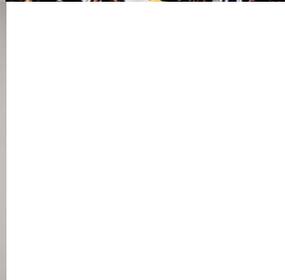


# Industrias culturales, territorios y convergencia digital



Sticotti, Nicolás

Industrias culturales, territorios y convergencia digital / Nicolás Sticotti ; Julio Villarino. - 1a ed. - Caseros : RGC Libros, 2022.

Libro digital, PDF - (Revista Gestión Cultural / Emiliano Fuentes Firmani ; Nicolás Sticotti ; Leandro Vovchuk)

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-8488-16-5

1. Recursos Culturales. I. Villarino, Julio. II. Título.

CDD 306.01



## EQUIPO

### COORDINACIÓN EDITORIAL

Emiliano Fuentes Firmani,  
Nicolás Sticotti y Leandro Vovchuk

### CORRECCIÓN

Sebastián Spano

### DISEÑO

Ana Uranga - [www.melasa.com.ar](http://www.melasa.com.ar)

## COORDINACIÓN DE ESTE NÚMERO:

Julio Villarino y Nicolás Sticotti

## AUTORES QUE PARTICIPAN EN ESTE NÚMERO

Fernando Arias, Mariela Baladron,  
Andrés Bellomio, Marcelo Canevari,  
Ángel Del Re, Agustín Espada, Pablo Feuillade,  
Mariano Gallego, María Iribarren,  
Victoria Irisarri, Mariana Kunst,  
Osvaldo Labastié, Santiago Marino, Luca Miani,  
Toby Miller, Lucas Ospina Villalba,  
Ezequiel Rivero, Nicolás Sticotti, Julio Villarino,  
Nicolás Wainszelbaum, Ana Wortman y  
Matías Zarlenga.



**MECENAZGO**  
Participación Cultural  
BA Buenos Aires Ciudad



**RGC EDICIONES es un proyecto colaborativo y sin fines de lucro.  
Tu apoyo contribuye a que podamos seguir publicando para fortalecer  
el campo de la gestión cultural iberoamericana.**



DONACIÓN EN ARGENTINA  
VÍA **MERCADO PAGO**



DONACIÓN EN EL RESTO DEL MUNDO  
VÍA **PAYPAL**



# ¿Qué es un clúster cultural?

Por **Matías Zarlenga**

---

## Introducción

La concertación de creadores, espacios de producción, distribución y consagración artística ha sido un fenómeno que ha caracterizado a las ciudades modernas históricamente, convirtiéndolas en verdaderos laboratorios culturales donde se fermentan nuevas ideas, prácticas y productos. Sin embargo, la emergencia y proliferación de clústeres culturales es un fenómeno reciente y de nuevo tipo que afecta especialmente a las ciudades posindustriales.

Los clústeres culturales son áreas urbanas caracterizadas por la concentración territorial de personas, espacios e industrias dedicadas a actividades

creativas y culturales de diverso tipo. Si bien los clústeres culturales no son un fenómeno reciente, se puede constatar que en las últimas décadas ha crecido su importancia y centralidad en el marco de procesos de transformación o regeneración urbana liderados por la cultura.

En el presente artículo nos proponemos definir qué es un clúster cultural a partir de comprender los factores histórico-sociales que hacen a su emergencia y las características que los definen. Hacia el final, elaboraremos una tipología de clústeres culturales a partir de las dinámicas sociales que hacen a su funcionamiento, distinguiendo entre clústeres culturales asociativos, comunitarios y burocráticos.

## Emergencia de los clústeres culturales

La emergencia de los clústeres culturales se enmarca en los procesos de regeneración urbana liderados por la cultura ocurridos en numerosas ciudades desde la década del ochenta del siglo XX. El estudio de esta clase de procesos cuenta con un significativo número de investigaciones en el ámbito anglosajón y europeo (Evans y Shaw, 2006). Autores como Sharon Zukin (1992, 1995) y Franco Bianchini y Michael Parkinson (1993) han analizado estos procesos muy tempranamente. En de sus investigaciones se distinguen dos líneas de análisis que interpretan los procesos de regeneración cultural urbana según si son liderados por fuerzas de mercado (*bottom up*, principalmente ciudades norteamericanas) o por el sector público (*top down*, ciudades europeas). Pese a la diferencia en el liderazgo de estos procesos, el punto de partida es compartido: la desarticulación económica de las ciudades industriales europeas y norteamericanas hacia la década del ochenta, su impacto en términos sociales y urbanos, y la importancia de la cultura como elemento que lidera su regeneración o “renacimiento” (Evans, 2001).

Los estudios de Zukin y Bianchini inician una agenda de investigación sobre el tema, que termina por caracterizar dos formas en que los procesos de regeneración cultural urbana se sucedieron en las ciudades del llamado Norte Global. Por un lado, encontramos lo que sucede mayoritariamente en las ciudades norteamericanas, donde los procesos de regeneración cultural urbana son caracterizados como ascendentes (*bottom up*), liderados por fuerzas de mercado (cambios socioeconómicos capitalizados por inversores y especuladores inmobiliarios), donde la cultura juega un papel doble como pauta de consumo de las nuevas clases medias que motorizan el cambio y como efecto urbano vinculado con la emergencia de un nuevo “paisaje cultural”. Por otro, lo que sucede en las ciudades europeas, donde los procesos de regeneración cultural urbana son definidos como descendentes (*top down*), liderados desde las alcaldías y ayuntamientos locales, donde la cultura aparece como motor de la regeneración urbana a partir del fomento de las industrias creativas (y su particular inserción urbana en los Distritos Culturales de las antiguas zonas industriales), o bien como un tipo de servicios vinculado con el turismo (creación de equipamientos culturales, festivales,

etc. con el fin de revitalizar los centros históricos).

Dentro de este marco fue Michael Porter (2000) quien puso en el centro del debate la noción de clúster (agrupamiento) como un espacio geográfico caracterizado por la concentración de empresas y servicios que por su densidad y tipo de intercambios generados favorecen el desarrollo económico. En este sentido, las estrategias de clusterización funcionaron como una alternativa neoliberal al tipo de política centralista y planificadora llevada adelante por los Estados nacionales. Retomando el viejo modelo de desarrollo del distrito industrial marshalliano de comienzo del siglo XX (cfr. Marshall, 2006), la idea de clúster y su inscripción geográfica en las ciudades se convierte en una pieza clave como estrategia local para el desarrollo económico y la regeneración urbana a través de la cultura. La combinación entre las estrategias de clusterización y la planificación cultural urbana tuvo como correlato la emergencia de los distritos o clústeres culturales: espacios geográficos caracterizados por la concentración de actividades vinculadas con las industrias e instituciones culturales. El geógrafo Allen Scott fue quien ha reflexionado en profundidad sobre estos nuevos tipos de espacios

a los que ha denominado campos creativos (inscripción geográfica de las transformaciones económicas de lo que denomina economía cognitivo-cultural) (Scott, 1999, 2000, 2010).

Al igual que las ciudades europeas y norteamericanas, las grandes urbes latinoamericanas han sufrido procesos de desindustrialización, segregación social y deterioro urbano que hacia las década del setenta y ochenta impactaron de manera significativa en los antiguos centros históricos, zonas industriales y portuarias de las ciudades. La diferencia radica en que, en el caso latinoamericano, estos procesos se asientan en ciudades fragmentadas social y urbanamente que han sufrido un proceso de crecimiento y expansión no del todo controlado desde mediados del siglo XX. En sintonía con los que ocurría en las ciudades del Norte Global hacia comienzos de la década del noventa, numerosas alcaldías (en muchos casos asociadas a inversionistas privados u organismos de crédito internacionales) empezaron a implementar políticas públicas en pos de revitalizar los deteriorados centros históricos y las antiguas zonas portuarias e industriales. En la mayoría de estas intervenciones las estrategias de clusterización cultural han desempeñado un papel relevante como

instrumento de la revitalización urbana, dando lugar a la proliferación de clústeres culturales de diverso tipo. La contracara de este fenómeno son los procesos de gentrificación que en muchos casos suelen provocar y que han sido objeto de numerosos análisis, entre los que se destacan los estudios pioneros de Zukin (1987).

## Características y diversidad de clústeres culturales

Los clústeres culturales han sido objeto de análisis de diversas disciplinas como la geografía económica, la sociología, el urbanismo, las ciencias políticas, entre otras (Karlsson, 2010; Lorenzen y Frederiksen, 2008). De estos análisis se desprenden una serie de elementos que sirven para caracterizar distintos tipos de clústeres culturales según los espacios y agentes que concentran, distinguiéndose entre distritos culturales, barrios artísticos y escenas culturales.

La geografía económica se ha interesado en un tipo especial de clústeres culturales al que podemos denominar “distritos culturales”. Esta clase de clúster cultural se caracteriza por la concentración espacial de actividades económicas vinculadas con la producción cultural a gran escala,

vinculadas con las industrias culturales, creativas y/o del conocimiento. Estos estudios postulan que, en el marco de las sociedades contemporáneas marcadas por la creciente importancia de la economía del conocimiento, aquellos territorios en los que se concentran actividades económicas ligadas al sector cultural y creativo cuentan con una “ventaja competitiva”. En este sentido, entienden que la aglomeración de recursos en determinados espacios urbanos juega un papel clave para explicar los procesos de creatividad e innovación. Así, la concentración de trabajadores especializados, empresas y emprendimientos de un mismo rubro, favorece conexiones entre actores y organizaciones y el uso de servicios privados y públicos comunes, que resultan claves para explicar procesos de innovación (Musterd y Murie, 2010).

Algunas vertientes de la sociología y de la gestión cultural le han prestado atención a otro tipo de clústeres culturales a los que suelen denominar “barrios artísticos”. Los barrios artísticos no serían otra cosa que zonas urbanas caracterizadas por la concentración espacial de personas, organizaciones y pequeños emprendimientos dedicados a actividades artísticas y culturales. Los análisis sobre los barrios artísticos suelen interesarse en conocer ciertos

grupos sociales que promocionan un estilo de vida que, por su carácter innovador, influyen en las dinámicas socioeconómicas de los territorios en los que residen. Por tanto, este tipo de enfoque suele centrarse en el estudio de los estilos de vida “neo-bohemios”, las pautas de consumo, las formas de convivencia y las relaciones sociales de los artistas y creadores residentes en los barrios culturales (Currid, 2009; Lloyd, 2008). Desde esta clase de estudio se sostiene que la concentración de artistas y creadores en un determinado barrio genera efectos positivos en términos de creatividad e innovación que tienen un impacto en el desarrollo territorial. Esta afirmación se sostiene en la idea de que las formas de convivencia y estilos de vida de los artistas (menos convencionales) suponen la creación de contextos favorables para el desarrollo de procesos innovadores.

Finalmente, encontramos un tercer tipo de clúster cultural denominado “escena cultural”. Los estudios en urbanismo han sido los que han caracterizado a este tipo de clúster cultural con mayor precisión. Desde esta perspectiva se han definido a las escenas culturales como zonas urbanas caracterizadas por la densidad de espacios dedicados al consumo cultural. En este sentido, las escenas culturales serían el conjunto de espacios específicos de consumo cultural que, situados en un espacio urbano específico, lo dotan de ciertos valores y significados. El interés de este enfoque radica en analizar las prácticas culturales y los estilos de vida derivados que esta clase de espacios de consumo fomentan (Silver, Clark y Navarro Yanez, 2010). Por tanto, las escenas culturales suelen ser entendidas como espacios simbólicos que promueven relaciones sociales significativas y determinados patrones de interacción social.

**La combinación entre las estrategias de clusterización y la planificación cultural urbana tuvo como correlato la emergencia de los distritos o clústeres culturales: espacios geográficos caracterizados por la concentración de actividades vinculadas con las industrias e instituciones culturales.**

## Tipología de clúster culturales: una aproximación sociológica

En diversos trabajos hemos resaltado la importancia de analizar los clústeres culturales atendiendo a las dinámicas sociales que subyacen a los fenómenos de clus-terización (Rius Uldemollins y Zarlenga, 2014; Zarlenga y Capdevila, 2018; Zarlenga y Marcus, 2014; Zarlenga, Ulldemollins y Morató, 2016). En estos estudios hemos hecho hincapié en la utilización de herramientas de la sociología clásica para el entendimiento y comprensión de los clústeres culturales. En esta sección haremos una revisión de estas investigaciones que han permitido construir una tipología de clústeres culturales de acuerdo con las dinámicas sociales que las estructuran, distinguiendo entre clúster culturales asociativos, comunitarios y burocráticos.

La noción goffmaniana de *marco* (Goffman, 2006) nos ha resultado relevante para entender y distinguir el tipo de interacciones sociales que existen en los clústeres culturales. Los marcos sociales delimitan formas o dinámicas sociales en las que toman cuerpo intenciones y motivaciones de actores sociales específicos. Sin embargo, para una mayor coherencia y claridad explicativa debimos inscribir

esta noción dentro de un marco más general vinculado al campo cultural. En este sentido, recuperar determinadas herramientas de la sociología de la cultura y de las artes nos ha resultado útil para nuestro análisis. En primer lugar, se puede decir que en el campo artístico los actores sociales, a pesar de compartir un mismo sentido del juego (o marco), no parten de una misma posición, por lo que pueden tener intereses contrapuestos (Bourdieu, 2002). Por esta razón, se debe observar la estructura del campo cultural como un condicionante de estas interacciones. En segundo lugar, el planteamiento de la posibilidad de interacciones dentro de los clústeres culturales en espacios neutros e informales no debe olvidar que las interacciones entre individuos vienen condicionadas por el rol que representan dentro de una organización general y de naturaleza jerárquica. Finalmente, esta perspectiva no excluye las posibilidades de conflicto ya sea entre individuos o entre grupos por intereses o proyectos diferenciados en la configuración urbana del clúster o en la arena de la producción cultural.

De esta manera, la inscripción de las dimensiones burocrática, utilitaria y comunitaria dentro un marco de referencia más amplio, vinculado a las reglas que

rigen el campo cultural, nos ha permitido distinguir, con cierta coherencia, no solo dinámicas sociales dominantes sino, y a la vez, diferenciar tipos de clústeres culturales y explicar los motivos de los éxitos o fracasos de diferentes políticas de clusterización. Así se pueden distinguir interacciones sociales orientadas por la lógica burocrática de las instituciones vinculadas a la prestación de servicios culturales; interacciones sociales orientadas por la lógica asociativo-utilitaria de las empresas de producción de bienes culturales; e interacciones sociales orientadas por una lógica artístico-comunitaria. El primer tipo de lazo predomina en los clústeres que se caracterizan por la concentración de instituciones culturales. El segundo en aquellos clústeres donde predominan empresas vinculadas a la producción y/o consumo de bienes culturales. Finalmente, el tercero en barrios caracterizados por la concentración de artistas y creadores.

### **Clúster cultural como organización burocrática**

La dimensión burocrática permite atender al tipo de interacciones sociales fuertemente estructuradas por normas y jerarquías vinculadas a organizaciones

estables y regulares (Crozier, 1969). Este tipo de dimensión define las dinámicas de interacción de los clústeres culturales caracterizados por la concentración espacial de instituciones y equipamientos culturales nacionales, debido a su relativa gran dimensión y complejidad organizativa y económica.

Desde los inicios de la política cultural, los equipamientos culturales son uno de los principales brazos ejecutores de la política pública. En el caso francés, la política cultural, desde su fundación en el año 1959 como categoría de acción pública, centra sus objetivos —en buena parte— en la difusión de la alta cultura a partir de los equipamientos culturales. Esta orientación a la difusión de la excelencia artística, aún vigente, se ha difundido a otras latitudes y contextos diversos. Sin embargo a partir de los años ochenta incluye una novedad: la voluntad de potenciar y embellecer la ciudad a la vez que revitalizar sus zonas menos favorecidas (Urfalino, 2004). De este tipo de proyectos nace la idea de clusterizar los equipamientos culturales con el doble objetivo de aumentar el impacto de los equipamientos culturales y generar sinergias colaborativas entre ellos. La creación de este tipo de clúster se basa, por lo general, en estrategias del tipo

descendientes (*top-down*), en la que la participación de la comunidad local es escasa.

Los proyectos de clusterización de instituciones culturales se plasman en la construcción de grandes infraestructuras que requieren de un equipo de gestión relativamente numeroso, funcionalmente especializado y con una jerarquía centralizada en su interior. Se trata, por lo tanto, de lo que en sociología de las organizaciones se caracteriza como organizaciones burocráticas (Crozier, 1969). Hacia el exterior, las dinámicas de interacción entre diferentes instituciones culturales están condicionadas por enfrentamientos político-institucionales (entre partidos o entre diferentes administraciones públicas), diferentes definiciones sobre la misión de cada institución cultural, por la rivalidad de sus directores artísticos (que perciben las colaboraciones como un atentado contra la libertad artística) o por el marco jurídico-legal.

## Clúster cultural como asociación orientada al mercado

Las interacciones sociales en los clústeres de industrias culturales se enmarcan en una lógica asociativo-utilitaria propia de

las transacciones económicas. Por este motivo, el tipo de lazo social dominante dentro de este marco se puede caracterizar a partir de la noción de sociedad de Tönnies (2002): un tipo de interacción en el que priman las relaciones económico-profesionales. En las interacciones asociativas los lazos se definen principalmente a partir de interacciones basadas en proyectos destinados a la producción y venta de bienes y servicios culturales (Cinti, 2008; Krätke, 2011). Dentro de este tipo de dinámicas existe una separación clara entre el espacio de trabajo y de ocio, y de residencia. Estos factores condicionan el tipo de interacción con el contexto social y varían según si el clúster está orientado a la producción o al consumo cultural.

El clúster de producción cultural aparece como una estrategia de integración de la cadena de producción creativa característica de los mundos artísticos (Becker, 2008). Las interacciones entre sus miembros se fundamentan en que comparten unas convenciones originadas en el seno de la propia disciplina. Unas convenciones que están en discusión y generan innovación cultural en el momento en que una parte de la profesión las adopta. Dentro de los clústeres de producción cultural los actores desarrollan estrategias para

crear oligopolios o romperlos a partir de ciertas innovaciones estilísticas (Peterson y White, 1979). Esta tendencia favorece la institucionalización de nuevos campos de las industrias culturales y su aglomeración en un espacio. La creación de clústeres culturales asociativos orientados a la producción se basan en estrategias del tipo ascendentes (*bottom-up*), donde las empresas privadas de un determinado territorio tienden de manera explícita a asociarse entre sí a partir de proyectos o para mejorar costes de transacción. Sin embargo, en algunos casos, este tipo de clúster puede ser creado por estrategias del tipo descendentes (*top-down*), cuando el sector público genera algún tipo de política de promoción industrial específica.

A diferencia de los clústeres de producción cultural, los clústeres de industrias culturales orientados al consumo tienen una relación más intensa con el entorno, aunque ambivalente. Por una parte, estas agrupaciones son cada vez más conscientes del peso de la marca asociada con el espacio social. Por lo tanto, existen estrategias para situarse cerca de las instituciones culturales prestigiosas y así poder contagiarse de su halo de modernidad (Moulin, 1992). También se puede detectar una estrategia para asociar su marca a un patrimonio

histórico, a una comunidad creativa (Zukin, 1995). No obstante esta estrategia tiene un límite claro. Los clústeres de consumo cultural nacen con un objetivo: atraer al visitante ocasional y fidelizar al comprador. Por lo tanto, su relación con el espacio urbano responde a una estrategia discursivamente comunitarista pero que esconde una dinámica instrumental. Su creación, por lo general, es implícita y del tipo ascendente (*bottom-up*). Los clústeres de consumo cultural, en este sentido, se encuentran situados en lugares donde la clientela potencial está próxima residencialmente o bien se trata de lugares habituales de consumo y ocio de las clases medias altas. La ausencia de relaciones sociales fuera del círculo del clúster cultural, junto con la elevada especialización disciplinar de su trabajo, hace que el entorno social y urbano no sea un elemento relevante para la actividad creativa. Por el contrario, se valora el aislamiento respecto del entorno para facilitar un ambiente artístico que atraiga a los compradores (Molotch y Treskon, 2009).

## Clúster cultural como comunidad

A diferencia de los clústeres de industrias culturales, los clústeres de creadores se

enmarcan en relaciones del tipo comunitarias. Dentro de este marco, priman los lazos sociales afectivos y personales (Tönnies, 2002). La dimensión comunitaria de los clústeres de creadores es relatada en numerosas ocasiones por la historia del arte o los estudios literarios (Franck, 2003; Lottman, 1981) y la sociología (Lloyd, 2010; Simpson, 1981). Este tipo de literatura caracteriza las relaciones entre creadores a partir de lazos de amistad, relaciones desinteresadas, la mezcla entre trabajo y ocio, la coincidencia entre espacio de trabajo y espacio de residencia (materializado en el taller del artista, después conocido como loft), la relación con el entorno social dentro del clúster y la valorización y transformación del entorno.

Los análisis económicos y de las profesiones artísticas suelen destacar la extraordinaria concentración de los artistas en las grandes ciudades y exponen razones para su localización: mayor abundancia de trabajos artísticos y espacios de formación y consagración (Rodríguez Morató, 2001) o una mejor remuneración y prestigio (Menger 2009). No obstante, los factores económicos o profesionales no explican completamente el fenómeno de los clústeres culturales. La literatura de la vida bohemia, desde su inicio a mitad del siglo

XIX, destaca el estilo de vida no-conventional, que según Boltanski y Chiapello (2002) forma parte de la crítica artística de la vida burguesa y según Bourdieu (2002) del habitus propio del campo artístico. En este sentido, la concentración de los creadores en una zona facilita la emergencia de una subcultura bohemia. Por lo general, este tipo de clúster se gesta de una forma implícita, a partir de redes de colaboración y ayuda mutua del tipo ascendentes (*bottom-up*). Su agrupación genera la creación de una “masa crítica” suficiente para generar instituciones que reproduzcan esta subcultura y la muestren al exterior de la comunidad. Los barrios artísticos aparecen, en este sentido, como el escenario de la vida bohemia, separados de los espacios urbanos de la *middle-culture* (Lloyd 2010).

Diversos estudios sociológicos reflejan este sentido de comunidad de los barrios artísticos. Estos trabajos se centran, por lo general, en el tipo de relación que la comunidad de artistas establece con el barrio. Su capacidad de transformación urbana (Simpson, 1981); los cambios sociales que provocan (Zukin, 1989); el tipo de vínculo afectivo y des-diferenciado que se establece (Chalvon-Demersay y Becker, 1998); los lugares comunes de encuentro

(Lloyd, 2010); la utilización del ambiente social y urbano como material para la elaboración simbólica (Lloyd, 2010); su identificación como marca creativa (Rius Ulldemolins, 2008); y su implicación en la lucha política –para construir instituciones que les permitan proyectar al resto de la sociedad sus creaciones y reivindicar su estatus de agente social, o en contra de los proyectos de reforma que pueden implicar su expulsión por fenómenos de gentrificación (Zukin, 1989)– ≡

## Bibliografía

- Becker, H. (2008). *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Bianchini, F., y Parkinson, M. (1993). *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*. Manchester University Press.
- Boltanski, L., y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Ediciones AKAL.
- Bourdieu, P. (2002). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- Chalvon-Demersay, S., y Becker, H. (1998). *Le triangle du 14ème.: Des nouveaux habitants dans un vieux quartier de Paris*. Éditions de la MSH.
- Cinti, T. (2008). Cultural Clusters and Districts: The State of the Art. En P. Cooke y L. Lazzaretti (Eds.), *Creative cities, cultural clusters and local economic development* (pp. 70-92). Edward Elgar Publishing.
- Crozier, M. (1969). *The Bureaucratic Phenomenon*. Transaction Publishers.
- Currid, E. (2009). Bohemia as Subculture. “Bohemia” as Industry. *Journal of Planning Literature*, 23(4), 368-382.
- Evans, G., y Shaw, P. (2006). Literature Review: Culture and Regeneration. *Arts Research Digest*, (37), 1-11.
- Evans, G. (2001). *Cultural Planning: An Urban Renaissance?* Londres: Routledge.
- Franck, D. (2003). *Bohemian Paris: Picasso, Modigliani, Matisse, and the Birth of Modern Art*. Grove Press.
- Goffman, E. (2006). *Frame Analysis: los marcos de la experiencia*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Karlsson, C. (2010). Cluster, Networks and Creativity. *CESIS Electronic Working Paper Series*, (235), 1-34.
- Krätke, S. (2011). *The Creative Capital of Cities: Interactive Knowledge Creation and the Urbanization Economies of Innovation*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Lloyd, R. (2008). Neo-Bohemia: Art and Neighborhood Redevelopment in Chicago.

- Cities and Society, 24(5), 215–229. DOI: 10.1002/9780470752814.ch16
- Lloyd, R. (2010). *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City*. Nueva York, Londres: Routledge.
- Lorenzen, M., y Frederiksen, L. (2008). Why Do Cultural Industries Cluster? Localization, Urbanization, Products and Projects. En P. Cooke y L. Lazzaletti (Eds.), *Creative cities, cultural clusters and local economic development*. Edward Elgar Publishing.
- Lottman, H. (1981). *Rive Gauche. Du Front Populaire a La Guerre Froide*. Seuil.
- Marshall, A. (2006). *Industry and Trade*. Nueva York: Cosimo Inc.
- Menger, P. (2009). *Le Travail Créateur: S'accomplir Dans l'incertain*. Seuil.
- Molotch, H., y Treskon, M. (2009). Changing Art: SoHo, Chelsea and the Dynamic Geography of Galleries in New York City. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(2), 517–541.
- Moulin, R. (1992). *L'artiste, l'institution et Le Marché*. Paris: Flammarion.
- Musterd, S., y Murie, A. (2010). *Making Competitive Cities*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Peterson, R., y White, H. (1979). The Simplex Located in Art Worlds. *Journal of Contemporary Ethnography*, 7(4), 411–439.
- Porter, M. (2000). Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, 14(1), 15–34. DOI: 10.1177/089124240001400105
- Rius Uldemollins, J., y Zarlenga, M. (2014). Industrias, distritos, instituciones y escenas. Tipología de clústeres culturales de Barcelona. *Revista Española de Sociología*, (21), 47–68.
- Rius Uldemollins, J. (2008). Los barrios artísticos como base local de la cultura global. El caso de El Raval de Barcelona. *Revista Internacional de Sociología*, 46(51), 179–205.
- Rodríguez Morató, A. (2001). Una nueva formación local: el Complejo Cultural Local. En X. Fernández (Ed.), *Cultura e desenvolvimento local* (pp. 2-15). Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.
- Scott, A. (1999). The Cultural Economy: Geography and the Creative Field. *Media, Culture & Society*, 21(6), 807–817. DOI: 10.1177/016344399021006006
- Scott, A. (2000). The Cultural Economy of Cities. *International Journal of Urban and Regional Research*, 21(2), 323–339. DOI: 10.1111/1468-2427.00075
- Scott, A. (2010). Cultural Economy and the Creative Field of the City. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 92(2), 115–130.
- Silver, D., Clark, T., y Navarro Yanez, C.

(2010). Scenes: Social Context in an Age of Contingency. *Social Forces*, 88(5), 2293–2324. DOI: 10.1353/sof.2010.0041

Simpson, C. (1981). *SoHo: The Artist in the City*. University of Chicago Press.

Tönnies, F. (2002). *Community and Society*. Reino Unido: Courier Dover Publications.

Urfalino, P. (2004). *L'invention de la politique culturelle*. París: Hachette.

Zarlenga, M., y Capdevila, I. (2018). Les Multiples Échelles et Dynamiques Urbaines de Créativité et d'innovation. La Double Réalité Créative Du Quartier Du Poblenou à Barcelone. *Geographie Economie Societe*, 20(1), 89–111. DOI: 10.3166/ges.20.2017.0030

Zarlenga, M., y Marcus, J. (2014). La cultura como estrategia de transformación urbana. Un análisis crítico de las ciudades de Buenos Aires y Barcelona. En M. Margulis, M. Urresti, y H.

Lewin (Eds.), *Intervenir en la Cultura. Más allá de las políticas culturales* (pp. 33-55). Buenos Aires: Biblos.

Zarlenga, M., Rius Ulldemolins, J., y Rodríguez Morató, A. (2016). Cultural Clusters and Social Interaction Dynamics: The Case of Barcelona. *European Urban and Regional Studies*, 23(3), 422–440. DOI: 10.1177/0969776413514592

Zukin, S. (1989). *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*. Rutgers University Press.

Zukin, S. (1987). Gentrification: Culture and Capital in the Urban Core. *Annual Review of Sociology*, 13(1987), 129–147.

Zukin, S. (1992). Posmodern Urban Landscapes: Mapping Culture and Power. En S. Lash y J. Friedman (Eds.), *Modernity and Identity* (pp. 221-247). Oxford: Wiley-Blackwell.

Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell.