

Innovación, creatividad y territorios inteligentes

Arantxa RODRÍGUEZ & Marisol ESTEBAN

Profesora titular de Economía Aplicada & Catedrática de Economía Aplicada. Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea.

RESUMEN: En la sociedad del conocimiento, la innovación, el conocimiento y la creatividad son la base de la productividad y competitividad de las empresas pero también de los territorios y, por tanto, la fuerza motriz del crecimiento económico. El sustento material de esta nueva economía se fundamenta en avances tecnológicos asociados a las tecnologías de la información y de las comunicaciones que dan soporte a la aplicación de conocimiento a los procesos de producción, gestión y distribución y que son la fuente principal de los incrementos de productividad. La capacidad para generar, apropiarse y utilizar el conocimiento se considera hoy el factor clave de la ventaja competitiva de las empresas que se enfrentan al imperativo de la innovación continua y de la adaptación constante a cambios en las condiciones de la producción y de la demanda. El conocimiento se convierte así en un elemento estructurador de la nueva economía no sólo como output en términos de innovación y nueva tecnología sino también como input en el proceso de producción. Este artículo sitúa la aparición de la sociedad del conocimiento como contexto general de la nueva economía con especial atención a los rasgos que caracterizan esta sociedad del conocimiento y su ámbito de articulación global-local así como los componentes de la economía creativa y del conocimiento. En segundo lugar, el artículo introduce la noción de nuevas territorialidades desarrollando dos de sus manifestaciones dominantes: por una parte, las regiones inteligentes o regiones que aprenden y, por otro, las ciudades creativas identificando los nuevos factores de competitividad territorial, subrayando la relación entre innovación y territorio y los fundamentos de la ventaja competitiva territorial. Por último, se presenta un análisis de los nuevos enfoques, políticas, instrumentos y agentes de la intervención y producción de Territorios Inteligentes y Ciudades Creativas destacando los aspectos relacionados con las nuevas formas de gestión y gobernanza territorial y su relación con las estrategias de desarrollo económico.

DESCRITORES: Economía urbana. Desarrollo territorial. Innovación. Territorios inteligentes.

I. INTRODUCCIÓN

Los profundos cambios territoriales, urbanos y regionales, registrados en las últimas tres décadas forman parte integral de los procesos de reestructuración y recomposición del modelo socioeconómico que han impulsado el desarrollo de una nueva economía global basada en el conocimiento. En esta economía del conocimiento, la innovación y la creatividad son la base de la productividad y competitividad de las empresas y, por tanto, la fuerza motriz del crecimiento económico y la creación de riqueza (OECD, 1996a, b; MASUDA, 1980, 1981).

La nueva economía del conocimiento emerge como resultado de tres macro-procesos interdependientes: en primer lugar, la globalización de la economía y las comunicaciones y la reestructuración productiva; en segundo lugar, la reorganización espacial de las actividades económicas y la difusión generalizada de la urbanización; y, en tercer lugar, la revolución de las llamadas tecnologías de la información (BORJA & CASTELLS, 1997). Los avances tecnológicos asociados a las tecnologías de la información y de las comunicaciones forman el sustrato material de la economía del conocimiento y son la fuente principal de los incrementos de productividad. La capacidad

para generar, apropiarse y aplicar el conocimiento constituye el factor clave de la ventaja competitiva de las empresas que se enfrentan al imperativo de la innovación continua y de la adaptación constante a cambios en las condiciones del mercado globalizado. El conocimiento se erige en el elemento estructurador de esta nueva economía no sólo como *output* en términos de innovación y nueva tecnología sino también como *input* en el proceso de producción (AMIN & COHENDET, 2004).

La evolución conjunta de estos macroprocesos ha impulsado la formación de una estructura productiva en la que los mercados de capitales, la tecnología, la información o la gestión de las principales empresas y de sus redes auxiliares están cada vez más integrados ya sea a través de empresas multinacionales, de redes de empresas u otros mecanismos de intercambio, y en la que la actividad económica se desarrolla simultáneamente en diferentes escalas territoriales fuertemente integradas entre sí y articuladas globalmente. La interdependencia de estos procesos supone además que en esta economía del conocimiento las actividades dominantes están articuladas globalmente pero mediante redes, flujos y circuitos que permanecen anclados social y territorialmente (SASSEN, 1994). El fundamento de esta dinámica de *glocalización* (SWYNGEDOUW, 1997) es la territorialidad del conocimiento y la innovación, esto es, su dependencia de un conjunto de mecanismos sociales, culturales e institucionales específicos y localizados, un aspecto que revalida la importancia de la proximidad y la aglomeración en la generación y difusión de las innovaciones y que está en la base del reconocimiento de la dimensión estratégica de ciudades y regiones en el marco de la globalización (BORJA & CASTELLS, 1997; STORPER, 1995a, 1997).

Este artículo sitúa la aparición de la sociedad del conocimiento como contexto general de la nueva economía y su relación con el desarrollo de nuevas territorialidades y estrategias de intervención urbana y regional. En la primera sección se presenta una caracterización de la economía del conocimiento y su estructura productiva y laboral. La segunda sección analiza la relación entre los procesos de innovación, competitividad y nuevas territorialidades. La

tercera sección analiza los cambios en las estrategias para el desarrollo de territorios inteligentes. Y, por último, la cuarta sección aborda algunos aspectos relacionados con las ciudades creativas y la nueva gobernanza urbana.

2. SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO Y ECONOMÍA CREATIVA

El surgimiento de la sociedad del conocimiento, y en particular de la economía del conocimiento, ha sido explicado a partir de tres procesos. El primero se refiere al incremento en la intensidad del conocimiento en los distintos sectores y ramas de actividad debido sobre todo al desarrollo de las tecnologías de la información y del conocimiento (TIC) y al fuerte desarrollo tecnológico. El segundo proceso guarda relación con la globalización que se ha producido en cuatro ámbitos distintos: la globalización tecnológica y de la información, la globalización financiera, la globalización del comercio y la globalización de las empresas. El tercer proceso remite a las formas de incorporación del conocimiento especializado en las organizaciones y su importancia para los resultados de las empresas y economías.

La interacción de estos procesos ha dado lugar al menos a dos importantes cambios estructurales en las sociedades actuales. En primer lugar, ha provocado una modificación en la estructura productiva de las economías. El conocimiento y la innovación se han difundido a lo largo de todos los ámbitos de actividad, aumentando la importancia relativa de las ramas de actividad económica más intensivas en conocimiento. La segunda pauta de cambio está relacionada con una profunda reorganización del mercado de trabajo que ha alterado la composición de la mano de obra favoreciendo a los trabajadores de mayor cualificación en detrimento de los menos cualificados.

2.1. Intensidad de conocimiento de los productos y servicios y del proceso productivo

En relación con el primero de los cambios, se observan dos pautas fundamentales de

transformación en la estructura productiva: por una parte, la creciente terciarización de la economía y, por otra, un aumento de la productividad industrial. La dinámica de terciarización económica se ha desarrollado de forma paulatina a lo largo de casi medio siglo pero a medida que la sociedad del conocimiento avanza una mayor proporción de las actividades de producción y consumo tiene lugar en este sector. El cambio técnico ha facilitado el desarrollo de nuevos servicios basados en el uso de las TIC y, aún más importante, ha contribuido a generar incrementos de productividad en la economía que se han traducido en patrones de consumo orientados a servicios más diferenciados¹.

Ahora bien, este proceso de terciarización no es independiente de la dinámica de transformación de la industria sino consecuencia, en gran medida, de la creciente utilización por parte de ésta de servicios especializados externos. La terciarización de la economía refleja, en gran medida, esa creciente integración de los servicios en el sistema productivo (CUADRADO, 1989). Esta evolución hace que la línea divisoria entre industria y servicios tienda a ser cada vez más difusa y pone definitivamente en cuestión la utilidad de las clasificaciones sectoriales tradicionales. Los cambios ocurridos dentro de la industria deben, por tanto, entenderse en el marco de la dinámica de creciente integración industria-servicios o *terciarización industrial*. En efecto, aunque la industria ha ido perdiendo posiciones en términos de valor añadido y empleo, todas sus ramas de actividad han registrado intensos procesos de innovación y su segmento de alto contenido tecnológico (informática, electrónica, aeroespacial y farmacéutica) se ha expandido en muchos países. Los incrementos en términos de valor añadido han sido, en general, superiores a los incrementos de empleo lo que, a su vez, refleja un importante crecimiento de la productividad industrial.

Pero, aunque los procesos de terciarización constituyen un rasgo destacado de la evolución hacia una economía más inmaterial, basada de manera creciente en el aprovechamiento de factores intangibles, la información y el conocimiento, la caracterización de la economía del conocimiento no se limita a los cambios intersectoriales propios de la terciarización y el mayor peso de los servicios avanzados, intensivos en conocimiento. La noción de economía del conocimiento incorpora una dimensión más transversal vinculada al surgimiento de un nuevo modo de producción en el que la información y el conocimiento —las tecnologías de la información y la comunicación constituyen factores productivos decisivos, junto al capital y al trabajo, y son la fuente principal de productividad y crecimiento (CASTELLS, 1996)². La generalización del uso de las TIC es un componente fundamental en la transición hacia una economía del conocimiento pero lo que resulta decisivo es la capacidad de aprendizaje de las personas, de las organizaciones, de las redes y de los territorios (LUNDVALL, 1992).

La OCDE (1996a, b) propone un concepto amplio de economía basada en el conocimiento que tenga en cuenta no solo las actividades económicas que *desarrollan* intensivamente nuevas tecnologías sino también aquellas que *usan* intensivamente dichas tecnologías. Esta definición supone un avance importante en relación con la concepción más tradicional que considera como actividades intensivas en conocimiento sólo las industrias manufactureras de alta tecnología (aeroespacial, informática, electrónica, farmacéutica), es decir, los productores de tecnología sin tener en cuenta sus usuarios. Por ejemplo, numerosas empresas que no pertenecen al segmento de alta tecnología como las ramas de plásticos, vehículos, textiles, o química, están adoptando de manera creciente técnicas de producción intensivas en tecnología. Y,

¹ La expansión del sector servicios está bien documentada estadísticamente; en el área de la OCDE, cerca de dos tercios de la actividad económica tiene lugar en el sector servicios.

² En la misma línea, la noción de “sociedad de la información” hace referencia a un nuevo modelo de organización social asociado a estos cambios en las estructuras técnicas y productivas, en la planificación de la educación y la formación, en la organización (gestión del conocimiento) y el trabajo (trabajo de conocimiento) (ver KRÜGER, 2006). Algunos autores (ver

HEIDENREICH, 2003, citado en KRÜGER) cuestionan el uso de este término para caracterizar la sociedad actual con el argumento de que el conocimiento es un factor indispensable para la existencia de cualquier sociedad. La generalización del uso de este término debe al menos tanto a su utilidad para describir los procesos de transformación socioeconómica como a su adopción por organismos como la OCDE o la propia Comisión Europea como recurso discursivo en la promoción de estrategias y políticas concretas.

aunque sus productos no son en sí mismos de alta tecnología la tecnología es clave para su producción. Además, en estas industrias consideradas como de bajo contenido tecnológico también existen empresas innovadoras que utilizan intensamente el conocimiento técnico y las infraestructuras científicas y tecnológicas.

Por su parte, el sector servicios se está convirtiendo en un importante usuario e incluso creador de nuevas tecnologías. Las TIC están presentes en la mayoría de los servicios especialmente en las comunicaciones y las finanzas, seguros y

servicios a las empresas. Pero, al igual que sucede con algunas ramas industriales consideradas de baja intensidad tecnológica, las definiciones convencionales de la economía del conocimiento tampoco incluyen sectores como el comercio entre las industrias intensivas en conocimiento a pesar de que este sector es un gran usuario de estas tecnologías de la información y de las comunicaciones.

La FIG. 1 muestra las ramas de actividad económica, industria y servicios, consideradas intensivas en conocimiento, tomando como base la clasificación propuesta por la OCDE.

FIG. 1. Ramas de actividad intensivas en conocimiento

Ramas de actividad	CNAE-93
INDUSTRIA	
Nivel tecnológico alto	
Aerospacial	353
Productos farmacéuticos	244
Máquinas de oficina y equipos informáticos	30
Material electrónico; aparatos de radio, televisión y comunicaciones	32
Equipos e instrumentos médico-quirúrgicos y de precisión	33
Nivel tecnológico medio-alto	
Maquinaria y material eléctrico	31
Vehículos de motor	34
Productos químicos, excepto farmacéuticos	241, 242, 243, 245, 246, 247
Otro material de transporte	352, 354, 355
Maquinaria y equipo mecánico	29
SERVICIOS	
Telecomunicaciones	642
Intermediación financiera (exc. Seguros y planes de Pensiones)	65
Seguros y Planes de Pensiones	66
Actividades Auxiliares de Intermediación	67
Actividades informáticas	72
Investigación y Desarrollo (ciencias naturales y técnicas)	731
Investigación y Desarrollo (Ciencias sociales y humanidades)	732
Actividades jurídicas	7411
Actividades de contabilidad, auditoría y asesoría fiscal	7412
Estudios de mercado	7413
Consulta y asesoramiento en dirección y gestión empresarial	7414
Gestión de Sociedades de Cartera (Holding)	7415
Servicios técnicos de arquitectura, ingeniería y otros	742
Ensayos y análisis técnicos	743
Publicidad	744
Selección y colocación del personal	745
Actividades de fotografía	7841
Enseñanza superior	803
Actividades sanitarias	851
Actividades cinematográficas y de vídeo	921
Actividades de radio y televisión	922
Otras actividades artísticas y de teatro	923
Actividades de agencias de noticias	924
Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales	925

Fuente: Elaboración propia a partir de OCDE (1996a, b) y CNAE-93.

Hay que tener en cuenta, no obstante, que los procesos de innovación se extienden a través del conjunto de actividades económicas, independientemente de su nivel de intensidad en el uso del conocimiento. El nivel de competitividad de los sectores más o menos intensivos en conocimiento depende de los niveles de innovación que se producen o aplican en el seno de los mismos.

Una clasificación alternativa es la que utiliza Eurostat que incluye ramas industriales y de las comunicaciones de tecnología alta y media, pero distingue además cuatro categorías dentro de los servicios de conocimiento: servicios de alta tecnología (I+D y computación), servicios financieros, servicios de conocimiento comerciales (comunicaciones, viajes y servicios a las empresas) y otros servicios de conocimiento (salud, educación, y servicios culturales y de ocio). Esta clasificación de Eurostat es más amplia puesto que incluye algunas actividades de servicios no recogidas en la clasificación de la OCDE.

Por otra parte, en los últimos años, el énfasis en la centralidad del conocimiento, la innovación y la capacidad de aprendizaje se ha visto acompañado por un creciente interés en el papel de la creatividad como componente básico de la innovación. La creatividad, en este contexto, se refiere a la capacidad para formular ideas nuevas y aplicarlas a la producción de bienes y servicios culturales. Inicialmente, el término “economía creativa” hace referencia a las actividades de carácter cultural, artístico y de comunicación relacionadas con el llamado conocimiento simbólico (creativo) (MACHLUP, 1962; FLORIDA, 2002). La importancia económica de estas industrias culturales o creativas ha sido reflejada en numerosos estudios y análisis, al igual que su potencial para actuar como motor de las estrategias de desarrollo local, urbano o regional (SCOTT, 2000; MARKUSEN, 2006; GERTLER, 2004).

Un aspecto relevante en la caracterización de la economía creativa y especialmente de la industria creativa, es su vinculación con aquellos sectores económicos que producen bienes que deben estar protegidos por leyes de propiedad intelectual en los que la ventaja competitiva se garantiza por medio de las patentes, el copyright, el diseño y el *trademark* (HOWKINS, 2001). Entre estas industrias se incluyen actividades como

publicidad, software, diseño, fotografía, cine, vídeo, arte, música, publicaciones, radio y TV, y videojuegos y también el arte y la arquitectura, así como las industrias que producen o venden patentes en sectores farmacéuticos, electrónicos, tecnologías de la información, diseño industrial, materiales químicos, ingeniería, aeronáutica y automoción en las que la actividad dominante es la de investigación y desarrollo en empresas comerciales, laboratorios y universidades.

Sin embargo, la noción de economía creativa ha evolucionado considerablemente hasta englobar todas las actividades científico-tecnológicas propias del conocimiento analítico (ciencia) o sintético (técnico) que, como veíamos anteriormente, caracterizan la economía del conocimiento. En efecto, economía creativa, economía del conocimiento o economía del aprendizaje tienden cada vez más a utilizarse indistintamente para describir “un conjunto de actividades interconectadas basadas en el conocimiento y que producen bienes y servicios intelectuales o artísticos tangibles y con un fuerte contenido creativo, valor económico y de mercado” (PNUD, 2008: 63). Esta definición del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo Humano destaca la importancia del capital intelectual y las interdependencias entre actividades muy diversas. Y, aunque el término de economía creativa es un concepto aún en formulación, no exento de ambigüedades y mucho menos de controversia (ver PECK, 2005), en los últimos años está siendo progresivamente adoptado no sólo para describir las actividades más dinámicas de la nueva economía, sino como eje articulador de políticas innovadoras para el desarrollo de las economías locales, urbanas y regionales (FLORIDA, 2004; SCOTT, 2000; CHRISTOPHERSON, 2004).

2.2. Reorganización del trabajo, mercado laboral y economía creativa

En relación con la modificación en la composición de la mano de obra, el segundo de los cambios estructurales asociados con el desarrollo de la economía del conocimiento, la tendencia principal es hacia una mayor demanda de trabajadores con capacidad de

generar ideas y conocimiento. Los cambios en la estructura ocupacional son un elemento distintivo de la evolución hacia una economía del conocimiento que se refleja en un aumento significativo de las categorías de mayor cualificación y un descenso de las ocupaciones que requieren menor cualificación. Las nuevas tecnologías reducen la necesidad de actividades rutinarias pero al mismo tiempo aumentan la complejidad de los procedimientos de producción, que requieren mayores cualificaciones. Por otra parte, las exigencias de nuevo conocimiento en la resolución de problemas son una fuente de transformación constante de la estructura ocupacional. En este sentido, el contenido del conocimiento codificado o tácito en diferentes ocupaciones es una variable importante puesto que, al menos en teoría, el conocimiento codificado podría ser reemplazado por un ordenador, un robot u otras tecnologías dado su carácter rutinario; el conocimiento tácito, no. Esta distinción en la naturaleza del conocimiento explica, en gran parte, diferencias en el potencial para sustituir algunas ocupaciones, así como el creciente nivel de complejidad de otras tareas. Para las empresas, disponer de sistemas eficaces y flexibles de formación y gestión del conocimiento pasa a ser un factor clave en el mantenimiento de su competitividad.

Precisamente, las características y composición de la fuerza de trabajo de una sociedad constituyen el elemento determinante en la conceptualización de economía creativa propuesta por FLORIDA (2002). Para este autor, la creciente proporción de “trabajadores creativos” en la estructura productiva de los países más avanzados es la manifestación más palpable de la emergencia de la nueva economía basada en el conocimiento. Desde este punto de vista, la economía creativa se relaciona fundamentalmente con los servicios, los sectores de alta intensidad de conocimiento y la producción artístico-cultural, esto es, una economía donde las artes y las ciencias se integran con la ecología urbana y con el avance de las TIC.

El interés por las cuestiones relacionadas con la creatividad y el talento surge, con comprensible naturalidad, de la visión sobre la centralidad del conocimiento, el aprendizaje y la innovación en la nueva

economía. El reconocimiento de que la capacidad de innovación no es algo etéreo o inmaterial, sino que se localiza físicamente en personas y en entornos territoriales subraya el valor estratégico de las personas, de las personas inteligentes, creativas, con talento, que son las que se considera que tienen las ideas innovadoras y que constituyen la “materia prima” de la nueva economía. La llamada “clase creativa” de Florida se constituye así en el factor esencial dinamizador de las industrias innovadoras.

En función de su intensidad creativa, Florida distingue dos segmentos dentro de esta “clase creativa”:

- a) el “núcleo-super-creativo” compuesto por personas ocupadas en el ámbito de la informática, matemáticas, arquitectura, las artes, la ciencia y la educación, y,
- b) los “profesionales creativos” que están ocupados en la gestión, administración y finanzas, los cuidados sanitarios y de salud y en los segmentos últimos de la distribución y comercialización (FLORIDA, 2002: 328).

La FIG. 2 recoge una clasificación de las ocupaciones creativas siguiendo la definición de Florida.

Ahora bien, qué ocupaciones se incluyen y cuáles no en la categoría de trabajadores del conocimiento sigue siendo objeto de continuos debates. La propuesta más habitual consiste en considerar trabajadores del conocimiento a los tres grupos situados en el nivel más alto de la jerarquía ocupacional, con formación superior y que desarrollan el tipo de empleos que habitualmente asociamos con industrias intensivas en conocimiento. El problema en este caso estriba en que estas categorías incluyen también un importante número de empleos que no pueden considerarse como de alta tecnología (por ejemplo, directores de pequeñas empresas y comercios). Por otra parte, segregar a los trabajadores en función del nivel de formación tiene el problema de que, aunque puede asumirse que los trabajadores del conocimiento tienen altos niveles de formación, no puede asumirse que los trabajadores con un elevado nivel de formación sean necesariamente trabajadores del conocimiento (BRINKLEY, 2006). Un análisis más ajustado de esta cuestión requiere una discusión en profundidad de las

FIG. 2. Ocupaciones creativas: la clase creativa

Núcleo supercreativo	
Ocupaciones matemáticas y de computación	15-0000
Ocupaciones de arquitectura e ingeniería	17-0000
Ocupaciones de ciencias sociales, físicas y de la vida	19-0000
Ocupaciones de educación, formación y biblioteconomía	25-0000
Ocupaciones de las artes, diseño, ocio, deportes y los media	27-0000
Profesionales creativos	
Ocupaciones de gestión	11-0000
Ocupaciones empresariales y operaciones financieras	13-0000
Ocupaciones legales	23-0000
Ocupaciones técnicas y prácticas del cuidado de la salud	29-0000
Gestión de venta y servicios comerciales de alto nivel	41-1000
	41-3000
	41-4000
	41-9000

Fuente: Elaboración propia a partir de FLORIDA (2003) y SOC 2000 (Standard Occupational Classification, USA).

habilidades y capacidades humanas aplicadas en diferentes procedimientos vinculados a la producción y aplicación de conocimiento en distintas categorías ocupacionales.

3. INNOVACIÓN, COMPETITIVIDAD Y NUEVAS TERRITORIALIDADES

La economía creativa constituye el núcleo productivo de la sociedad del conocimiento; una sociedad en la que la capacidad para generar, apropiar y utilizar el conocimiento se ha convertido en el factor principal del dinamismo y motor del desarrollo socioeconómico. En esta economía basada en el conocimiento, la innovación se erige en el principio organizativo fundamental de la actividad productiva en la medida en que es el mecanismo principal para asegurar la competitividad de empresas y territorios. La importancia estratégica de la innovación en la nueva economía se vincula al hecho de que en la actualidad la competencia estática basada en costes relativos menores y un uso eficiente de los factores productivos ha sido sustituida en gran medida por nuevas formas de la competencia que se basan en un uso más productivo de los factores, lo que exige una dinámica de innovación continua (PORTER, 1998a). El imperativo de la innovación aparece entonces como un rasgo constitutivo de las nuevas formas de la competencia globalizada en la economía del conocimiento.

El reconocimiento de la centralidad de la innovación ha estimulado, a lo largo de las últimas décadas, un intenso y rico debate en las ciencias sociales que ha dado lugar a un enfoque teórico renovado en el que la innovación se define como un proceso dinámico, esencialmente endógeno, fuertemente contextualizado y localizado. En esta perspectiva, la innovación se concibe como un proceso de aprendizaje interactivo y relacional en el que participan un conjunto amplio de agentes que se relacionan a través de una variedad de mecanismos y rutinas institucionales y de convenciones sociales que son específicas a cada entorno cultural e institucional (LUNDEVALL, 1992; MALMBERG & MASKELL, 2002). Además, los procesos de aprendizaje interactivo 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 & MALMBERG, 1998).

Una buena parte del conocimiento productivo e innovador se desarrolla no tanto a partir del conocimiento científico o técnico codificado sino del conocimiento generado en la práctica de la vida social por comunidades creativas muy diversas y por lo tanto se halla vinculado sólo indirectamente con la producción científica (MOULAERT & NUSSBAUMER, 2005). Este conocimiento tácito es un determinante endógeno 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 (LUNDVALL, 1992). El carácter contextual del aprendizaje interactivo implica entonces que los procesos de aprendizaje son esencialmente endógenos y no pueden ser entendidos independientemente de ese contexto cultural e institucional específico y que la innovación —y por ende la competitividad— es un proceso enraizado social y territorialmente y por tanto necesariamente localizado (MORGAN, 1997; COOKE & MORGAN, 1998; STORPER, 1997, 1998). En definitiva, la ventaja competitiva se crea y sostiene a través de procesos localizados que tienen como fundamento la existencia de una infraestructura de conocimiento localizada.

En este marco, la competitividad territorial se concibe como el éxito con el que las regiones y las ciudades construyen ventajas con respecto a otras. Esto puede hacer referencia a la participación en los mercados de exportación (nacionales y, especialmente, internacionales); a la capacidad para atraer inversión (sea esta privada o pública, foránea o extranjera) y mano de obra, mediante la atracción de trabajadores cualificados, empresarios y personas creativas que posibiliten entornos innovadores en los mercados de trabajo; o a la generación de tecnologías mediante la atracción de actividades de innovación (BUDD & HIRMIS, 2004). Así, para STORPER (1997: 20), la competitividad territorial es “la capacidad de una economía (regional o urbana) para atraer y mantener empresas con una participación estable o creciente en el mercado de una determinada actividad, al tiempo que se mantienen o se incrementan los niveles de calidad de vida para aquellos que participan en dicha actividad”.

Una aspecto relevante de la noción de competitividad territorial se refiere a la proximidad, es decir, la idea de que la ventaja

competitiva se crea y se mantiene a través de procesos geográficamente concentrados en el territorio (PORTER, 2003). El concepto de cluster, popularizado por Porter para describir procesos de aglomeración industrial y territorial³, plantea que la ventaja competitiva regional surge de la presencia y dinámica de un conjunto de actividades geográficamente próximas, o agrupadas (*cluster*), entre las que se produce una intensa rivalidad y competencia local, un suministro favorable de recursos productivos, una demanda local dinámica y una red de empresas suministradoras y de apoyo. Para Porter, cuanto mayor sea la proximidad en el seno de estos clusters industriales, más intensas serán las interrelaciones entre los denominados cuatro componentes del “diamante de la competitividad”⁴ y, por tanto, más productiva será la región. Los aspectos clave para la formación de estos clusters son el nivel de enraizamiento social (*embeddedness*), la existencia de redes sociales que faciliten los procesos económicos, el capital social y las estructuras institucionales (PORTER, 1998a, b, 2000, 2001a, b, 2003).

BOSCHMA (2005), por su parte, presenta una interesante revisión crítica en relación con el impacto de la proximidad geográfica sobre los procesos de aprendizaje e innovación, concluyendo que la proximidad geográfica es sólo una de las cinco dimensiones de la proximidad que incluye la proximidad cognoscitiva, organizacional, social, institucional y geográfica, las cuales deben ser analizadas de manera interactiva. Otros autores relativizan el papel de la proximidad geográfica y sociocultural en la innovación y transferencia de conocimiento entre los agentes económicos y subrayan la importancia de la proximidad relacional u organizacional en la transferencia de conocimiento tácito (AMIN, 2002; AMIN & COHENDET, 2004). Desde este punto de vista, el espacio en el que las empresas operan no puede reducirse a una cuestión de escala geográfica, sino que debe incluir la red de

³ La aglomeración sectorial y territorial ha sido uno de los aspectos centrales desarrollados por el análisis regional y urbano. Desde Marshall a Isard, Perroux, etc., la economía regional y urbana ha prestado especial atención a estos procesos y su relación con la dinámica de desarrollo económico territorial.

⁴ El diamante de Porter incluye cuatro determinantes:

- a) condiciones de los factores;
- b) condiciones de la demanda;
- c) industrias relacionadas y de apoyo; y
- d) estrategia, estructura de la empresa y rivalidad.

A este diamante original se le añaden otros dos factores que influyen en todos los otros determinantes: el azar y el gobierno.

relaciones de esa empresa. La importancia de la región como espacio de proximidad geográfica, generador de marcos institucionales y culturales de los procesos de aprendizaje y producción de conocimiento, se contraponen a una visión del espacio de proximidad relacional en el que la empresa y la extensión espacial de sus relaciones (redes) se constituye en el centro de producción de conocimiento (BOSCHMA, 2005).

Por otra parte, CAMAGNI (2002), sugiere que las regiones compiten entre ellas para atraer empresas (capital) y trabajadores (trabajo), así como en los mercados, pero compiten en función de una *ventaja absoluta* en lugar de una ventaja comparativa. Una región posee ventajas competitivas absolutas cuando posee recursos tecnológicos, sociales, infraestructurales o institucionales que son externos pero que benefician a las empresas individuales de tal manera que no existe ningún conjunto de precios alternativos que induzca una redistribución geográfica de la actividad económica. Estos recursos tienden a otorgar a las empresas regionales, en conjunto, un nivel de productividad más alto del que se produciría en cualquier otra circunstancia.

Pero el concepto de competitividad territorial, regional, urbana, local, no puede reducirse sólo a la capacidad potencial para exportar o el superávit en la balanza comercial, o la mera producción de bienes, sino que engloba también un amplio abanico de inputs materiales e inmateriales y su movilidad: desde la vivienda hasta las infraestructuras pasando por las comunicaciones y las redes sociales (CELLINI & SOCI, 2002). DE LA MOTHE & MALLORY (2003) incorporan además una noción de competitividad territorial asociada al concepto de ventaja construida que hace hincapié en la capacidad de los agentes sociales y económicos para transformar el conocimiento localizado en factor de competitividad y desarrollo económico territorial. La ventaja competitiva de un territorio se construye a través del desarrollo interrelacionado de una serie de ámbitos: economía, gobernanza, infraestructura tecnológica, capital social y cultura. El desarrollo territorial no puede, por tanto, reducirse a la competitividad económica del territorio sino que es preciso incorporar una visión integral del desarrollo en el que los

procesos de innovación no se limitan a la competitividad económica sino que abarcan otras dimensiones de la dinámica territorial: la innovación orientada a satisfacer necesidades no resueltas por el mercado, y la innovación en las relaciones sociales y de la gobernanza comunitaria, es decir, la innovación social (MOULAERT & *al.*, 2000; MOULAERT & NUSSBAUMER, 2005).

En resumen, en la nueva economía de conocimiento, los conceptos de innovación, competitividad y territorio se entrecruzan y adquieren un nuevo significado. En esta economía del aprendizaje, la capacidad de innovación es el determinante principal de la ventaja competitiva de empresas y territorios. Pero, una parte importante de los procesos de aprendizaje están fuertemente anclados social y territorialmente lo que, paradójicamente, significa que en el marco de una economía globalizada la competitividad de las empresas y los territorios depende críticamente de un conjunto de factores localizados.

4. ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS PARA EL DESARROLLO DE TERRITORIOS INTELIGENTES

El reconocimiento de la territorialidad de los procesos de aprendizaje y producción del conocimiento convierte al contexto territorial en un elemento decisivo de la generación de ventajas competitivas o dinámicas que se construyen sobre todo a partir del conocimiento y de la innovación. El territorio se percibe como el espacio en el que se configura el marco institucional que sustenta estos procesos de aprendizaje y la producción de conocimiento que se refieren no sólo a las personas y a las empresas sino que afectan también de manera crucial a las instituciones y responsables políticos (HASSINK, 2005; OLBERTZ, 2002; PARASKEVOPOULOS, 2001). El componente crítico del dinamismo económico territorial es, en consecuencia, la capacidad de un entorno para inducir procesos interactivos de aprendizaje y dinámicas de innovación, convirtiéndolo en un determinante endógeno decisivo del nivel de competitividad de las empresas y los territorios (PORTER, 1990; STORPER, 1995b, 1997; COOKE & *al.*, 1998). En este sentido, se puede decir que los “territorios inteligentes”,

las “regiones que aprenden” son aquellos que han desarrollado redes asociativas locales y una capacidad de aprendizaje colectivo que les permite generar procesos evolutivos de adaptación y cambio a nuevas circunstancias a partir de los elementos potenciales que se encuentran en ese territorio (COOKE & MORGAN, 1998; CAPELLO & FAGGIAN, 2005; LAWSON & LORENZ, 1999; SIMMIE & *al.*, 2002; KEEBLE & *al.*, 1999; KEEBLE & WILKINSON, 1999; VEGARA & DE LAS RIVAS, 2004; ESTEBAN & *al.*, 2008).

En resumen, en el nuevo escenario de la economía creativa, la sociedad del conocimiento y el proceso de creciente globalización, el futuro económico de las ciudades y regiones se vincula a la competitividad territorial constituida en el fundamento del dinamismo territorial. La búsqueda de la competitividad territorial se transforma en una cuestión absolutamente central no sólo en el campo de las ideas y el análisis sino en el de la acción política territorial. La pregunta que se plantea es: ¿Cuáles son los factores claves de la competitividad regional y urbana? ¿Cómo diseñar políticas para mejorar la competitividad regional?

Desde el punto de vista de las políticas territoriales, si el objetivo prioritario es impulsar la competitividad territorial a distintas escalas entonces la cuestión principal consiste en identificar cuáles son los factores determinantes de la ventaja competitiva de ciudades y regiones y cómo diseñar políticas para mejorar la competitividad regional y urbana. Y, aunque el propio concepto de competitividad territorial no está exento de controversia (CAMAGNI, 2002), esto no ha impedido la puesta en marcha de políticas tendentes a potenciar la competitividad de ciudades y regiones, tratando de impulsar los distintos componentes (externalidades) que la literatura ha ido señalando como factores clave.

Durante tres décadas, de finales de los 50 a finales de los 70, la política de desarrollo regional tradicional se centró en actuar de manera prioritaria sobre las condiciones materiales, físicas, necesarias para la localización de actividades vinculadas al sector industrial, los factores “tangibles” de la industrialización territorializada. En este sentido, los ejes de actuación de la política

regional tradicional incluían desde los incentivos regionales a la creación de suelo industrial (parques empresariales, polígonos industriales, etc.), la inversión en infraestructuras de transporte (carreteras, ferrocarriles, puertos, aeropuertos, etc.) o de apoyo productivo (centros de formación, de transferencia tecnológica, etc.). La crisis económica y, sobre todo, los procesos de reestructuración industrial forzaron una revisión del enfoque de la industrialización periférica, polarizada e inducida del desarrollo regional hacia el desarrollo endógeno (VÁZQUEZ BARQUERO, 2003). El énfasis en los factores locales y el potencial endógeno de cada territorio se acompañó de una mayor atención a sectores no industriales, en particular los servicios, y a factores no tanto físicos sino humanos como la cualificación, la capacidad emprendedora, la tecnología, las redes sociales y empresariales, las instituciones, etc.

La reorientación de la política regional dio paso entonces a un nuevo enfoque en materia de intervención para la promoción económica y el desarrollo territorial vinculado a las nuevas perspectivas sobre los determinantes endógenos de la innovación y el crecimiento económico. La territorialidad de los procesos de innovación y el anclaje social de la competitividad constituyen el punto de partida para una revisión en profundidad de las estrategias, políticas e instrumentos de intervención sobre el territorio, la llamada segunda generación de políticas de desarrollo territorial. Cada vez más, en la literatura económica, la formación y evolución de estas externalidades *soft* o intangibles se consideran un elemento crucial para la dinámica competitiva de las regiones y ciudades. El concepto de activos relacionales introducido por STORPER (1998) apunta en una dirección similar: los flujos de conocimiento tácito, las externalidades (*spillovers*) tecnológicas, las redes de confianza y cooperación y los sistemas locales de normas y convenciones se consideran cuestiones clave para entender el comportamiento económico y la ventaja competitiva de una región.

DE LA MOTHE & MALLORY (2003) resumen estos nuevos factores de competitividad en:

- a) la habilidad de los agentes económicos y líderes regionales para transformar el

- conocimiento, las cualificaciones y los talentos de sus territorios en una ventaja sostenible;
- b) la existencia de líderes locales y regionales;
 - c) el nexo entre la industria y el gobierno con el objetivo de generación de riqueza en el territorio y de la creación de nuevos factores competitivos;
 - d) el desarrollo de investigación en relación con las capacidades regionales;
 - e) la integración del sistema de innovación regional y el mercado;
 - f) la habilidad de los lugares para desarrollar, atraer y retener personas creativas, que incluye instrumentos que atraigan el éxito y retengan el talento creativo) el acceso a una financiación inteligente (capital riesgo, inversiones extranjeras directas); y
 - g) una gran variedad de personas formadas.

En esta misma línea de valoración de los aspectos intangibles en el ámbito de las políticas urbanas, para FLORIDA (2003) y otros (GERTLER & *al.*, 2002), el elemento decisivo para *crear un entorno urbano creativo*, esto es competitivo, es el carácter social de las mismas y, en particular, la capacidad innovadora de su capital humano. Los lugares que ofrecen una mayor calidad de vida y que mejor acomodan la diversidad son los tienen más capacidad para atraer y retener el talento y los más eficaces en la generación de actividades económicas intensivas en tecnología. Las características que distinguen a estas aglomeraciones 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 abierta, tolerante con la diversidad y con una vida social dinámica y atractiva, abundante en cafés, clubes, 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 “tres T”: tecnología, talento y tolerancia.

El énfasis en los factores “intangibles” ha desplazado a un segundo término los factores más físicos y materiales del desarrollo económico territorial. Sin embargo, algunos autores sostienen que la propia existencia de estas redes de relación, confianza y cooperación dependen de redes físicas de infraestructuras (*hard*) en el ámbito, por ejemplo, de las infraestructuras de comunicación cuya localización se está convirtiendo también en un elemento de competitividad (MALECKI, 2002). Los lugares que concentran este tipo de factores tienden a constituirse en polos de atracción de talento, creatividad, innovación e inversión, en una especie de “círculo virtuoso” del desarrollo económico (FLORIDA, 1995, 2003). La consideración de las redes locales de conocimiento como elemento crucial de la competitividad territorial no debe, por tanto, infravalorar la importancia de factores claves del “hardware” del desarrollo territorial como las infraestructuras físicas o de apoyo productivo (VÁZQUEZ BARQUERO, 2003; MALECKI 2002).

Por otra parte, en muchas ocasiones, la competitividad a largo plazo puede que no dependa de factores locales y es claramente impredecible (BOSCHMA, 2004; MACKINNON & *al.*, 2002), especialmente en el marco de una economía cada vez más integrada globalmente. En este mismo sentido, HASSINK (2005) señala que no podemos olvidar que las “regiones que aprenden” están en la práctica necesariamente constreñidas por los impulsos provenientes de los sistemas de innovación internacional y de las redes de producción global. Desde esta perspectiva una estrategia para construir un proyecto de territorio inteligente no tendrá éxito si no tiene en cuenta el impacto de los sistemas nacionales e internacionales de innovación en los procesos de cooperación empresarial y en el comportamiento innovador. Además, es necesario prestar una atención especial al tipo de especialización sectorial y empresarial que existe y su inserción en los sistemas de producción global. Diferentes tipos de empresas/productos requieren distintos sistemas de innovación y la puesta en marcha de distintos procesos de aprendizaje.

A pesar del amplio debate sobre estas cuestiones (MARKUSEN, 2003a, 2003b; GRABHER & HASSINK, 2003; LAGENDIJK, 2003; PECK, 2003; HUDSON, 2003), parece existir un punto de acuerdo en que ambos factores que influyen en la productividad y, por tanto, en la competitividad territorial: no sólo son importantes los factores *hard* sino que también desempeñan un papel clave los factores *soft*. Aspectos como la calidad y cualificación de la mano de obra (capital humano), la extensión, profundidad y orientación de las redes sociales y formas institucionales (capital social/institucional), el nivel y calidad de los equipamientos y activos culturales (capital cultural), la presencia de una clase creativa e innovadora (capital creativo) y la escala y calidad de las infraestructuras públicas (capital infraestructural) son todos ellos igualmente importantes y sirven para apoyar y sostener, en forma de externalidades regionales, el funcionamiento de la base productiva de una economía regional (capital productivo) (KITSON & *al.*, 2004; DANIELZYK & WOOD, 2001). Algunos autores abogan por desarrollar una perspectiva 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 “desarrollo integrado de áreas” como ejes del desarrollo territorial (MOULAERT & *al.*, 2000; MOULAERT & NUSSBAUMER, 2005).

La definición de una estrategia más equilibrada que recupere la importancia relativa de factores exógenos y endógenos, tangibles e intangibles, locales y globales, está en la base de un nuevo giro en las estrategias de desarrollo territorial hacia una tercera generación de políticas territoriales que incorporan las dinámicas vinculadas al paradigma del conocimiento localizado con otras trayectorias de desarrollo territorial vinculadas a procesos de concentración y centralización globalizada (VÁZQUEZ BARQUERO, 1999, 2005). Las nuevas estrategias de desarrollo regional deberán tener en cuenta que la posición competitiva de una economía regional depende de un conjunto de factores, lo que no significa asumir que todos ellos operan o funcionan en la misma escala espacial o que pueden ser

potenciados de la misma manera en cualquier parte del territorio, una cuestión de máxima importancia a la hora de poner en marcha políticas y estrategias para impulsar la economía regional.

En este marco, las políticas para el desarrollo de territorios inteligentes ofrecen un marco estratégico novedoso en el cual la competitividad económica territorial no se concibe al margen de los objetivos de desarrollo social y sostenible. Esta vocación de integralidad es consustancial a la definición de territorios inteligentes propuesta por VEGARA & DE LAS RIVAS (2004) como:

“aquellos con capacidad para dotarse de un perfil propio apoyado en sus singularidades y sus componentes de excelencia. Un perfil competitivo para las actividades económicas, equilibrado socialmente y sostenible desde el punto de vista ambiental y cultural” (14).

Para estos autores, los territorios inteligentes son aquellos capaces de responder a los retos planteados por la economía del conocimiento y la competencia globalizada desde una perspectiva integrada que intenta encontrar un equilibrio entre los imperativos de la competitividad económica y las exigencias de cohesión social y sostenibilidad ambiental y cultural. Estos territorios se caracterizan por:

- a) disponer de un proyecto de futuro diseñado con la participación activa de los diversos sectores de la comunidad;
- b) incorporar una nueva sensibilidad y responsabilidad en relación con los problemas y oportunidades medioambientales
- c) capacidad para dotarse de los factores críticos necesarios para generar ventajas competitivas en el marco de la nueva economía globalizada;
- d) tener un fuerte compromiso con la cohesión y el desarrollo social;
- e) disponer de una estructura administrativa y política coherente de gobierno del territorio;
- f) capacidad para dialogar con el entorno territorial;
- g) fuerte compromiso con la investigación, el desarrollo e innovación (I+D+i); y
- h) capacidad de conexión y participación activa en redes que aportan posición estratégica.

Estas características permiten a los territorios inteligentes mejorar su capacidad de enfrentar y dar respuesta a problemas a través de procesos de aprendizaje colectivo basados en la participación y la interacción social (ver también ESTEBAN & *al.*, 2008).

En definitiva, en la sociedad del conocimiento, las estrategias para la promoción de territorios inteligentes deben adoptar una visión integrada de la competitividad territorial lo que en la actualidad significa vincular tres ámbitos interrelacionados entre sí para impulsar el desarrollo integral socioeconómico del territorio: en primer lugar, la capacidad de las empresas para vender sus productos en mercados externos competitivos (comercio), el valor de esos productos y la eficiencia con que son producidos (productividad); en segundo lugar, la competitividad está asociada a la utilización de los recursos locales de mano de obra, capital y recursos naturales (TUROK, 2004); y, en tercer lugar, el concepto de

competitividad incorpora junto con los aspectos relativos a la productividad y el empleo las cuestiones relativas al desarrollo sostenible en su concepción integral, es decir, el bienestar y cohesión social, la participación o sostenibilidad medioambiental (LOVERING, 2001; NORMAN, 2005; COMISIÓN EUROPEA, 2004).

Desde este punto de vista, la noción de sociedad del conocimiento y economía del conocimiento, del aprendizaje o creativa asume implícitamente un modelo de desarrollo sostenible en la medida en que la prosperidad económica, el crecimiento del empleo, la calidad de vida y un medio ambiente de calidad se consideran interdependientes, permitiendo superar enfoques reduccionistas del crecimiento económico. La sociedad avanzada del conocimiento debe integrar esta aproximación ambiental, económica, social y cultural. La FIG. 3 muestra los vectores de desarrollo desde una perspectiva integral.

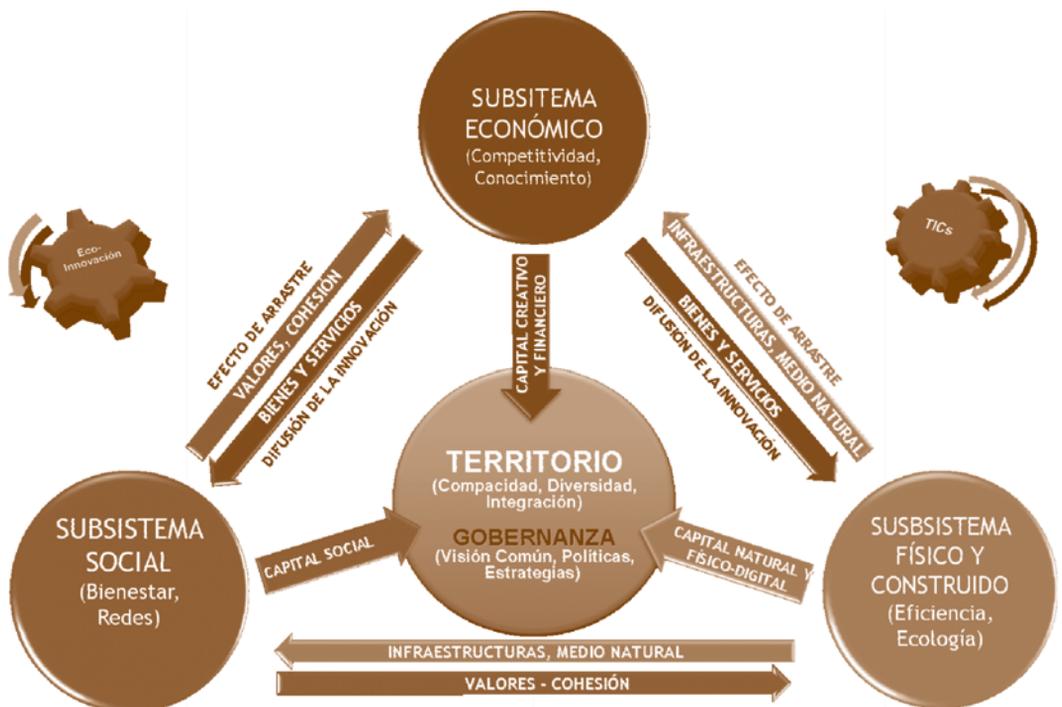


FIG. 3. Vectores de desarrollo en los territorios inteligentes

Fuente: Ugalde & Pérez, 2008.

5. CIUDADES CREATIVAS, NUEVA GOBERNANZA Y GESTIÓN DEL TERRITORIO

A escala urbana, el paradigma del aprendizaje localizado converge con interpretaciones clásicas de las ciudades como clusters de innovación, nuevas industrias y creatividad (MUMFORD, 1930, 1996; JACOBS, 1969, 1984; BAIROCH, 1988; HALL, 1998). Y, aunque la importancia de las ciudades como “incubadoras” de innovación y dinamismo no es ninguna novedad, en la nueva economía del conocimiento su importancia estratégica se ve reforzada en la medida en que se considera que los recursos favorables para la competitividad de las empresas, el conjunto de actores y agencias que constituyen los sistemas localizados de innovación, se encuentran con mayor frecuencia en las ciudades de mayor tamaño donde se concentra una mayor diversidad de economías de urbanización (BEGG, 1999). Asistimos así a un auténtico redescubrimiento del papel motor que las áreas urbanas desempeñan en la dinámica regional y la economía nacional (SASSEN, 2001).

En este contexto, el interés por el desempeño de las áreas urbanas ha dado lugar a un intenso debate que intenta captar la relación entre las ciudades y la competitividad urbana (JENSEN-BUTLER & *al.*, 1997; BEGG, 1999; BODDY & PARKINSON, 2004). Términos como competitividad urbana o ciudades competitivas se han colado no sólo en los debates teóricos sino en la agenda de políticos y urbanistas como un elemento de referencia de la nueva política urbana. Los determinantes de la competitividad urbana se asocian a un conjunto de factores específicos entre los que se incluyen: el capital humano, la diversidad económica, la especialización, la conectividad, la toma de decisiones estratégica, etc. En un esfuerzo de clarificación, KRESL (1995) diferencia entre dos tipos de factores: por una parte, los factores de tipo económico como las infraestructuras, la localización, la estructura económica y los equipamientos y, por otra, los factores estratégicos de naturaleza cualitativa, más difíciles de cuantificar y evaluar, como la eficacia gubernamental, la estrategia urbana, la cooperación público-privada y la flexibilidad institucional. En los últimos años se han incorporado a esta lista

otros factores como la cohesión social y territorial o la calidad de vida (LANDRY, 2000).

Por otra parte, la preocupación con la competitividad urbana se ha trasladado al ámbito político favoreciendo un realineamiento productivista de la política urbana con la búsqueda del crecimiento y la competitividad (RODRÍGUEZ & *al.*, 2001; MOULAERT & *al.*, 2003). Y, en la medida en que la fortuna de las ciudades se considera, cada vez más, dependiente del modo como éstas se articulen a la nueva economía global, el objetivo de la política urbana va a consistir prioritariamente en reforzar la capacidad de éstas para enfrentar con éxito la competencia global. La búsqueda de la competitividad se transforma así en el principal argumento de las políticas urbanas en la globalización y la política urbana en un instrumento clave de la gestión local de la economía global (BORJA & CASTELLS, 1997).

La respuesta más común por parte de las ciudades a esta dinámica ha sido el “urbanismo empresarial” orientado hacia la movilización de recursos y actores locales con el fin de maximizar la capacidad de atracción de la ciudad y el crecimiento urbano (HALL & HUBBARD, 1998; JESSOP, 1997; SWYNGEDOUW & *al.*, 2002). El enfoque empresarial en la intervención pública local remite a una visión “empresarial”, en el sentido schumpeteriano de crear/identificar oportunidades innovadoras de inversión y la asimilación por parte del sector público de los modos de funcionamiento del sector privado.

La agenda de la nueva política urbana incorpora no sólo el objetivo prioritario del crecimiento y la competitividad sino la movilización, además, de la política local para la revitalización económica. El creciente protagonismo de los gobiernos locales y regionales se asimila a una mayor implicación de éstos en la promoción económica tanto en términos cuantitativos como cualitativos, adoptando un estilo dinámico, proactivo y empresarial (JUDD & READY, 1986; HARVEY, 1989; LEITNER, 1990; FAINSTEIN, 1991). La noción de proactividad sugiere que el liderazgo del mercado y el sector privado es sostenido activamente por el sector público local a través de formas más directas de apoyo a la participación del sector privado. Ya no se trata tanto de minimizar las consecuencias negativas del crecimiento urbano mediante mecanismos de

redistribución; se trata de maximizar las oportunidades en un contexto de recursos reducidos y en condiciones de creciente competencia interterritorial (ALBRECHTS, 1992).

La reorientación estratégica hacia el “urbanismo empresarial” asume la existencia de la competencia interurbana y, en consecuencia, la búsqueda de ventajas competitivas tanto respecto de la producción como del consumo del urbanismo empresarial exige proyectar una imagen de ciudad dinámica e innovadora, estimulante y creativa capaz de competir con éxito por la atracción tanto de inversiones productivas y funciones direccionales como consumidores internacionales. La ciudad competitiva se empaqueta y vende como un producto más mediante estrategias de marketing urbano que proyectan una imagen de dinamismo, proactividad, atractividad, éxito, etc. (ASHWORTH & VOOGD, 1990). Y, aunque buena parte de lo que pasa por empresarialismo corresponde más a lo que LOVERING (1995) denomina “mercantilización”, es decir, un nuevo envoltorio para vender lo que ya existe, lo cierto es que la adopción de técnicas autopromocionales y publicitarias, de marketing urbano, es uno de los componentes característicos del urbanismo empresarial. La construcción de una nueva imagen de la ciudad, a la medida de las necesidades promocionales, se asocia con los esfuerzos por proyectar una identidad diferenciada a través de proyectos emblemáticos, eventos internacionales, festivales, etc. (BIANCHINI & PARKINSON, 1993; KEARNS & PHILO, 1993). El empresarialismo urbano asimila la ciudad a una empresa en competencia con otras (ciudades) y el marketing urbano y la gestión estratégica se convierten en instrumentos al servicio del objetivo de la competitividad resumida sintéticamente en la habilidad (diferencial) para atraer capital, empresas y visitantes y reposicionar la ciudad en la nueva jerarquía urbana.

Ahora bien, en los últimos años, algunos autores han planteado 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 es la presencia de actividad creativa (FLORIDA, 2000; LANDRY, 2000; GERTLER, 2004). BRADFORD (2002) identifica tres rasgos

básicos del entorno competitivo en las aglomeraciones urbanas más dinámicas: en primer lugar, la existencia de una infraestructura formal de conocimiento compuesta de recursos tecnológicos y científicos como universidades, laboratorios de investigación, institutos técnicos, organizaciones de transferencia de tecnología, redes de telecomunicaciones, etc., es decir, lo que hemos llamado anteriormente 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. Este factor está recibiendo una atención extraordinaria en los últimos años, convirtiéndose en la nueva piedra filosofal de las estrategias de desarrollo y regeneración urbana (FLORIDA, 2000; LANDRY, 2000; GERTLER, 2004; BRADFORD, 2002).

En una versión actualizada de la teoría del capital humano, el concepto de capital creativo se introduce como fundamento de la importancia de las personas creativas como fuerza motriz en el crecimiento económico urbano y regional. El capital creativo reside en las personas, de manera que la creatividad y el talento depositado en una mano de obra muy formada, altamente cualificada, constituye, desde este punto de vista, el núcleo fundamental de las industrias innovadoras. La creatividad, un intangible donde los haya, desplaza a los factores tradicionales del crecimiento económico territorial: materias primas, infraestructuras, suelo, redes de transporte, etc., como base del desarrollo urbano y regional. La mano de obra creativa se transforma en el principal activo de la ciudad/región.

La cuestión principal que se plantea entonces es *¿cómo crear un entorno urbano creativo?* Según este enfoque, para impulsar el desarrollo económico territorial ya no basta con atraer capital, empresas; se trata de atraer personas, pero no cualquier tipo de personas sino las personas con capacidad para mejorar la ventaja competitiva urbana, es decir, las personas creativas o con “talento”. Para FLORIDA (2003) y otros

(GERTLER & *al.*, 2002), 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 conocimiento.

La noción de “ciudad creativa” surge en la década de los 90 como una derivada del debate sobre innovación territorial y las regiones que aprenden aplicada a la escala urbana (FLORIDA, 1995). La ciudad creativa se refiere a localidades dinámicas, innovadoras donde fluyen ideas y donde personas de procedencias muy variadas convergen creando una comunidad cultural imaginativa y diversa. LANDRY (2000: 133) 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. 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 tienen que ver sobre todo con atributos y características de los lugares que los hacen especialmente atractivos para una clase creativa depositaria de “talento”. Sin embargo, 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 sienten atraídas hacia las comunidades y poblaciones donde se concentran otras

personas creativas que son similares en términos ocupacionales pero con identidades muy diversas.

En este marco, las ciudades más competitivas, de mayor dinamismo, serán aquellas que han sabido crear un entorno social abierto a la creatividad y la 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 de acuerdo con FLORIDA (2004). Pero estas sinergias sólo se dan en entornos localizados donde las personas “con talento” deciden, por tanto, trabajar y vivir. La ventaja competitiva de estas ciudades reside 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.

En resumen, en la sociedad del conocimiento, la clave de la competitividad de un territorio se encuentra no tanto en la habilidad para atraer empresas sino para atraer, retener y movilizar los recursos creativos incorporados en las personas creativas. 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 sólo el entorno empresarial (*business climate*), sino también el entorno de vida (*people's climate*). 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; la producción de la “ciudad creativa” exige nuevas estrategias grandes dosis de innovación y creatividad en sí misma. Es decir, para que la ciudad creativa se materialice como un nuevo territorio de prosperidad, es preciso una importante renovación de los instrumentos, enfoques y estrategias que han dominado la escena urbana en las dos últimas décadas (RODRÍGUEZ & VICARIO, 2006).

Por otra parte, los cambios en las prioridades de la agenda política territorial y, en particular, la prioridad dada a cuestiones relativas a la competitividad han ido acompañados de una creciente preocupación respecto de las estructuras políticas y administrativas para gobernar las ciudades y áreas metropolitanas. La nueva agenda territorial incorpora, en este sentido, innovaciones radicales en la instrumentación de la política urbana y en la promoción económica regional que se manifiestan en el desarrollo de nuevas formas de *gobernanza*, un aspecto clave de la reestructuración de la intervención pública en las ciudades y regiones (STOKER & YOUNG, 1993; LE GALÈS, 1995; HEALEY, 1997). El término “gobernanza urbana” ha sustituido, a lo largo de los últimos años, al de “gobierno urbano” para referirse a la creciente complejidad de la intervención pública en la ciudad y a la aparición de nuevas formas de gobierno, incorporando a las instituciones formales de los gobiernos locales, la participación de un conjunto de instituciones informales en el gobierno de la ciudad, incluyendo el sector privado, el sector voluntario y el ámbito doméstico.

Esta expansión de la esfera de la acción política implica la fragmentación de las decisiones de intervención local entre un abanico amplio de agencias públicas, semipúblicas y privadas, esto supone, además, que los gobiernos locales han dejado de ser el núcleo central de la integración material e ideológica de las relaciones urbanas y se han convertido en uno entre los muchos actores que intervienen en la gobernanza compitiendo, a menudo, por el control de la agenda territorial y el acceso a recursos (HEALEY & *al.*, 1995). Los cambios en las estructuras de gobierno incluyen procesos de descentralización y fragmentación de responsabilidades en la gestión urbana combinando la participación de distintas agencias locales, regionales, nacionales y supranacionales así como de una mayor implicación directa del sector privado y, en ocasiones, de la sociedad civil (MAYER, 1994). La dinámica de descentralización y transferencia de responsabilidades a nivel local forma parte de la reestructuración del estado nacional Fordista-Keynesiano. Con la crisis del Fordismo, el cuestionamiento de la capacidad de gestión del estado nacional y de

la viabilidad de las políticas Keynesianas de bienestar, la descentralización de poderes y funciones desde el estado central a las escalas local y regional se propone como una alternativa a la crisis de legitimidad.

Estos cambios en las estructuras de gobierno y administración a nivel urbano y metropolitano abren numerosos interrogantes respecto de los dominios de actuación, competencias, responsabilidades y compromisos públicos. Sin embargo, cabe señalar que la gobernanza es sobre todo un proceso y que aunque no es necesariamente contradictoria con la noción de gobierno incorpora elementos nuevos de gran importancia tanto en cuanto a las oportunidades como a los riesgos. Si por gobierno se entiende lo relacionado con las actividades desarrolladas por las autoridades “formales”; por gobernanza se entienden las actividades que se sustentan sobre objetivos compartidos entre los actores implicados. Pero, ¿qué objetivos pueden compartirse entre actores públicos (poderes y sociedad civil) y privados? Siguiendo a ROMERO & FARINÓS (2004), podemos decir que uno de los objetivos de la nueva gobernanza urbana es precisamente articular un consenso organizacional involucrando al sector privado con el objetivo del desarrollo económico territorial, llegar a acuerdos sobre la contribución de cada socio (mejor decir *partner*) para conseguir los objetivos concretos previamente definidos, acordar una visión común para el futuro de su territorio (ser capaces de acordar una estrategia territorial). Esta última opción, una gobernanza territorial, es la que resulta más compleja, pero también con mayor potencial, entroncando directamente con los objetivos no sólo de mayor desarrollo económico territorial, sino de mayor democracia, participación y desarrollo social.

6. CONCLUSIÓN

Los nuevos tiempos vienen marcados por la importancia del conocimiento, el aprendizaje, la creatividad y la innovación como fuerzas motoras del desarrollo económico y territorial. Los territorios inteligentes, las regiones que ganan, la ciudad creativa son algunos de los términos utilizados para expresar 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 preciso poner en marcha iniciativas que mejoren la capacidad innovadora de los lugares atrayendo y potenciando los sectores sociales y el capital humano y territorial adecuado. El término de “economía creativa” captura esta visión de una nueva era de la creatividad y de nuevos espacios urbanos adaptados para enfrentar los retos de una economía basada en la competitividad generada por la innovación. En el centro de este argumento se encuentran dos ideas interrelacionadas: una, que la capacidad de innovación y producción de conocimiento es la base de la productividad y competitividad de las empresas y los territorios y, por ello un determinante decisivo endógeno del dinamismo de las empresas y de los territorios; y, dos, que el territorio —regiones, ciudades, localidades— 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; el territorio como fuente de economías externas clave para la competitividad empresarial. Así pues, en la sociedad del conocimiento, innovación, competitividad y territorio adquieren un nuevo significado (se entrelazan). La territorialidad del aprendizaje e innovación y el enraizamiento social e institucional de la competitividad está en el origen del concepto de competitividad territorial, eje vertebrador del territorio inteligente.

La nueva ortodoxia de la intervención sobre el territorio subraya la importancia de impulsar la innovación, la creatividad, la producción de conocimiento y de este modo reforzar la ventaja competitiva territorial. No obstante, las estrategias para el desarrollo de territorios inteligentes exigen ir más allá de una noción restringida de competitividad que prima los aspectos estrictamente económicos e incorporar una perspectiva amplia del desarrollo territorial que integre las dimensiones sociales, ambientales y culturales.

En el contexto de la nueva economía del conocimiento, la pregunta del *¿cómo?* exige poner patas arriba algunas de las ideas fundamentales de la ortodoxia tradicional de la economía y la política territorial; en la nueva era de la creatividad ya no basta con atraer capital, empresas (el *tool-kit* tradicional del desarrollo regional), para mejorar la capacidad innovadora (y la competitividad) de las ciudades y las regiones es preciso crear, atraer y retener los sectores sociales y el capital humano con formación y capacidad para generar innovaciones, desarrolla industrias intensivas en tecnología y es el motor del crecimiento económico. La producción de nuevos espacios urbanos adaptados a las necesidades de la comunidad creativa es esencial para la prosperidad de ciudades y regiones. Pero estos espacios no son tan sencillos de reproducir; se necesita un nuevo *tool-kit* para innovadores urbanos que incluya, entre otros, una nueva perspectiva de la intervención urbana, nuevas formas de gobernanza, nuevos tipos de incentivos y la provisión de recursos culturales diversos.

BIBLIOGRAFÍA

- ALBRECHTS, L. (1992): “New challenges for urban policy under a flexible regime of accumulation”, *Landscape and Urban Planning*, vol. 22 (2-4): 189-203.
- AMIN, A. (2002): “Spatialities of Globalisation”, *Environment and Planning A*, 34: 385-399.
- & P. COHENDET (2004): *Architectures of Knowledge. Firms, Capabilities, and Communities*, Oxford University Press, Oxford.
- ASHWORTH, G. J. & H. VOOGD (1990): *Selling the City*, Belhaven Press, Londres.
- BAIROCH, P. (1988): *Cities and Economic Development*, University of Chicago Press.
- BEGG, I. (1999): *Urban Competitiveness. Policies for dynamic cities*, Policy Press, Londres.
- BIANCHINI, F. & M. PARKINSON (1993): *Cultural Policy and Urban Regeneration: the West European Experience*, Manchester University Press, Manchester.
- BODDY, M. & M. PARKINSON (eds.) (2004): *City Matters: Competitiveness, Cohesion and Urban Governance*, Policy Press, Bristol.
- BORJA, J. & M. CASTELLS (1997): *Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de la información*, Taurus, Madrid.
- BOSCHMA, R. A. (2004): “Competitiveness of Regions from an Evolutionary Perspective”, *Regional Studies*, vol. 38, 9: 1001-1014.
- (2005): “Proximity and Innovation: A Critical Assessment”, *Regional Studies*, 39 (1): 61-74.

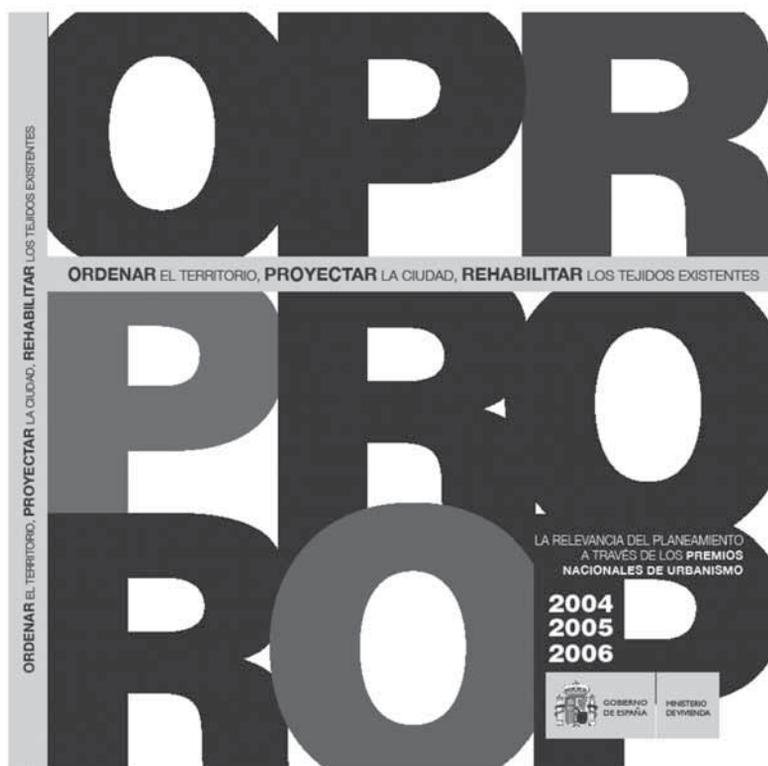
- BRADFORD, N. (2004): "Creative Cities Structured Policy Dialogue Backgrounder", Ottawa: Canadian Policy Research Networks, Project F-115.
- BRINKLEY, I. (2006): *Defining the Knowledge Economy*, The Work Foundation, Londres.
- BUDD, L. & A. K. HIRMIS (2004): "Conceptual Framework for Regional Competitiveness", *Regional Studies*, vol. 38 (9): 1015-1028.
- CAMAGNI, R. (2002): "On the Concept of Territorial Competitiveness: Sound or Misleading?" *Urban Studies*, 39 (13): 2395-2411.
- CAPELLO, R. & A. FAGGIAN (2005): "Collective Learning and Relational Capital in Local Innovation Processes", *Regional Studies*, vol. 39, 1: 75-87.
- CASTELLS, M. (1996): *La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. La Sociedad en Red*, Alianza Editorial, Madrid.
- CELLINI, R. & A. SOCI (2002): "Pop competitiveness", *Banca Nazionale del Lavoro, Quarterly Review*, 55 (220): 71-101.
- CHRISTOPHERSON, S. (2004): "Creative Economy Strategies for Small and Medium Size Cities: Options for New York State". paper prepared for the Quality Communities Marketing and Economics Workshop, abril 20, Albany, Nueva York.
- COMISIÓN EUROPEA (2004): *Tercer Informe sobre la Cohesión Económica y Social. Una Nueva Asociación para la Cohesión: Convergencia, Competitividad y Cooperación*, Bruselas, CE.
- COOKE, P. & K. MORGAN (1998): *The Associational Economy: Firms, Regions and Innovation*, Oxford University Press, Oxford.
- CUADRADO, J. R. (dir.) (1989): *Los servicios a empresas en el País Vasco*, Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, Vitoria-Gasteiz.
- DANIELSYK, R. & G. WOOD (2001): "On the Relationship Between Cultural and Economic Aspects of Regional Development: Some Evidence from Germany and Britain", *European Planning Studies*, 9(1): 69-83.
- DE LA MOTHE, J. & G. MALLORY (2003): "Industry-Government Relations in a Knowledge-Based Economy: the Role of Constructed Advantage", *PRIME Discussion Paper*, 02-03, University of Ottawa, Program of Research in Innovation Management & Economy.
- ESTEBAN, M. & I. UGALDE & A. RODRÍGUEZ & A. ALTUZARRA (2008): *Territorios Inteligentes: Dimensiones y Experiencias Internacionales*, Netbiblo, La Coruña.
- FAINSTEIN, S. (1991): "Promoting economic development. Urban planning in the United States and Great Britain", *Journal of the American Planning Association*, 57(1): 22-33.
- FLORIDA, R. (1995): "Toward the Learning Region", *Futures*, 27: 527-536.
- (2000): *The Geography of Talent*, Mimeo, Carnegie Mellon University, Pittsburgh.
- (2003): *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, Nueva York.
- (2004): *Cities and the Creative Class*, Routledge, Nueva York.
- GERTLER, M. (2004): "Creative Cities: What are they for, How do they work, and How do we Build Them?", *CPRN/RCRP. N.º. F/48*. <http://www.cprn.org>.
- & R. FLORIDA & G. GATES & T. VINODRAI (2002): "Competing on Creativity: Placing Ontario's Cities in North American Context", a report prepared for the Ontario Ministry of Enterprise, Opportunity and Innovation and The Institute for Competitiveness and Prosperity www.urban.org/UploadedPDF/410889_Competing_on_Creativity.pdf.
- GRABHER, G. & R. HASSINK (2003): "Fuzzy Concepts, Scanty Evidence, Policy Distance? Debating Ann Markusen's Assessment of Critical Regional Studies", *Regional Studies*, 37 (6 & 7): 699-700.
- HALL, T. & P. HUBBARD (1998a): *The Entrepreneurial City*, John Wiley, Chichester.
- (1998b): *Cities in Civilization*, Weidenfeld & Nicolson, Londres.
- HARVEY, D. (1989): "From managerialism to entrepreneurialism: the transformation of urban governance in late capitalism", *Geografiska Annaler B*, 71: 3-17.
- HASSINK, R. (2005): "How to Unlock Regional Economies from Path Dependency? From Learning Region to Learning Cluster", *European Planning Studies*, 13(4): 521-535.
- HEALEY, P. (1997): *Collaborative Planning. Shaping places in fragmented societies*, Macmillan, Londres.
- & S. CAMERON & S. DAVOUDI & S. GRAHAM & A. MADANIPOUR (eds.) (1995): *Managing Cities. The New Urban Context*, Wiley, Londres.
- HOWKINS, J. (2001): *The Creative Economy. How People Make Money from Ideas*, Penguin, Nueva York.
- HUDSON, R. (2003): "Fuzzy Concepts and Sloppy Thinking: Reflections on Recent Developments in Critical Regional Studies", *Regional Studies*, 37(6 & 7): 741-746.
- JACOBS, J. (1969): *The Economy of Cities*, Random House, Nueva York.
- (1984): *Cities and the Wealth of Nations*, Random House, Nueva York.
- JENSEN-BUTLER, C & A. SACHAR & J. VAN WESEPE (1997): *European Cities in Competition*, Aldershot, Inglaterra.
- JESSOP, B. (1997): "The entrepreneurial city: re-imagining localities, redesigning economic governance, or restructuring capital?", en N. JEWSON & MACGREGOR (eds.): *Transforming Cities, Contested Governance and New Spatial Division*, Routledge, Londres.
- JUDD, D. & R. READY (1986): "Entrepreneurial cities and the new politics of economic development", en G. PETERSON & C. LEWIS (eds.): *Reagan and the Cities*, Urban Institute Press, Washington.
- KEARNS, G. & C. PHILO (eds.) (1993): *Selling Places: the City as Cultural Capital, Past and Present*, Pergamon, Oxford.
- KEEBLE, D. & al. (1999): "Collective Learning Processes, Networking and 'Institutional Thickness' in the Cambridge Region", *Regional Studies*, vol. 33, 4: 319-332.

- KEEBLE, D. & F. WILKINSON (1999): "Collective Learning and Knowledge Development in the Evolution of Regional Clusters of High Technology SMEs in Europe", *Regional Studies*, 33(4): 295-303.
- KITSON, M. & R. MARTIN & P. TYLER (2004): "Regional Competitiveness: An Elusive yet Key Concept?", *Regional Studies*, vol. 38, 9: 991-999.
- KRÜGER, K. (2006): "El Concepto de 'Sociedad del Conocimiento'", *Biblio 3W-Geo Crítica*, X(683), <http://www.ub.es/geocrit/b3w-683.htm>.
- LAGENDIJK, A. (2003): "Towards Conceptual Quality in Regional Studies: The Need for Subtle Critique - A Response to Markusen", *Regional Studies*, 37 (6 & 7): 719-727.
- LANDRY, C. (2000): *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, Earthscan, Londres.
- & P. BIANCHINI (1995): *The Creative City*, Demos/Comedia, Londres.
- LAWSON, C. & E. LORENZ (1999): "Collective Learning, Tacit Knowledge and Regional Innovative Capacity", *Regional Studies*, 33 (4): 305-317.
- LE GALES, P. (1995): "Regulations and Governance in European Cities", *International Journal of Urban and Regional Research*, 20 (2): 217-237.
- LEITNER, H. (1990): "Cities in pursuit of economic growth. The local state as entrepreneur", *Political Geography Quarterly*, 13 (4): 551-565.
- LOVERING, J. (1995): "Creating discourses rather than jobs: the crisis in the cities and the transition fantasies of intellectuals and policy makers", en P. HEALEY & al. (eds.): *Managing Cities. The New Urban Context*, Wiley, Londres.
- (2001): "The Coming Regional Crisis (And How to Avoid It)", *Regional Studies*, 35 (4): 349-354.
- LUNDVALL, B. (ed.) (1992): *National Systems of Innovation. Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*, Pinter, Londres.
- MACHLUP, F. (1962): *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*, Princeton University Press, Princeton.
- MACKINNON, D. & al. (2002): "Learning, innovation and regional development: a critical appraisal of recent debates", *Progress in Human Geography*, vol. 26, 3: 293-311.
- MALECKI, E. J. (2002): "Hard and Soft Networks for Urban Competitiveness", *Urban Studies*, 39 (5-6): 929-945.
- MALMBERG, A. & P. MASKELL (2002): "The elusive concept of localization economies: towards a knowledge-based theory of spatial clustering", *Environment and Planning A*, 34: 329-449.
- MARKUSEN, A. (2003a): "Fuzzy Concepts, Scanty Evidence, Policy Distance: The Case for Rigour and Policy Relevance in Critical Regional Studies", *Regional Studies*, 37 (6 & 7): 701-717.
- (2003b): "On Conceptualization, Evidence and Impact: A Response to Hudson, Lagendijk and Peck", *Regional Studies*, 37 (6 & 7): 747-751.
- (2006): "Cultural Planning and the Creative City", paper presented at the *Annual American Collegiate Schools of Planning Meetings*, noviembre 12, Texas.
- MASKELL, P. & A. MALMBERG (1998): "Localized learning and industrial competitiveness", *Cambridge Journal of Economics*, 23: 167-85.
- MASUDA, Y. (1980-1981): *The Information Society. Shinjuku, Tokyo: Institute for the Information Society*, primera edición en inglés, World Future, Society Bethesda, MD.
- MAYER, M. (1994): "Post-Fordist City Politics", en A. AMIN (ed.): *Post-Fordism: A Reader*, Blackwell, Cambridge, Mass.
- MORGAN, K. (1997): "The Learning Region: Institutions, Innovation and Regional Renewal", *Regional Studies*, 31 (5): 491-503.
- MOULAERT, F. & al. (2000): *Globalization and Integrated Area Development*, Oxford University Press, Oxford.
- & A. RODRÍGUEZ & E. SWYNGEDOUW (eds.) (2003): *The Globalized City: Economic Restructuring and Social Polarization in European Cities*, Oxford University Press, Oxford.
- MOULAERT, F. & J. NUSSBAUMER (2005): "The Social Region", *European Urban and Regional Studies*, 12 (1): 45-64.
- MUMFORD, L. (1938-1996): *The Culture of Cities*, Harvest Book, Nueva York.
- NORMANN, R. (2005): "Can regions learn? Critical Assessment of regions as arenas for regional development", *AI & Society*, 19: 520-542.
- OECD (1996a): *Employment and Growth in the Knowledge-Based Economy*, París.
- OECD (1996b): *The Knowledge-Based Economy*, París.
- OLBERTZ, E. (2002): "The Region of Aachen as a 'Learning Region', A Case Study", *AI&Society*, 16: 224-242.
- PARASKEVOPOULOS, C. J. (2001): "Social Capital, Learning and EU Regional Policy Networks: Evidence from Greece", *Government and Opposition*, 36 (2): 253-277, abril.
- PECK, J. (2003): "Fuzzy Old World: A Response to Markusen", *Regional Studies*, 37 (6 & 7): 729-740.
- (2005): "Struggling with the Creative Class", *International Journal of Urban and Regional Research*, 29 (4): 740-770.
- PNUD (2008) *Informe sobre la Economía Creativa 2008*, www.unctad.org/creative-economy.
- PORTER, M. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, Nueva York.
- (1998a): *On Competition*, Harvard Business School Press, Boston.
- (1998b): "Location, clusters and the new economics of competition", *Business Economics*, 33: 7-17.
- (2000): "Location, competition and economic development: local clusters in the global economy", *Economic Development Quarterly*, 14: 15-31.
- (2001a): "Regions and the new economics of competition", en SCOTT, A. J. (ed.): *Global City Regions*, 139-152, Blackwell, Oxford.
- (2001b): *Cluster of Innovation: Regional Foundations of US Competitiveness*, Council of Competitiveness, Washington DC.

- (2003): “The Economic Performance of Regions”, *Regional Studies*, 37 (6 & 7): 549-578.
- RODRÍGUEZ, A. & F. MOULAERT & E. SWINGEDOUW (2001): “Nuevas políticas urbanas para la revitalización de las ciudades en Europa”, *CYTET*, XXXIII (129): 409-424.
- RODRÍGUEZ, A. & L. VICARIO (2005): “Innovación, Competitividad y Regeneración Urbana: los Espacios Retóricos de la ‘Ciudad Creativa’ en el Nuevo Bilbao”, *Ekonomiaz*, 8: 262-295.
- ROMERO GONZÁLEZ, J. & J. FARINÓS DASÍ (eds.) (2004): *La ordenación del territorio y desarrollo territorial. El gobierno del territorio en Europa: tradiciones, contextos, culturas y nuevas visiones*, Ediciones Trea.
- SASSEN, S. (1994): *Cities in a world economy*, Pine Forge Press, Thousand Oaks, Calif.
- SASSEN, S. (2001): *The Global City: New York, London, Tokyo*, Princeton, Princeton University Press, NJ.
- SCOTT, A. J. (2000): *The Cultural Economy of Cities*, Sage, Londres.
- SIMMIE, J. (2003): “Innovation and Urban Regions as National and International Nodes for the Transfer and Sharing of Knowledge”, *Regional Studies*, 37 (6 & 7): 607-620.
- & al. (2002): “Innovation in Europe: A Tale of Networks, Knowledge and Trade in Five Cities”, *Regional Studies*, 36 (1): 47-64.
- STOKER, G. & S. YOUNG (1993): *Cities in the 1990's*, Longman, Londres.
- (1995a): “The resurgence of regional economies, ten years later: the region as a nexus of untraded interdependencies”, *European Urban and Regional Studies*, 2: 191-221.
- (1995b): “Competitiveness policy options; the technology-regions connection”, *Growth and Change*, spring: 285-308.
- (1997): *The Regional World. Territorial Development in a Global Economy*, The Guilford Press, Nueva York.
- (1998): “Economías regionales como activos relacionales”, *Ekonomiaz*, 41: 10-45.
- SWYNGEDOUW, E. & F. MOULAERT & A. RODRÍGUEZ (2002): “Neoliberal urbanization in Europe: large-scale urban development projects and the new urban policy”, *Antipode*, 34: 542-577.
- TUOK, I. (2004): “Cities, Regions and Competitiveness”, *Regional Studies*, vol. 38, 9: 1069-1083.
- UGALDE, I. & J. PÉREZ (2008): “Hacia un Modelo Conceptual de Territorios Inteligentes”, en M. ESTEBAN & al. (eds.): *Territorios Inteligentes: Dimensiones y Experiencias Internacionales*, Netbiblo, La Coruña.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1999): *Desarrollo, Redes e Innovación*, Pirámide, Madrid.
- (2003): *Desarrollo Endógeno*, Síntesis, Madrid.
- (2005): *Las Nuevas Fuerzas del Desarrollo*, Antoni Bosch, Barcelona.
- VEGARA, A. & J. L. DE LAS RIVAS (2004): *Territorios Inteligentes*, Fundación Metrópoli, Madrid.

Nueva publicación del **Ministerio de Vivienda**

Ordenar el Territorio, **Proyectar** la ciudad, **Rehabilitar** los tejidos existentes



La relevancia del planeamiento a través de los premios nacionales de urbanismo 2004, 2005, 2006

28x28 cm, 172 pp. + DVD interactivo pvp. 28€ I.S.B.N.: 978-84-96387-39-3

Distribución y venta:

BOE
C/ Trafalgar, 27. Madrid
Tfno.: 902 365 303 - Fax: 91 538 21 22
www.boe.es
e-mail: libreria@boe.es

MAIDHISA, S. L.
C/ Berbiquí, 17-19. 28529 - Rivas Vaciamadrid
Tfno.: 91 670 21 89 - Fax: 91 301 29 39
www.maidhisa.com
e-mail: ismaroto@hotmail.com

MUNDI-PRENSA LIBROS, S. A.
C/ Castelló, 37. 28001 - Madrid
Tfno.: 91 436 37 04 - Fax: 91 575 39 98
www.mundiprensa.es
e-mail: libreria@mundiprensa.es

REYDIS LIBROS, Lázaro Pascual Yagüe, S. L.
C/ Hierbabuena, 35 Bajo. 28039 - Madrid
Tfno.: 91 311 66 82 - Fax: 91 311 66 67
www.reydislibros.es
e-mail: reydis@reydislibros.es