que “puede ser gestionada del mismo modo que se gestiona la imagen de un producto o un servicio” (BM, 2001: 33). Por último, 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 partenariados estratégicos: la “ventaja colaborativa”. 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 la respuesta “necesaria” ante los retos planteados por el nuevo contexto económico global. La “necesidad” de ser una ciudad *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. Pero este discurso silencia 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, potenciar procesos de *gentrificación* y desplazamiento, acrecentar las desigualdades socio-espaciales, “privatizar” el planeamiento, reducir la transparencia en la gestión, eludir la participación pública y “mercantilizar” la ciudad (Rodríguez, Martínez y Guenaga, 2001; Rodríguez, 2002; Vicario y Martínez, 2003; 2005a; 2005b).

Sin embargo, desde finales de los 90, 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”**

Una vez más, Bilbao Metrópoli-30 ha sido la encargada de liderar la introducción del nuevo discurso encargándose de definir el nuevo escenario, conducir la reflexión estratégica y formular la renovada visión de futuro deseada para la ciudad (BM, 1999; 2001).<sup>3</sup> Partiendo de una interpretación que da por concluida con éxito la anterior etapa en el proceso de revitalización (BM, 1999), la asociación concreta una serie de

---

<sup>3</sup> A este respecto cabe destacar la asistencia de Bilbao Metrópoli-30 al 14º Congreso Internacional de INURA sobre la “Ciudad Creativa” (Amsterdam, junio de 2004) y la elección de Bilbao como sede del 41º Congreso Mundial de la Asociación Internacional de Urbanistas (IsoCaRP), en torno al tema “Espacios para la Economía Creativa” (Bilbao, octubre de 2005).

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, 2001: 7). Así, en el contexto de la globalización de la economía, el rápido cambio tecnológico, la intensificación de la competencia y la rápida implantación de la Sociedad del Conocimiento, “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, 1999: 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 Conocimiento”. El objetivo estratégico consiste ahora 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 la “creación y atracción” de actividades empresariales de alto valor añadido. Actividades innovadoras, “de vanguardia”, vinculadas a la generación del conocimiento, promovidas por empresarios emprendedores y que ocupen a profesionales altamente cualificados (BM, 2001: 27-30). Con respecto a las personas, el énfasis se pone, en realidad, en contar con los mecanismos adecuados para “formar, retener y atraer” un tipo concreto de personas: los “mejores talentos”, los “líderes”, los “profesionales altamente cualificados” o, empleando un término reciente, la “clase creativa” (BM, 2001). Por último, la importancia del atractivo de la ciudad 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 “sugereente”, 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). Una ciudad que, además, cuente con una imagen de “ciudad de élite” 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). Dentro de esta segunda dimensión del atractivo de la ciudad se enfatiza la importancia de salvaguardar la seguridad ciudadana como cualidad inherente a una ciudad atractiva. Así, “la falta de seguridad influye de forma muy negativa en la imagen de la ciudad, hasta el punto de que puede llegar a convertirse en un verdadero freno a su expansión” (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. Un reciente artículo del Director Ejecutivo de Bilbao Ría 2000, Ángel Nieva, revela con toda claridad este nuevo giro “creativo” en la política urbana en Bilbao: “vivimos en un nuevo escenario. 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). Por eso es “necesario” acometer “la segunda transformación” (Azkuna, 2005); dar “un nuevo impulso a la regeneración urbana” (BM, 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 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, 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). 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, aún en el caso de desarrollarse con éxito, la “economía creativa” con frecuencia acarrea externalidades negativas (Florida, 2004) y costes sociales (Asheim y Clark, 2001;

Atkinson, 2004; 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, 2002; BM, 2001; 2005; DFB, 2003).<sup>4</sup> De entre todas ellas, destacan dos: Zorrotzaurre y Bilbao La Vieja.

#### **4.1. Abandoibarra y Zorrotzaurre: ¿espacios inteligentes 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.

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 (para un análisis en profundidad de la operación de regeneración de Abandoibarra, ver Rodríguez, 2002; Rodríguez y Martínez, 2003; Esteban, 2000). 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

---

<sup>4</sup> 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)

búsqueda de nuevos espacios estratégicos se dirija hacia otro de los espacios singulares o área de oportunidad identificados en el Plan General de Ordenación Urbana: Zorrotzaurre (AB 1989).

Las líneas maestras para la futura de 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”<sup>5</sup> 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, 2002). 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 definidas eran la innovación, la nueva economía y la actividad residencial, desarrolladas en una serie de líneas de acción que incluirían el desarrollo de una industria innovadora entre las que se encuentran 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 completarían 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 dibujaba 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.

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:

---

<sup>5</sup> 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 en 1995 como lema del Plan Estratégico de Valencia (Valencia 2015) 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>.

*Bilbao as a Global City*. En ella, la regeneración de esta área se definía 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 aparecía, así mismo, como el emplazamiento elegido para la localización de un área de actividades empresariales muy innovadoras, “Innovarea”, 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).

Por otra parte, el carácter de espacio innovador y dinamizador de Zorrotzaurre ha sido confirmado por el Plan Territorial Parcial del Bilbao Metropolitano que reserva 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”. 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 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 ésta<sup>6</sup>, Zorrotzaurre representa el arquetipo de “área de oportunidad” urbanística: un espacio caracterizado como residual, industrial y portuario “marcad[o]a 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 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 propuestas, 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%)<sup>7</sup>, 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 que diera prestigio a la operación para la elaboración del *Plan Especial de Reforma Interior para Zorrotzaurre (PERI)*. Después de varios intentos infructuosos, en Septiembre del 2003 se contrata a la arquitecta anglo-iraquí Zaha Hadid, que junto con un equipo local será la encargada de

---

<sup>6</sup> 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.

<sup>7</sup> De las 57.6 Ha de superficie, la Autoridad Portuaria de Bilbao es propietaria de casi la mitad; el Ayuntamiento posee unos 80.000 m<sup>2</sup> 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.

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 50% serán de protección oficial<sup>8</sup>. 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 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 ofrece para el desarrollo de actividades de la nueva economía incorporando la dimensión productiva en esta área. En resumen, de los 778.000 m<sup>2</sup>, 541.00 se destinan a vivienda, 124.000 a servicios y 32.000 a comercio; mientras que el equipamiento público ocupará 57.000 m<sup>2</sup> y el privado 24.000 m<sup>2</sup>. Se estima que las obras de urbanización podrían iniciarse en 5 años y prolongarse durante un período de más de 10 años.

Paralelamente a 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

---

<sup>8</sup> Esta operación inmobiliaria obliga a una reforma del Plan General donde el número de viviendas se situaba en torno a las 3.000.

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 inmobiliaria de alta densidad con capacidad para financiar los elevados costes de urbanización. El propio modelo de gestión de la operación de Zorrotzaurre, basado en un partenariado 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) son reveladoras de los criterios que subyacen 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 (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 (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 sólo 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 desdibujada 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 élites urbanas, sin articulaciones productivas y estratégicas concretas.

Además, en contraste con el discurso oficial de “todos ganamos con el nuevo Bilbao”, 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” (*El Mundo*, 14 de diciembre de 2004). La falta de mecanismos de participación ciudadana real y efectiva acentúa el riesgo de que el proceso de regeneración de Zorrotzaurre se convierta en un proceso de *gentrificación* 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 sesgada 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 legitima 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<sup>9</sup>**

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

---

<sup>9</sup> Esta sección es una versión resumida y actualizada de material previamente publicado (ver Vicario y Martínez Monje, 2003 y 2005a).

uno de los barrios históricos de Bilbao y ocupa una posición de indudable centralidad en la estructura urbana de la ciudad. 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 80; 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 la prensa local 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 90, toda una serie de planes e intervenciones que, a pesar de sus ambiciosos objetivos, no han tenido los resultados esperados.<sup>10</sup> 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 en la zona está generando nuevos retos de compleja solución.

Sin embargo, 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, BLV está estratégicamente 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. En segundo lugar, BLV es uno de los núcleos históricos de la ciudad por lo que

---

<sup>10</sup> En 1994 se aprobó el *Plan Especial de Reforma y Rehabilitación Interior*. 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. Posteriormente, en 1999, el Gobierno Vasco, la Diputación Foral de Bizkaia, el Ayuntamiento de Bilbao y la sociedad Bilbao Ría 2000 presentaron el *Plan Integral de Rehabilitación de Bilbao La Vieja, San Francisco y Zabala 2000-2004*.

cuenta con edificios y viviendas atractivas tanto por su precio como por sus características arquitectónicas. Estos “atractivos” han hecho posible, en tercer lugar, la existencia en el barrio de un núcleo de “pioneros urbanos” —artistas, diseñadores, profesores universitarios...— muy valorados en la literatura reciente por su contribución a la “creatividad”. Su presencia ha contribuido a transformar el paisaje urbano de BLV y le ha dotado de un cierto aire artístico y “bohemio”. En cuarto lugar, la creciente inmigración ha conferido al barrio 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). Estas peculiaridades de BLV no pasaron desapercibidas para las autoridades y gestores urbanos locales y han tenido un gran peso 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”.<sup>11</sup>

Así, 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”. En base a estas premisas, la “visión de futuro” propuesta para BLV implicaba 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, 2002: 18). Posteriormente, el *Plan Especial de Bilbao La Vieja, San Francisco y Zabala 2005-2009* (PE), presentado por el Ayuntamiento de Bilbao en diciembre de 2004, recoge y sistematiza los argumentos del

---

<sup>11</sup> De nuevo resulta significativo que uno de los *Talleres para Jóvenes Planificadores* del 41º Congreso de ISOCARP tuviera como tema “Bilbao La Vieja como Espacio para la Economía Creativa”.

estudio anterior y plantea de forma explícita la regeneración de BLV a través del arte y la cultura. El PE propone “explotar el potencial de la zona” para construir un barrio atractivo y abierto capaz de atraer “actividades empresariales relacionadas con el sector ocio-arte-cultura-moda-tecnología”, “turistas y visitantes”, y nuevos residentes que “revitalicen sociológicamente la zona”, especialmente “jóvenes, artistas y bohemios” y “personas creadoras e innovadoras” (AB, 2004: 88-134). Para ello, considera necesario potenciar los equipamientos culturales existentes y crear otros nuevos; facilitar la apertura de comercios y negocios vinculados a la cultura, el arte, la moda y la tecnología; generar una oferta residencial atractiva para artistas y jóvenes; mejorar la imagen del barrio y la seguridad ciudadana... Se trata, en definitiva, de desarrollar las estrategias adecuadas para convertir BLV en “el Borne de la capital vizcaína” (*El Correo*, 21 de octubre de 2003), en “el Montmartre de Bilbao” (*Deia*, 16 de diciembre de 2004) o, usando un término más actualizado, en un “espacio para la economía creativa”.

Como ya se ha comentado anteriormente, la creación de un “barrio creativo” es un proceso complejo, multifacético y básicamente “orgánico” que no siempre puede ser planeado “desde arriba” (Florida, 2003; 2004). 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, surgen otras cuestiones no menos importantes que tienen que ver con las estrategias planteadas y sus posibles costes sociales.

Si bien existe una amplia literatura sobre el uso del arte y la cultura como instrumentos de regeneración urbana (Bianchini y Parkinson, 1993; Comedia, 2004) o sobre la creación de *clusters* o distritos culturales como elementos revitalizadores de la economía urbana (McCarthy, 2005; Mommaas, 2004), no es menos frecuente encontrar referencias a los

costes sociales de tales estrategias: aumento de las desigualdades socio-espaciales, *gentrificación* y desplazamiento, desigual distribución de costes y beneficios, etc. (Gdaniec, 2000; Jauhiainen, 1992; Lim, 1993; Lund Hansen *et al.*, 2001).

Así, en el caso de BLV, la “regeneración” de la zona y las aspiraciones de transformación de ésta en un “barrio creativo” parecen responder no tanto a los intereses y necesidades del propio barrio como a los intereses y necesidades del nuevo Bilbao, a 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 personas “creativas” o turistas— 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— esta estrategia no afronta en realidad ni las causas últimas de la exclusión social que padece una parte significativa de la población del barrio ni sus problemas asociados (droga, prostitución, fracaso escolar). Al contrario, el discurso político se centra en las consecuencias más visibles y evidentes (delincuencia e inseguridad ciudadana) y en la manera en que afectan a la imagen promocional de la ciudad. Así, palabras del alcalde: “De nada sirve poseer el museo de vanguardia, si a pocos metros no buscamos soluciones para una zona de alta tasa de desempleo, pobreza, delincuencia que, por otro lado nos desestabiliza la ciudad” (*El Correo*, 10 de febrero de 2004). Es por ello que la seguridad ciudadana y la creación de “zonas de seguridad garantizada” en la ciudad van ganado posiciones dentro de la agenda política (BM30, 2000:14). Quedan pendientes, por tanto, el conjunto de medidas encaminadas a solucionar las causas que dan lugar al mantenimiento y agudización de los problemas de exclusión social.

Cabría preguntarse, por tanto, hasta qué punto este tipo de estrategias no hacen sino poner en marcha procesos de *gentrificación*, en este caso impulsados y dirigidos por el gobierno municipal, que pueden acabar por desplazar a los grupos más desfavorecidos hacia zonas menos “interesantes” y “creativas” (Atkinson, 2004). Procesos que “regeneran” el barrio desplazando los problemas, no resolviéndolos. Es la *gentrificación* como estrategia de regeneración, justificada y legitimada por la “necesidad” de crear “espacios creativos” que refuercen la imagen, el atractivo y la competitividad de la ciudad (MacLeod, 2002; 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; Ley, 2003). Espacios renovados, mercantilizados, saneados y seguros, destinados al uso y consumo de los turistas y los sectores menos “creativos” de la “clase creativa” (Bell y Binnie, 2004). 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” (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”. No es extraño, por tanto, que la retórica de la “creatividad” haya sido rápidamente incorporada a la agenda y las prácticas de las nuevas políticas urbanas. 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 80 y 90, 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 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; MacLeod, 2002; 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. Pero la ciudad real no se agota en sus renovados, vibrantes y publicitados espacios creativos (barrios bohemios, distritos culturales, etc.) y junto a las *infocities* “florecen” también los *informationless ghettos* (Hall, 1996). Todos los discursos tienen sus silencios y, en este caso, lo que se silencian son los posibles costes sociales 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”.<sup>12</sup> 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 Zorrotzaurre y Bilbao La Vieja, estas iniciativas constituyen básicamente una continuación del repertorio “clásico” del urbanismo empresarial de los noventa: 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. En lo que respecta a la consideración de la calidad de vida y la cohesión social como activos de la estrategia de fomento de la competitividad de la ciudad, la visión reduccionista y la toma de decisiones paliativas hacen que la problemática real se reduzca al discurso de la seguridad ciudadana, buscando a través de la vigilancia y actuación policial una ciudad más segura (aparentemente, al menos) y que no deje aflorar las contradicciones internas de su modelo competitivo.

Por otra parte, en Bilbao los grandes proyectos del urbanismo empresarial de la década anterior han tenido también una serie de consecuencias socio-espaciales negativas que sólo recientemente se han comenzado a tomar en cuenta. 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

---

<sup>12</sup> 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.

contribuido a hacer de Bilbao una ciudad más bonita, pero no necesariamente una ciudad mejor.<sup>13</sup>

Las tendencias apuntadas anteriormente, parecen aconsejar una valoración menos triunfalista y 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.

---

<sup>13</sup> 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.
- 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.
- \_\_\_\_\_ (2002) *Bilbao, Ciudad de Oportunidades*. [www.bilbao.net/castella/bilbaonegocios/invertir/ciudad/oportunidades](http://www.bilbao.net/castella/bilbaonegocios/invertir/ciudad/oportunidades)
- \_\_\_\_\_ (2004) *Plan Especial de Bilbao La Vieja, San Francisco y Zabala 2005-2009*. Bilbao: Ayuntamiento de Bilbao.
- \_\_\_\_\_ (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.
- 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) (1999) *Bilbao 2010. Reflexión Estratégica. Bring your dreams to Bilbao*. Bilbao: Bilbao Metrópoli-30.
- \_\_\_\_\_ (2000) *Informe 2000: Una Década de Revitalización en el Bilbao Metropolitano*. Bilbao: Bilbao Metrópoli-30.
- \_\_\_\_\_ (2001) *Bilbao 2010: La Estrategia. Bilbao as a Global City*. Bilbao: Bilbao Metrópoli-30.
- \_\_\_\_\_ (2005) *Informe Anual de Progreso 2004*. Bilbao: Bilbao Metrópoli-30.
- 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° F/23. <http://www.cprn.org>
- BROWN, D.F. (2005) "Creative Neighbourhoods", comunicación presentada al 41<sup>st</sup> 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.
- COMEDIA (2004) *Culture and Regeneration. An evaluation of the evidence*. Nottingham: Comedia.
- 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.
- 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) (2003) *Plan Territorial Parcial del Bilbao Metropolitano. Anexo: Acciones Estructurantes y Operaciones Estratégicas*. Bilbao: Diputación Foral de Bizkaia.
- 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 Titanio. 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.
- 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. (2004) "Creative Cities: What are they for, How do they work, and How do we Build Them?" CPRN/RCRPP N°. F/48. <http://www.cprn.org>
- HALL, P. (1998) *Cities in Civilization*. Londres: Weidenfeld & Nicolson.
- HALL, P. (1996) *Cities of Tomorrow*, 2ª edición. Oxford: Blackwell.
- 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.

- JACOBS, J. (1984) *Cities and the Wealth of Nations*. 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.
- LANDRY, C. (2000) *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- 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.
- 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.
- LUNDVALL, B.-Å. (1992) "Introduction", en B.-Å. LUNDVALL (Ed.) *National Systems of Innovation. Towards a theory of innovation and interactive learning*. pp. 1-19. Londres: Pinter Publishers.
- MacLEOD, G. (2002) "From Urban Entrepreneurialism to a 'Revanchist City'? On the Spatial Injustices of Glasgow's Renaissance", *Antipode*, vol. 34, pp. 602-624.
- MALECKI, E. (2004) "Jockeying for position: what it means and why it matters to regional development policy when places compete", *Regional Studies*, 38-9.
- 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.
- 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 41<sup>st</sup> 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.
- 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.
- NIEVA, A. y NG, W. (2005) "Innovar, el reto de la ciudad", *El Correo*, 16 de octubre.
- 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 SWINGEDOUW, 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.

SMITH, N. (2002) "New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy", *Antipode*, vol. 34, pp. 428-450.

STORPER, M. (1995) "The resurgence of regional economies, ten years later: the region as a nexus of untraded interdependencies" *European Urban and Regional Studies*, vol. 2, pp. 191-221

STORPER, M. (1997) *The Regional World. Territorial Development in a Global Economy*. New York: The Guilford Press.

TUOK, I. (2004) "Cities, regions and competitiveness", *Regional Studies*, 38-2.

TUOK, I. Y BAILEY, N. (2004): Twin track cities? Competitiveness and cohesion in Glasgow and Edinburg, *Progress in Planning*, nº 62, pp. 135-204

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 MARTINEZ 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.