



La ciutat cultural com a dispositiu de mercat

Publicat per [Interacció](#) [1] el 28/02/2014 - 12:37 | Última modificació: 22/04/2026 - 14:51

L'article de Malcolm Miles qüestiona un dels consensos més estesos de les darreres dècades: la idea que la cultura pot actuar com a motor de regeneració urbana amb efectes positius generalitzats. El text no nega que les estratègies culturals hagin transformat moltes ciutats postindustrials, però en desplaça el centre de gravetat. El que es presenta com a renovació cívica sovint respon, en realitat, a lògiques econòmiques i comercials que utilitzen la cultura com a recurs simbòlic per revaloritzar espais i atraure inversió.

El punt de partida és el procés de desindustrialització de les economies occidentals a partir dels anys vuitanta. Davant la pèrdua de base productiva, moltes ciutats adopten estratègies basades en la cultura i la creativitat, substituint la producció material per una economia simbòlica orientada al consum i a la imatge. Aquesta transformació implica també un canvi en els equilibris de poder: el mercat guanya pes respecte a l'Estat, i la planificació urbana es reconfigura en funció de la competència entre ciutats per captar capital, turisme i professionals qualificats.

Miles identifica dos models que han estructurat aquest gir. D'una banda, la teoria de la "classe creativa", que atribueix a determinats perfils professionals un paper central en el creixement urbà. De l'altra, les estratègies que posen l'accent en grans projectes culturals com a catalitzadors de transformació. Tot i les diferències, ambdues convergeixen en un mateix efecte: la producció d'espais urbans orientats al consum, amb una forta càrrega simbòlica i una creixent dependència de la lògica immobiliària.

Les conseqüències d'aquest model són ambivalents. La rehabilitació de centres urbans conviu amb processos de gentrificació que desplacen poblacions i redueixen la diversitat social. La cultura esdevé un instrument de requalificació urbana que genera valor econòmic, però també contribueix a la segregació i a la jerarquització dels usos de la ciutat. Els espais públics es transformen en escenaris de consum, i les pràctiques culturals es reconfiguren com a experiències associades a estils de vida.

En aquest context, l'autor planteja una lectura més radical: la cultura no només acompanya aquests processos, sinó que pot actuar com a mecanisme de control simbòlic. La producció d'imatges de ciutat, el branding urbà i la selecció d'un relat cultural específic contribueixen a definir qui forma part del projecte urbà i qui en queda fora. La diversitat cultural es representa, però sovint es neutralitza en formats consumibles i descontextualitzats.

El text es tanca amb una obertura. Davant la consolidació d'aquest model, apareixen pràctiques de resistència i formes alternatives de producció cultural i urbana que intenten recuperar la dimensió política de la ciutat. No es tracta encara d'un model consolidat, sinó d'indisidors d'una possible reconfiguració. La qüestió que queda oberta és si aquestes pràctiques poden desbordar un sistema que ha integrat la cultura en la seva pròpia lògica de funcionament.

Malcolm Miles | Eurozine

[A post?creative city?](#) [2]

—

— [2]

Categories: Article

Categories: Articles i anàlisi

Etiquetes: desenvolupament territorial

Etiquetes: economia de la cultura

Etiquetes: desigualtats culturals

Etiquetes: pensament cultural



Etiquetes: sectors culturals i creatius

- [3]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/blogs/2014/ciutat-cultural>

Enllaços:

[1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>

[2] <http://cercles.diba.cat/documentdigital/pdf/E140030.pdf>

[3] <https://interaccio.diba.cat/node/4795>