

Análisis del debate académico sobre las Ciudades Creativas

Trabajo Fin de Grado

Autor: Julen Ramírez Pérez de Arenaza

Grado en Geografía y Ordenación del Territorio

Departamento de Geografía, Prehistoria y Arqueología

Área de Análisis Geográfico Regional

Curso Académico 2017/2018

Tutor: Mikel Gurrutxaga

Índice

Resumen	2
1. Introducción	3
1.1. El concepto de las ciudades creativas	3
1.2. Precursores de las teorías creativas	4
1.2.1. Charles Landry	4
1.2.2. John Howkins	4
1.2.3. Richard Florida	5
2. Objetivos	7
3. Metodología.....	8
4. Análisis de la obra <i>Las ciudades creativas</i> del geógrafo R. Florida (2009)	8
4.1. Tesis central del libro	8
4.2. <i>Por qué importa el lugar</i>	9
4.3. <i>La riqueza de la ubicación</i>	12
4.4. <i>La geografía de la felicidad</i>	14
4.5. <i>Donde vivimos ahora</i>	15
4.6. <i>Ubíquese</i>	17
5. Discusión de las teorías de R. Florida con base en las aportaciones de otros autores	18
5.1. Jamie Peck	18
5.2. Allen John Scott	20
5.3. Steven Malanga	21
5.4. George Yúdice	22
5.5. Elsa Vivant	23
5.6. Sam Wetherell	24
6. Conclusiones y valoración personal	25
7. Bibliografía.....	29

Resumen

En el presente TFG se realiza un análisis del debate académico sobre las *ciudades creativas*, entendidas como urbes donde hay una elevada concentración de *clase creativa*, es decir de profesionales que trabajan en sectores como finanzas, investigación y desarrollo, comunicación, diseño, cultura y artes. El debate en cuestión se refiere especialmente a las implicaciones de las *ciudades creativas* en el desarrollo urbano y el crecimiento económico en un mundo globalizado.

En primer lugar, se analiza la obra *Las ciudades creativas* del geógrafo Richard Florida (2009). En ella se exponen las principales teorías que este influyente autor viene desarrollando desde 2002 con notable repercusión sobre recientes políticas de planificación urbana. Se ha elegido esta obra como base dado que resulta clave para entender el debate académico internacional sobre la creatividad como factor estratégico de desarrollo urbano. Florida (2009) basa sus teorías en la idea de que aquellas ciudades que presentan mayores niveles de tecnología, talento y tolerancia son las que atraen a mayor número de profesionales de la *clase creativa*, desarrollando como consecuencia un mayor crecimiento económico que el resto de núcleos de población.

En segundo lugar, se realiza una revisión bibliográfica de las principales contribuciones realizadas por distintos autores como respuesta a las teorías de Florida sobre las *ciudades creativas*. Los postulados de Florida han recibido críticas referidas a su carácter neoliberal y elitista (Peck, 2005), a un excesivo énfasis en ciertos sectores económicos en detrimento del resto (Scott, 2007) y a establecer conexiones causales metodológicamente poco rigurosas entre indicadores de desarrollo económico e índices sobre tecnología, producción creativa y tolerancia en las ciudades (Malanga, 2004). Asimismo otros autores argumentan que las teorías de Florida han servido para justificar procesos de gentrificación o segregación espacial de los ciudadanos por nivel socioeconómico (Yúdice, 2008), han favorecido condiciones de precariedad laboral en un contexto de creciente competitividad entre ciudades (Vivant, 2013) o han catalizado las desigualdades sociales en la población urbana (Wetherell, 2017).

Por último, se realiza una valoración personal crítica y razonada con base en el análisis previo realizado. Estoy de acuerdo con Florida en la importancia de fomentar la innovación como medio para favorecer la economía. Esto en mi opinión es positivo siempre que se

acompañe de medidas para garantizar un adecuado reparto de la riqueza entre la población. Sin embargo, en mi opinión Florida (2009) no prevé la necesidad de establecer medidas para evitar el crecimiento de las desigualdades sociales que pueden acarrear sus teorías, las cuales probablemente han favorecido o justificado obras de rehabilitación urbana planteadas de un modo elitista, desencadenando procesos de gentrificación. Además, considero que Florida (2009) obvia las limitaciones de base que buena parte de la población puede tener para acceder a los empleos *creativos*. Asimismo a mi parecer concede un protagonismo excesivo a la *clase creativa* a la hora de explicar el desarrollo económico en el territorio. Como investigación futura considero que sería preciso realizar un seguimiento de las teorías de Richard Florida, dado que en fechas recientes ha aportado nuevas ideas en su nuevo libro publicado en 2017 titulado *La nueva crisis urbana*.

1. Introducción

1.1. El concepto de las ciudades creativas

Los primeros pasos tomados en torno a la creatividad datan de mediados del siglo XX, en plena reconversión industrial. Las prácticas culturales comenzaron a ocupar un espacio importante de cara a la acumulación de riqueza, siendo las ciudades atractivas las que generarían una llegada tanto de capital como de mano de obra cualificada y tecnología (Duarte-Bernal, 2013).

El concepto de ciudades creativas deriva de la ciencia económica, más concretamente de la economía creativa. Desde finales del siglo XX distintos autores han puesto el foco en la creatividad como un factor fundamental para el desarrollo urbano (Ghelfi, 2005; Maldonado, 2012; Duarte-Bernal, 2013; Herrera-Medina *et al.*, 2013).

Desde inicios del presente siglo XXI las teorías creativas han tenido un gran eco en las instituciones. Fruto de ello la Comisión Europea (2010a) presentó el *Libro Verde sobre el potencial de las industrias culturales y creativas* y UNESCO creó en 2004 la plataforma denominada *Red de Ciudades Creativas*. Esta Red agrupa actualmente a 180 ciudades que identifican la creatividad como factor estratégico de desarrollo urbano, teniendo como objetivos posicionar la creatividad y las industrias culturales en el centro de su plan de desarrollo local y cooperar activamente a nivel internacional en la materia (UNESCO, 2018).

La economía creativa tiene su base en la asimilación de una gran variedad de sectores vinculados a la tecnología o a la investigación, los cuales se incluyen dentro de este concepto y son los propulsores del crecimiento económico. A su vez, muestra la creatividad humana como el otro gran factor de crecimiento económico (Ghelfi, 2005).

La ciudad creativa parte de la premisa de la creatividad como el principal exponente del desarrollo humano a lo largo de la historia. Siendo la creatividad el motor del desarrollo tanto económico como social, la agrupación en un espacio de personas con capacidades creativas genera un crecimiento económico mayor que en lugares en los que escaseen el número de personas creativas (Florida, 2010).

Sin embargo, estos nuevos conceptos vinculados al periodo post-industrial (economía creativa, ciudades creativas y clase creativa) han sido objeto de numerosas críticas, debido tanto a la dificultad de su definición como a las consecuencias negativas que pueden generar (gentrificación, segregación social, etc.) (Herrera-Medina *et al.*, 2013).

1.2. Precusores de las teorías creativas

1.2.1. Charles Landry

El pensador Charles Landry está considerado, junto con el geógrafo Richard Florida, el gran precursor de la clase creativa. Sus trabajos en este ámbito comenzaron en la década de los años 1970. En 1995 se publicó *The creative city*, obra pionera en el marco de la clase creativa (Landry y Bianchini, 1995).

En primer lugar, Landry y Bianchini (1995) describen el impacto tanto social como económico y cultural que se genera en las ciudades debido a la creatividad. En segundo lugar, plantean la necesidad de aglutinar conocimientos procedentes de diversas disciplinas (geografía, arquitectura, economía, sociología, etc.) de cara a la planificación urbana. Por último, pretenden incluir a los grupos sociales desfavorecidos (minorías étnicas, inmigrantes, etc.) en los procesos de planificación urbanística (Ortiz-Barba, 2011; Herrera-Medina *et al.*, 2013).

1.2.2. John Howkins

El teórico John Howkins está considerado como el pionero en el concepto de la economía creativa. Para Howkins el motor de la economía se basa tanto en las actividades como en los procesos culturales (PNUD y UNESCO, 2014).

En su libro *The Creative Economy* (Howkins, 2001) se identifican los 15 sectores productivos que forman la economía creativa: innovación y desarrollo, edición, software, TV y radio, diseño (gráfico, industrial, moda, textil, interface, etc.) música, cine, juegos, publicidad, arquitectura, arte escénico, artesanía, vídeo juegos, moda y arte (Maldonado, 2012).

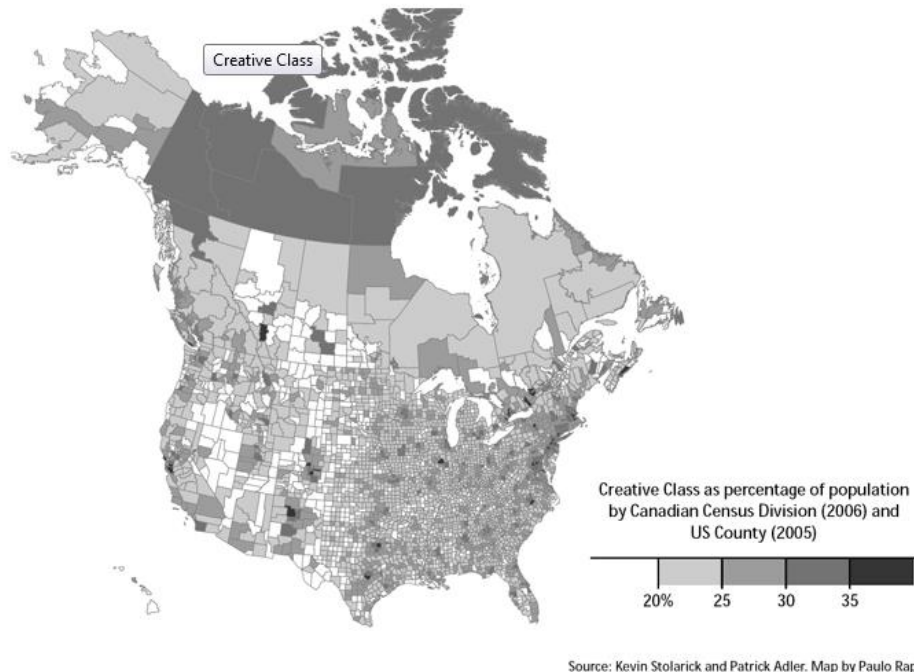
Según Howkins el producto creativo es un bien económico, y es por ello que el autor otorga una gran importancia a la propiedad intelectual (P.I.). La propiedad intelectual se basa en que la creatividad y las invenciones pasen a ser propiedad privada, de tal manera que se puedan garantizar la protección de estas nuevas incorporaciones al mercado por parte de la población creativa (Ghelfi, 2005).

1.2.3. Richard Florida

El geógrafo estadounidense Richard Florida está considerado uno de los precursores en el estudio del concepto de la clase creativa, siendo el autor de una serie de libros que abordan este tema desde 2002, entre los que destacan *La clase creativa* (Florida, 2010) traducción al castellano del original en inglés fechado en 2002 y *Las ciudades creativas* (Florida, 2009) traducción al castellano del original en inglés fechado en 2008. Recientemente ha publicado su último libro, *La nueva crisis urbana* (Florida, 2017).

La propuesta de Richard Florida se basa en vincular el crecimiento económico a las llamadas 3 T: tecnología, talento y tolerancia. Las ciudades que dispongan de una mayor proporción de estos tres factores, serán las que alberguen un mayor número de personas creativas y por ende, un mayor crecimiento económico (Florida, 2009). A este respecto, véase, a modo de ejemplo, en la Figura 1 la distribución geográfica del porcentaje de trabajadores de clase creativa respecto a la población total en Estados Unidos y Canadá en 2008 (Florida, 2009).

Figura 1. Porcentaje de población perteneciente a la clase creativa en Estados Unidos y Canadá (2008).



Fuente: www.WhosYourCity.com, página web sobre el libro *Las ciudades creativas* (Florida, 2009).

Otra de las propuestas de Florida se basa en redefinir la política urbana, posicionándose en contra del crecimiento expansivo de las ciudades y abogando por la reestructuración de las antiguas áreas industriales y comercios (Malanga, 2004).

Como consecuencia la clase creativa tiende a agruparse en ciudades que ofrezcan un mayor potencial para desarrollar sus ideas. Esta nueva clase desarrolla su actividad profesional en el sector servicios, dando por finalizado el periodo industrial como base de crecimiento económico (Florida, 2009).

Para Florida (2009) la elección del lugar de residencia es una de las decisiones a tomar de mayor importancia a lo largo de la vida, existiendo lugares con ofertas tanto de trabajo como de ocio acordes a cada tipo de personalidad. Son de gran importancia (y de gran controversia) los métodos utilizados por el autor para identificar las ciudades o lugares más

propicios para la clase creativa, como por ejemplo el llamado índice bohemio-gay (Florida, 2009).

Las ideas de Richard Florida sobre la clase creativa y las ciudades creativas han sido las que mayor impacto han generado a nivel académico, siendo el autor más citado a nivel mundial dentro de los temas *Urban Planning* y *Regional Science* en la base de datos Google Académico (2018) y el tercero más citado dentro de *Geography*. Por ello, en el presente TFG se partirá de las teorías desarrolladas por R. Florida para estudiar el actual debate académico acerca de las ciudades creativas.

2. Objetivos

El objetivo del presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) es analizar el debate académico que se está produciendo en los últimos años sobre las denominadas *ciudades creativas* y sus implicaciones en la planificación urbana, así como realizar una discusión y una valoración personal crítica y razonada con base en dicho análisis.

Para ello, en el presente TFG se parte de las teorías expuestas en la obra *Las ciudades creativas* del geógrafo Richard Florida (2009) como base para el análisis del debate académico que se está produciendo entre distintos autores sobre las ciudades creativas. Se ha seleccionado esta obra titulada *Las ciudades creativas* dado que en ella R. Florida, el autor más influyente sobre esta temática a nivel mundial, expone sus principales teorías (algunas de las cuales ya comenzó a desarrollar desde 2002 en otras obras suyas). Por ello dicha obra (Florida, 2009) sirve de base para analizar las claves del debate académico que se está produciendo en los últimos años sobre el tema concernido.

Así, los objetivos particulares que se persiguen en el presente TFG son los siguientes:

- Analizar los contenidos de la obra *Las ciudades creativas* del geógrafo Richard Florida (2009), en la que se exponen las principales teorías de este influyente autor.
- Analizar el debate académico que han suscitado las teorías de R. Florida sobre las ciudades creativas, realizando una revisión de las principales críticas emitidas por otros autores sobre dichas teorías y sus implicaciones.
- Realizar una valoración personal crítica y razonada, basada en el análisis realizado, sobre las teorías relacionadas con las ciudades creativas.

3. Metodología

Para desarrollar los objetivos propuestos se han analizado los contenidos de la obra titulada *Las ciudades creativas* del geógrafo Richard Florida (2009) y se ha realizado una revisión bibliográfica de contribuciones realizadas por distintos autores como respuesta a las teorías de Richard Florida acerca de las ciudades creativas. Para realizar esta búsqueda bibliográfica se han utilizado los buscadores de publicaciones científico-técnicas Google Académico (<https://scholar.google.es/>) y Dialnet (<https://dialnet.unirioja.es/>). Finalmente se ha realizado una valoración personal crítica y razonada con base en el análisis realizado.

4. Análisis de la obra *Las ciudades creativas* del geógrafo R. Florida (2009)

4.1. Tesis central del libro

Las ciudades creativas (Florida, 2009) es un libro que pretende ayudar a cada ciudadano a escoger el lugar de residencia que más le favorezca. El ámbito de la obra se centra exclusivamente en Estados Unidos, pero los datos podrían ser extrapolables a otras regiones.

Richard Florida (2009) otorga a la elección del lugar de residencia una importancia comparable a la elección de la actividad laboral que se desempeñará o a la búsqueda de pareja, estas son las decisiones de mayor importancia que se tienen que tomar a lo largo de la vida. Para el autor existen tres momentos clave en los cuales se tiene una mayor probabilidad de cambiar de residencia: al acabar la universidad, al tener un hijo y al independizarse el hijo.

La importancia de la ubicación es defendida a lo largo de la toda la obra en contraposición a las teorías modernas de la globalización, las cuales plantean un mundo interconectado en el que la ubicación de la residencia no tiene una importancia relevante. Para ello el autor de la obra expone el concepto de *ciudades creativas* como núcleos en los que la población creativa se concentra (fuerza de concentración), los cuales ofrecen ventajas económicas respecto al resto de ciudades (Florida, 2009).

Por clase creativa se entiende a aquellas personas que desarrollan su actividad profesional en los siguientes sectores: finanzas, tecnología, investigación, arquitectura, cine, industria

de la música, publicidad, videojuegos, sistemas informáticos, etc. (Florida, 2009; Vivant, 2013).

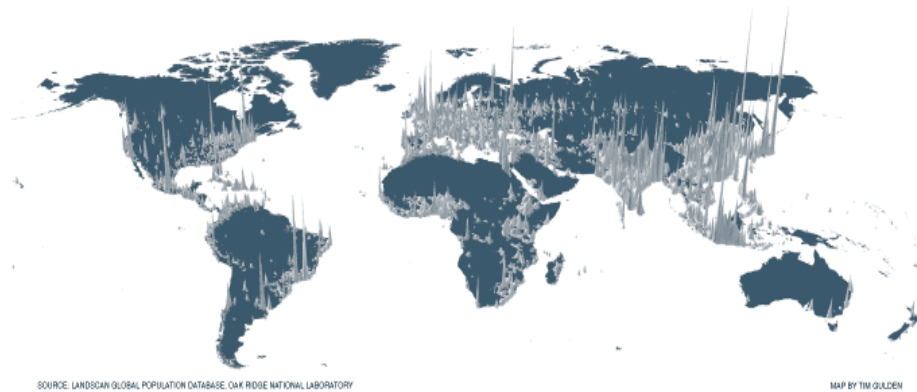
El libro *Las ciudades creativas* (Florida, 2009) se estructura en cinco apartados: *Por qué importa el lugar*, *La riqueza de la ubicación*, *La geografía de la felicidad*, *Dónde vivimos ahora* y *Ubíquese*. A continuación se procede a analizar los conceptos y teorías de mayor importancia de cada uno de ellos.

4.2. *Por qué importa el lugar*

El primer apartado de la obra se centra en la importancia del lugar, analizando porque la localización o la ubicación espacial tienen repercusión de cara a la economía local. Para ello el autor incorpora una serie de mapas y estadísticas con las que destaca la formación de megarregiones y la aparición de un nuevo concepto, *el mundo puntiagudo*.

Este nuevo término acuñado por el autor de la obra concernida, hace alusión a la situación actual del planeta y es una contraposición a las propuestas de diferentes expertos en el ámbito del crecimiento económico, los cuales sugieren que en este mundo globalizado, la llegada de nuevas tecnologías implica que la localización quede relegada a un segundo plano (Florida, 2009).

La teoría del mundo puntiagudo nos muestra que pese a la posibilidad de instalarse en cualquier ubicación, existen zonas de especial interés (denominadas zonas punteras), las cuales ofrecen oportunidades únicas. Para argumentar esta teoría, Richard Florida expone en el libro una serie de mapas sobre demografía (número de habitantes) (Figura 2), cantidad de luz emanada (actividad económica), innovación (registro de patentes) y lugares de residencia de científicos.

Figura 2. Mapa de distribución de la población en el mundo puntiagudo (2008).

Fuente: www.WhosYourCity.com, página web sobre el libro *Las ciudades creativas* (Florida, 2009).

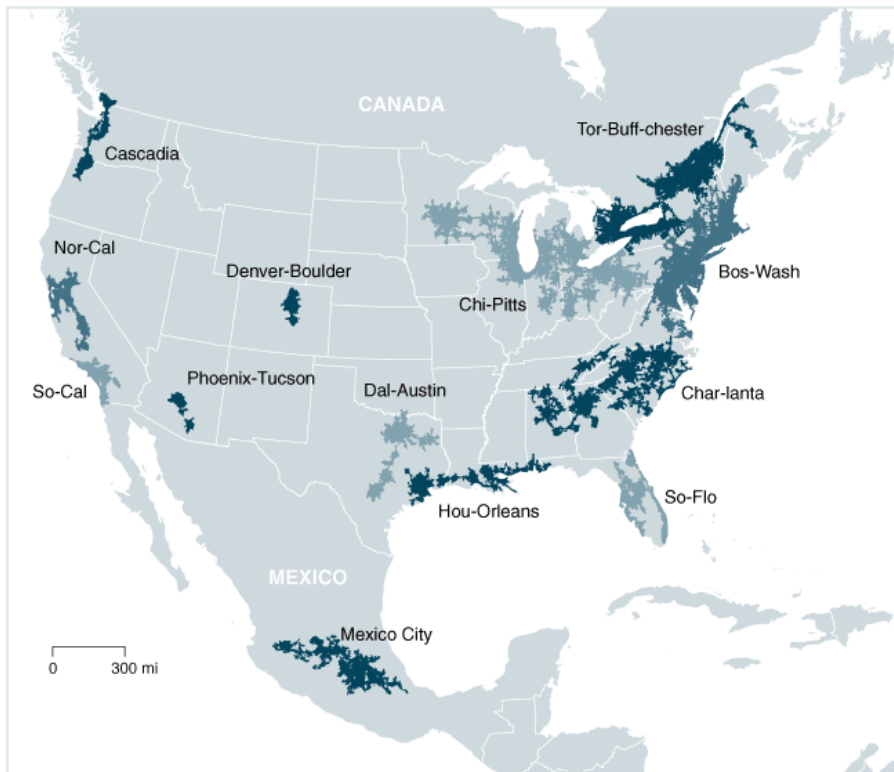
Por medio de esta nueva concepción del crecimiento económico (el mundo puntiagudo), R. Florida afirma que existe una mayor conexión entre las ciudades punteras de diferentes regiones que entre estas y ciudades de la misma región con menor grado de desarrollo (Florida, 2009).

Mientras que las teorías del mundo plano sostienen que los países en vías de desarrollo pueden incorporarse al mercado global, lo cierto es que dentro de estos países existen ciudades punteras que abarcan casi por completo el desarrollo económico del país, mientras que el grueso de la población continua vinculada a la economía campesina, generando un aumento de la tensión social (como en los casos de China o India) (Florida, 2009).

Continuando con el concepto del mundo puntiagudo surge el término de megarregión, entendida como la unidad económica principal de nuestra época (sustituyendo a los Estados-Nación). Este tipo de regiones se caracterizan por ser aglomeraciones de ciudades interconectadas, por la existencia en ellas de grandes mercados, por disponer de lugares dedicados a la actividad innovadora, personal económico cualificado y potencial económico global (Florida, 2009).

Para denominarse megarregión debe albergar una población no menor de 5 millones de habitantes y su producción económica anual debe superar los 100 millones de dólares. Con todo ello se puede establecer que existen 40 megarregiones (2009) en el mundo, de las cuales El Gran Tokio es la de mayor entidad (Florida, 2009). En la Figura 3 se muestra el mapa de las megarregiones identificadas por Florida (2009) en América del Norte.

Figura 3. Mapa de distribución de las megarregiones de América del Norte (2008).



Fuente: www.WhosYourCity.com, página web sobre el libro *Las ciudades creativas* (Florida, 2009).

Para analizar el porqué de esta concentración económica en determinadas megarregiones de este mundo puntiagudo, se alude al término de fuerzas de concentración. Las fuerzas de concentración se basan en la acumulación de personas, productividad y fuerzas creativas en un espacio. La concentración de estas fuerzas en una ubicación determinada (megarregiones) genera un aumento de las inversiones o las innovaciones, aumentando con ello el precio del suelo y un mayor coste de vida (Florida, 2009).

Las ciudades poseen la capacidad de incrementar su creatividad y su riqueza conforme aumentan su tamaño, esto se debe a la atracción que generan tanto de personas emprendedoras como de grupos de inversión. El crecimiento de estas ciudades puede derivar en la unión con ciudades de similares características, obteniendo como resultado el término anteriormente mencionado de megarregión (Florida, 2009).

4.3. *La riqueza de la ubicación*

La segunda parte del libro se centra en relacionar la ubicación de la residencia con las posibilidades económicas. Las personas creativas e innovadoras tienden a concentrarse en ciudades que ofrezcan oportunidades tanto de inversión como equipos de investigación o tecnología innovadora (Florida, 2009).

La disposición de lugares que ofrecen mayores ventajas que otros genera un conflicto de intereses en la población a la hora de elegir su lugar de residencia. Dentro de este debate entran en juego factores tanto económicos (mercado laboral), como sociales (familia y amigos). Sin embargo, hoy en día en los países desarrollados existe otro factor, el cual destaca por ser el principal factor de movilidad, el precio de la vivienda (Florida, 2009).

La concentración demográfica en torno a las anteriormente denominadas megarregiones, está derivando en la llamada fuga de cerebros de las demás regiones con menor crecimiento económico.

Personas con gran formación, niveles educativos y salarios elevados tienden a reubicarse en estas megarregiones, provocando el éxodo de personas de clase media-baja. Esto se debe al aumento del precio de la vivienda y coste de vida que genera la incorporación de personal con mayores salarios en un espacio determinado (Florida, 2009). El autor denomina a esta tendencia *migración de los medios económicos*.

Por lo tanto nos encontraremos con diferencias salariales dependiendo el lugar en el que se realiza el trabajo. Otro cambio que nos encontramos en estas ciudades desarrolladas se basa en la progresiva sustitución del empleo industrial por el empleo relacionado con el sector servicios.

Dentro de este sector servicios existen diferencias salariales notables, distinguiendo los empleos básicos del sector (dependiente, camarero, etc.) con escasa retribución, y los empleos que requieren una formación elevada, también denominados empleos de la clase creativa. El sector financiero y el dedicado a la investigación son los que mayores beneficios generan (Florida, 2009).

Los empleos destinados a satisfacer la demanda pública como la sanidad o la educación son los que menores beneficios pueden generar dentro de los llamados empleos de la clase

creativa, por lo tanto, según el autor, no sería beneficioso para la economía local generar una excesiva oferta en estos puestos de trabajo (Florida, 2009).

La base por la que se localizan las empresas punteras en los mismos lugares es la concentración. Gracias a ello un gran número de empresas consigue beneficiarse de las economías de aglomeración y abaratar costes. Existe a su vez una relación entre la concentración de estas empresas y la instalación de universidades y programas de formación en estos lugares (Florida, 2009).

El mejor indicador acerca de la demanda real de una determinada ubicación es el precio de la vivienda. Florida (2009) denomina *ciudades estrella* a aquellas ciudades en las que el precio de la vivienda es más elevado, existiendo una conexión directa entre las ciudades estrella y la fuerza de concentración.

Estas ciudades estrella se caracterizan por disponer de una oferta limitada de viviendas y destacan por disponer de una oferta de entretenimiento variada. Para el autor de la obra existen dos factores clave que determinan el aumento del precio de la vivienda (Florida, 2009):

1. Los ingresos: cuanto mayores sean, también lo será el precio de la vivienda. No esta íntegramente relacionado con los salarios, existen diferentes conceptos como la riqueza que influyen en este factor.
2. El índice bohemio-gay: entendido como la concentración de personas tanto homosexuales como bohemias en un determinado barrio o lugar. Este es el factor de mayor importancia a la hora del aumento del precio de la vivienda.

El índice bohemio-gay no implica que estos grupos paguen más por la vivienda que los demás. El aumento del precio de la vivienda está relacionado con la revitalización del área generada por la llegada de este grupo, la cual vuelve a este lugar más atractivo para la población, en especial para las personas pertenecientes a la denominada clase creativa (Florida, 2009).

Este aumento del precio de la vivienda genera que gran parte de la población de clase media-baja que residía en estos lugares tenga que cambiar de residencia con la llegada de este grupo de personas creativas. A su vez, cuando estos lugares creativos son completamente ocupados por personas acomodadas, el sitio pierde el potencial económico que había adquirido con anterioridad (Florida, 2009).

4.4. *La geografía de la felicidad*

La tercera parte del libro analiza la relación entre el lugar en el que vivimos y la posibilidad de ser felices en el mismo. Según Florida (2009) el factor de la ubicación es de similar importancia a factores como las relaciones personales, la salud o el trabajo que se desempeñará.

Para obtener conclusiones, el autor se basa en encuestas realizadas por medio de la Organización Gallup a un porcentaje elevado de habitantes (en torno a 27.000 personas) de los Estados Unidos. Los resultados obtenidos muestran conclusiones del todo inesperadas, siendo de mayor importancia para la felicidad de las personas la ubicación que los ingresos.

El nombre del programa, llevado a cabo por la Organización Gallup, se denominó *Estudio sobre ubicación y felicidad*. Las encuestas que se realizaron en este programa se dividieron en cinco categorías principales: seguridad física y económica, servicios básicos, liderazgo (tanto político como empresarial), apertura y estética.

Uno de los factores de mayor importancia en esta encuesta es el de la estética de la ciudad, dentro de esta categoría, la belleza física de las comunidades es el elemento estético de mayor importancia de cara a la felicidad, lo cual nos lleva a la conclusión de que la gente está dispuesta a pagar más por ubicaciones agradables estéticamente (Florida, 2009).

Los servicios básicos también juegan un papel de gran necesidad a la hora de valorar el grado de felicidad, siendo los relacionados con la educación primaria y la educación secundaria los que más se valoren. Tras la disposición de centros educativos, la atención sanitaria es el servicio básico de mayor importancia (Florida, 2009).

Otro de los factores analizados en este *Estudio sobre ubicación y felicidad* es el nivel de tolerancia. En este caso cuanto mayor es el grado de tolerancia de una comunidad, mayor es el grado de felicidad dentro de la misma.

La seguridad física y económica es otro de los factores presente en la encuesta. La seguridad física se refiere al grado de criminalidad, drogadicción, etc. mientras que la seguridad económica hace referencia al mercado laboral. Existe una mayor preocupación por la seguridad económica que por la seguridad física.

El liderazgo, entendido como la eficacia de los líderes tanto políticos como empresariales es el último de los factores presentes en el *Estudio sobre ubicación y felicidad*, la importancia del mismo respecto al grado de felicidad es la menor de los cinco factores existentes en el estudio (Florida, 2009).

Con todo ello, según Florida (2009) es necesario que exista un equilibrio entre lo que buscamos y lo que una localización pueda ofrecernos, siendo las personas más felices en las comunidades que mejor se ajusten a sus personalidades. Esta situación nos lleva a poder diferenciarse agrupaciones de personas con personalidades similares en ubicaciones concretas (Florida, 2009).

Existe un debate en torno a qué fue primero, la concentración de personas con personalidades similares, o la ciudad como polo de atracción de personalidades concretas. Según Florida (2009) existen ubicaciones concretas en las que predomina una mayor cantidad de población con cualidades creativas.

4.5. *Donde vivimos ahora*

La cuarta parte del libro describe las tres etapas a lo largo de la vida en las que existen diferentes necesidades de ubicación: jóvenes solteros, matrimonios con hijos y padres cuyos hijos ya se han emancipado. Esto se debe a la existencia de diferentes factores que influyen en las prioridades de ubicación en cada una de estas etapas.

Pese a que nos encontremos ante distintas necesidades a lo largo de las tres etapas anteriormente citadas, lo cierto es que cada ciudad no se especializa en satisfacer las necesidades de una población concreta. Según la tesis expuesta por Florida (2009) cada ciudad procura cubrir las demandas de todos los habitantes.

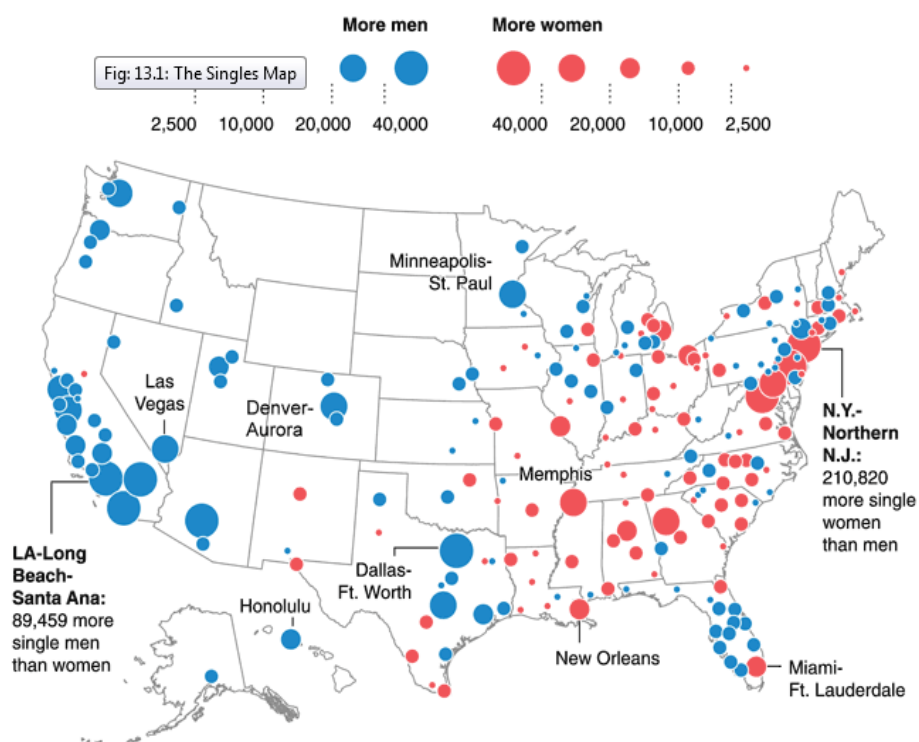
La primera etapa que implica un cambio de ubicación en una gran parte de la población corresponde a los jóvenes que han cursado estudios superiores, pudiendo distinguirse dos categorías: los recién licenciados (personas de entre 20 y 29 años) y los profesionales jóvenes (personas con edades entre los 30 y 40 años).

De las tres etapas que se analizan en esta obra, son los jóvenes cualificados los que mayores probabilidades tienen de cambiar de ubicación, las posibilidades de partir aumentan exponencialmente atendiendo al nivel educativo. Esta capacidad de trasladarse

disminuye notablemente con la edad, por lo tanto, la pérdida de población joven en una determinada localidad difícilmente podrá ser reemplazada (Florida, 2009).

Para la gente joven que ha cursado estudios superiores, la búsqueda de un trabajo es uno de los factores fundamentales a la hora de buscar una residencia, sin embargo existen otros factores que también pueden influir a la hora de tomar esta decisión, como el ocio (bares, restaurantes, etc.) o la necesidad de buscar una pareja. A este respecto, como puede observarse en la Figura 4, el libro concernido muestra un mapa de las localidades de EEUU donde teóricamente existen más o menos probabilidades de encontrar una potencial pareja, en función de si hay más hombres o mujeres sin contraer matrimonio.

Figura 4. Mapa de distribución geográfica de localidades de EEUU en función de si hay más hombres o mujeres sin contraer matrimonio de 18 a 64 años (2008).



Fuente: www.WhosYourCity.com, página web sobre el libro *Las ciudades creativas* (Florida, 2009).

La concentración de jóvenes cualificados en determinados barrios urbanos puede influir en la segregación del espacio urbano, debido a que las familias con rentas bajas son desplazadas por la llegada de estos jóvenes cualificados y el consiguiente aumento del precio de la vivienda (Florida, 2009).

La segunda etapa en la que existen mayores posibilidades de cambiar de ubicación se da cuando se tienen hijos. Un gran número de parejas (menor que en el caso de los jóvenes cualificados) decide trasladarse una vez han tenido un hijo. En este caso, el factor que más influye a la hora de elegir la ubicación es el del sistema educativo de la ciudad a la que se desea trasladar (Florida, 2009).

La obsolescencia del sistema educativo actual es un punto de especial preocupación para las parejas con hijos. El autor de la obra concernida expone la necesidad de un cambio en el mismo, debido a que este sistema educativo está ajustado a las necesidades industriales, dejando sin reflejar las necesidades de la realidad creativa actual.

Otro de los elementos de mayor importancia para las familias que se plantean tener hijos es la seguridad de los mismos, y la posibilidad de que no necesiten estar vigilados fuera de casa (lo cual limitaría drásticamente la creatividad infantil) (Florida, 2009).

El último elemento de importancia a la hora de analizar los cambios de residencia de estas parejas con hijos, es el del nivel socioeconómico. Existe una tendencia a la concentración de parejas con niveles de estudios similares (siendo los salarios procedentes de los trabajos cualificados notablemente superiores al resto), lo cual genera unas diferencias a la hora de ubicarse entre parejas con trabajos cualificados y parejas con trabajos no cualificados (Florida, 2009).

La tercera etapa en la cual existe una gran posibilidad de cambiar de residencia coincide con la marcha de los hijos de la residencia familiar. En esta etapa, al igual que en el primer caso, se pueden diferenciar dos categorías: personas adultas de entre 45 y 65 años y personas jubiladas (mayores de 65 años).

Dentro de esta población, los destinos con mayores preferencias están relacionados con viviendas con el precio asequible, diversidad cultural, ocio, disponibilidad de empleo, seguridad sanitaria, clima y posibilidad de entablar amistades (Florida, 2009).

4.6. *Ubíquese*

El último capítulo de la obra de Richard Florida (2009) nos ofrece una serie de herramientas prácticas (formularios para rellenar) con las cuales poder elegir la ubicación que mejor se adecue atendiendo a las necesidades de cada persona. Este capítulo cierra a

modo de resumen todos los contenidos expuestos en la obra, resaltando la importancia de elegir el lugar adecuado de residencia.

El autor destaca las ciudades creativas como lugares en los que existen un gran número de oportunidades, debido en parte a la concentración de un porcentaje elevado de personas creativas, lo cual genera una ventaja económica respecto al resto de ciudades. Sin embargo, la elección de la ubicación correcta depende de un gran número de factores (mercado laboral, cercanía a la familia, estilos de vida, etc.) que cada persona deberá ordenar atendiendo a sus prioridades (Florida, 2009).

5. Discusión de las teorías de R. Florida con base en las aportaciones de otros autores

El geógrafo Richard Florida, autor del libro *Las ciudades creativas* (Florida, 2009), goza de gran popularidad debido al éxito y la acogida que tienen sus obras. El surgimiento de un nuevo estrato social, denominado clase creativa, considerado como el nuevo motor de la economía, es una idea revulsiva en nuestra sociedad.

Sin embargo estas nuevas teorías no han sido asumidas como válidas por unanimidad entre los académicos vinculados a los sectores de la economía, la geografía o la sociología. Es por ello que a continuación se procede a analizar las críticas de mayor repercusión que ha recibido el autor Richard Florida.

5.1. Jamie Peck

Una de las críticas al modelo propuesto por Florida es la realizada por el economista político institucional Jamie Peck. Sus estudios se centran tanto en la geografía económica como en la reestructuración urbana. En este caso se analiza el artículo denominado *Luchando con la clase creativa* (Peck, 2005), en el que se estudia la viabilidad del modelo de Florida.

En los primeros esbozos de la tesis trazada por Peck (2005) se expone este nuevo concepto de clase creativa como un producto de las nuevas políticas urbanas de corte neoliberal, quedando disfrazada bajo el nombre de política cultural. La necesidad de agrupación de esta clase creativa deriva del hecho de que Florida los considera como los nuevos líderes naturales (Peck, 2005).

Las desigualdades sociales y el incremento de los precios de las viviendas, generados por la llegada de esta clase creativa a un determinado espacio urbano, es uno de los puntos que según el autor de esta tesis no se ha profundizado por parte de Florida. Ante este problema y sin establecer una solución, Florida opta por que los creativos sean los que busquen una alternativa apropiada (Peck, 2005).

La tercera T en la cual se apoya la explicación del crecimiento económico, la Tolerancia, es la de mayor peso dentro del modelo propuesto por Florida. Es en este momento cuando hacen su aparición una gran cantidad de índices de toda clase (índice bohemio-gay, el número de patentes registradas por habitante, etc.) con los cuales se vincula directamente la tolerancia al aumento de la creatividad (Peck, 2005).

El siguiente paso seguido por Florida tras la aparición de estos índices, es el de establecer unas tablas clasificatorias en las que figuran las diferentes ciudades de Estados Unidos. Estas tablas son, según Peck (2005), el elemento principal del éxito alcanzado por Richard Florida, debido a que nada puede llamar más la atención de los medios de comunicación que un ranking de ciudades.

Unido a la llegada de estas tablas, y con la creatividad en boca de todo el mundo, un gran número de líderes locales comenzaron a aplicar medidas que permitieran situar a sus ciudades en puestos de mayor repercusión. Sin embargo, para lograr escalar en la tabla, en muchas ocasiones era necesario contratar (desembolsando grandes cantidades de dinero) a consultoras tales como Catalytix, perteneciente al Grupo de Creatividad Richard Florida (Peck, 2005).

Las propuestas que Florida maneja para fomentar la creatividad (subvenciones a las artes a pequeña escala, creatividad comunitaria, inversión en actividades culturales, etc.) carecen de consistencia, siendo según Peck (2005) excesivamente simplistas y conformistas. En este sentido las ideas de Florida pueden haber tenido una gran repercusión no por el hecho de ser revolucionarias, al contrario, por ser muy modestas (Peck, 2005).

Según Peck (2005), el éxito de la clase creativa como teoría radica en la predisposición a aceptar que el crecimiento económico es fruto de la creatividad, siendo una combinación de gran atractivo tanto mediático como político de cara a una época de gran competitividad como la actual.

5.2. Allen John Scott

Allen John Scott es profesor (retirado en 2013) de geografía y políticas públicas en la Universidad de California (Los Ángeles). En este trabajo se procede a analizar una de sus obras referentes a las ciudades creativas: *¿Capitalismo y urbanización en una nueva clave? La dimensión cognitivo-cultural* (Scott, 2007).

Scott vincula el concepto de la clase creativa a la llamada nueva economía, la cual recibe el nombre de economía cognitivo-cultural. Esta nueva economía abarca los denominados sectores clave (comercios, finanzas, investigación, etc.), los cuales han evolucionado mediante la tecnología digital y se encuentran a la cabeza de las economías avanzadas. Estos sectores se caracterizan a su vez por mantener unas relaciones de empleo sujetas a la flexibilización y por enfrentarse a una feroz competencia debido al efecto de la globalización (Scott, 2007).

Con esta explicación de la denominada economía cognitivo-cultural, Scott presenta una alternativa a las teorías propuestas por Richard Florida relacionadas con la clase creativa. Las fuerzas económicas cognitivo-culturales se expanden con gran rapidez por las grandes áreas metropolitanas, dando lugar a diferentes clases de trabajadores (Scott, 2007).

Según Scott (2007) en este nuevo modelo de economía capitalista destacan tres clases de trabajos, existiendo grandes desigualdades económicas entre los mismos:

- En el nivel superior de producción encontraremos los trabajos cognitivo-culturales, se basa en los trabajos que requieren gran cantidad de capital humano, y que mayoritariamente se encuentran bien remunerados.
- Tras esta escala superior nos encontramos con los trabajos dedicados a la producción manual, los cuales tienen unos salarios considerablemente menores.
- Por último, nos encontraremos con los empleos domésticos que demanda la población con altos salarios (jardinería, limpieza, etc.). Estos trabajos serán los de una menor remuneración y generalmente serán realizados por personas inmigrantes.

La clase creativa que propone Florida es según Scott (2007) excesivamente amplia, sin embargo, el error de mayor peso se basa en considerar que todos los individuos que componen esta clase privilegiada tengan el don de la creatividad. Dentro del amplio rango de trabajos que abarca la clase creativa, gran parte de la población se encuentra encasillada

en ocupaciones monótonas y rutinarias, las cuales carecen de la creatividad que les otorga Florida (Scott, 2007).

La revitalización de las antiguas áreas industriales y comerciales, propuesta por Florida, tiene como finalidad la creación de una nueva imagen de la ciudad. Según Scott esta nueva imagen de la ciudad contribuye a la pérdida de la memoria colectiva local, y a la pérdida de los lugares destinados a la creatividad (Scott, 2007; Duarte-Bernal, 2013)

Como conclusión a esta crítica, Allen John Scott afirma que el encargado de marcar la trayectoria del crecimiento económico de una ciudad es el sistema de producción urbano (actividades industriales y servicios), y no la aparición de una gran cantidad de mano de obra creativa como sugiere Richard Florida (Scott, 2007).

5.3. Steven Malanga

La siguiente crítica a las teorías de Richard Florida procede de Steven Malanga, editor colaborador del City Journal y miembro senior del Manhattan Institute. Su obra llamada *La maldición de la clase creativa* (Malanga, 2004), rechaza rotundamente, desde una perspectiva conservadora, las teorías referentes a esta nueva clase creativa.

Para Malanga (2004) la aportación de índices por parte de Florida con el fin de encontrar las ciudades más creativas (índice bohemio-gay, concentración de trabajadores de conocimiento, etc.), permitió a Florida realizar profundos saltos de fe en sus conclusiones. La existencia de crecimiento económico en una ciudad, unida a estos índices le sirvió para establecer relaciones causales entre ambos, llegando a la conclusión de que la clase creativa es el motor de la nueva economía.

La clave del éxito de Florida, según Malanga (2004), consiste en haber calado profundamente en toda una generación de jóvenes trabajadores y emprendedores, vinculados a sectores tecnológicos, consiguiendo unir el modelo de trabajo burgués y la cultura bohemia (Malanga, 2004).

Malanga (2004) expone que la creatividad existente en las ciudades no es fruto de la planificación gubernamental, siendo más bien producto del desarrollo espontáneo de las mismas ciudades y estando financiada por medio del sector privado. Una mayor inversión en cultura por parte de las administraciones (propuesta de Florida) no garantiza el crecimiento económico de la ciudad (Malanga, 2004).

Como muestra de la equivocación de las teorías de Florida, se analizan en el artículo los indicadores económicos más básicos (empleos de alto rendimiento, cambios de residencia, impuestos, etc.), llegando a la conclusión de que las ciudades que según Florida mayores niveles de creatividad ofrecen no son la panacea del crecimiento económico (Malanga, 2004).

5.4. George Yúdice

Continuando con las críticas referentes al modelo de ciudad creativa propuesto por Florida, nos encontramos con la realizada por George Yúdice, profesor estadounidense en el American Studies Program y en el Departamento de español y portugués de la Universidad de Nueva York.

En su obra *Modelos de desarrollo cultural urbano: ¿gentrificación o urbanismo social?*, Yúdice (2008) aborda uno de los principales escollos a los que debe hacer frente la teoría de la clase creativa, el de la segregación social. Para ello, el autor del artículo, comienza exponiendo un aumento de la segregación en los Estados Unidos durante los últimos años.

Según Yúdice (2008) ante la tendencia a pensar que el multiculturalismo es sinónimo de un aumento de las relaciones entre las diferentes culturas, la realidad muestra un punto de vista completamente opuesto.

Existe la necesidad de establecer una nueva imagen de la ciudad por medio de la sustitución de la población marginal residente en los barrios céntricos. Esta *limpieza social*, como la denomina Yúdice, tiene como fin el establecimiento en estos barrios de una población con mayor poder adquisitivo (Yúdice, 2008). Como ejemplos de este intento de limpieza Yúdice (2008) expone dos casos: el barrio del Raval de Barcelona (con la construcción del Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona) y el área metropolitana de Bilbao (con la creación del museo Guggenheim).

Richard Florida en su libro *La clase creativa: La transformación de la cultura, del trabajo y del ocio en el siglo XXI* (Florida, 2010) afirma que la diversidad es el elemento necesario para que se genere creatividad, esta diversidad se encuentra relacionada con el posterior crecimiento económico. Sin embargo, según Yúdice (2008), la diversidad sin los correspondientes lazos de sociabilidad es insuficiente para generar riqueza.

Unido a esta teoría propuesta por Yúdice (2008), se toman dos ejemplos referentes a ciudades de América Latina: Bogotá y Medellín. En ambos casos nos encontramos ante ciudades en vías de desarrollo, con elevadas tasas de asesinatos. No obstante desde finales del siglo XX, los alcaldes de estas ciudades colombianas han optado por fomentar la creatividad, con el fin de resolver los problemas que padecen.

Según Yúdice (2008), de haber seguido el modelo propuesto por Florida, la tónica hubiera sido la de expulsar a las clases marginales de los centros con el fin de atraer a las clases creativas a los mismos. Pero las administraciones locales de Bogotá y Medellín han optado por fomentar las condiciones urbanas para los residentes (construyendo metros, escuelas, bibliotecas, etc.), en vez de preparar estos barrios para gente más adinerada.

Como conclusión, el autor de este artículo propone fomentar este tipo de prácticas destinadas al desarrollo urbano sostenible, aprovechando el potencial cultural de la población residente (Yúdice, 2008).

5.5. Elsa Vivant

Profesora titular de Planificación Urbana en el Instituto Francés de Planificación Urbana, los estudios de investigación de E. Vivant se centran en las ciudades creativas. Su artículo *Creativos en la ciudad: contradicciones urbanas de las ciudades creativas* (Vivant, 2013) aborda temas como la precariedad laboral existente dentro de las ciudades creativas.

En este artículo la crítica se centra en los efectos negativos que genera uno de los elementos de mayor peso en la explicación de la clase creativa de Richard Florida, la flexibilización existente en el mundo puntiagudo (Florida, 2009). Las políticas neoliberales referentes a la flexibilidad laboral abanderadas por Richard Florida generan precariedad e incertidumbre en los mercados (Vivant, 2013).

Vivant (2013) califica de *cool y funky* el modelo urbano propuesto por Florida (2009), al suponer que el crecimiento económico es el resultado del aumento de las industrias creativas, no se tiene en cuenta que estas pertenecen a un sector económico caracterizado por la ambición empresarial, los contratos temporales y los salarios mínimos interprofesionales (Vivant, 2013).

Según Vivant (2013) muchos de los empleos creativos están seriamente amenazados por la deslocalización lo cual otorga especial importancia al precio del suelo urbano. La

subcontratación o la contratación en función de las necesidades del proyecto pueden condicionar los salarios de los trabajadores.

Sin embargo, Vivant (2013) atestigua que no existen suficientes evidencias para afirmar que el empleo creativo esté ligado en su mayor parte a la precariedad. Lo que sí existe con claridad es un desplazamiento de los trabajadores creativos, los cuales en vez de iniciar sus propios proyectos se ven obligados a trabajar para empresas subcontratadoras (Vivant, 2013).

Otro de los problemas a los que debe enfrentarse el trabajador creativo según Vivant (2013) es el despliegue de redes obligatorias fuera del horario de trabajo (reuniones profesionales, asistencia a eventos, fiestas, etc.) las cuales denomina prácticas de gestión informal y juegan un papel fundamental a la hora de disponer de un buen puesto de trabajo.

Para finalizar, la autora de este artículo destaca otro tipo de problemas a los que deben hacer frente los trabajadores creativos como la actualización continua de las habilidades, la competencia individual, la ausencia de fronteras o la autoevaluación permanente (Vivant, 2013).

5.6. Sam Wetherell

La última crítica al modelo propuesto por Richard Florida (2009) que se analiza en este apartado corresponde a Sam Wetherell, del Departamento de Historia de la Universidad de York. El artículo analizado se denomina *La clase creativa desatada: Richard Florida se disculpa* (Wetherell, 2017).

Se ha escogido este artículo a modo de conclusión del quinto apartado debido a que abarca la evolución de las teorías propuestas por Richard Florida durante los 15 años que tienen de vida. Se muestra como tras una aparición estelar, las teorías de la clase creativa han perdido credibilidad conforme avanzaba el tiempo (Wetherell, 2017).

Las soluciones informales propuestas por Florida (2009) para fomentar la llegada de la clase creativa y por ende, el crecimiento económico (creación de locales, galerías de arte, bares modernos, etc.) no han derivado en la mejora económica de aquellas ciudades que siguieron este tipo de políticas (Wetherell, 2017).

Según Wetherell (2017) el ascenso de la clase creativa en una determinada ciudad propicia únicamente el crecimiento económico de la población rica, aumentando las desigualdades

existentes entre la población. Esta situación genera un aumento de la conflictividad en los suburbios, lugares a los que la población sin los suficientes recursos económicos se desplaza.

Otro de los puntos de especial importancia en este artículo de Wetherell (2017) es el análisis que se realiza al último libro escrito por Richard Florida *La nueva crisis urbana* (Florida, 2017). Según Wetherell (2017), el autor sobre el cual gira este Trabajo de Fin de Grado, Richard Florida, admite en dicha obra de 2017 parte de su equivocación argumentando que las clases creativas se han apoderado de muchas de las denominadas ciudades estrella estrangulándolas hasta la muerte.

En este último libro escrito por Florida *La nueva crisis urbana* (2017) se expone la crisis urbana como el principal problema de los países desarrollados, siendo denominada como la crisis del capitalismo contemporáneo. Sin embargo, las medidas propuestas por Florida (2017) para hacerle frente (viviendas asequibles, sector servicios mejor remunerado, mayores inversiones en infraestructuras, etc.) son del todo simplistas para Wetherell (2017).

6. Conclusiones y valoración personal

Richard Florida es el autor más influyente de los últimos tiempos sobre las implicaciones de la clase creativa (entendida como la población que trabaja en sectores creativos como innovación y desarrollo, edición, software, comunicación, diseño, publicidad, arquitectura, artesanía, moda y artes) en la dinámica de las ciudades y en el crecimiento económico. La propuesta de Florida se basa en vincular el crecimiento económico a las llamadas 3 T: tecnología, talento y tolerancia. Las ciudades que dispongan de una mayor proporción de estos tres factores, serán las que alberguen un mayor número de personas creativas y consecuentemente un mayor crecimiento económico (Florida, 2009).

Los postulados de R. Florida acerca de la clase creativa tienen su origen en el año 2002, estando su teoría principal (un nuevo extracto social dedicado a actividades creativas propulsor del crecimiento económico de las ciudades) respaldada por una serie de índices (índice bohemio-gay, número de patentes, etc.) que otorgaron una aparente solidez a sus argumentos (Wetherell, 2017).

En el contexto postindustrial de finales del siglo XX y comienzos del XXI, tanto organismos supranacionales como líderes políticos y empresas aceptaron que la cultura y la creatividad podían convertirse en el nuevo motor de las ciudades y suplantarse al sector financiero como el principal exponente del crecimiento económico (Prada-Trigo, 2015). Muestra de ello, UNESCO agrupa desde 2004 a una *Red de Ciudades Creativas* que ponen el foco en la creatividad como factor estratégico de desarrollo urbano posicionando la creatividad y las industrias culturales en el centro de su plan de desarrollo local (UNESCO, 2018).

Sin embargo, ante la aceptación generalizada de las teorías creativas por gran parte de la población, incluyendo tanto a líderes políticos como empresarios, en el ámbito académico comenzaron a observar con cierto escepticismo este auge del concepto de clase creativa y sus derivados (ciudades creativas, industrias culturales, etc.) (Herrera-Medina *et al.*, 2013).

A modo de valoración personal, considero que el geógrafo David Harvey afirma con gran acierto que los postulados de Richard Florida se basan en teorías neoliberales que han provocado que la creatividad, entendida como la capacidad que dispone el ser humano para crear, desarrollar o inventar, en la época actual haya pasado a ser una mercancía con la que poder comerciar (Harvey, 2008).

Además, pienso que tal y como apunta Yúdice (2008), en muchos casos las teorías de Florida han justificado obras de rehabilitación urbana planteadas de un modo elitista, desencadenando procesos de gentrificación en barrios obreros con ubicaciones atractivas. De alguna forma las teorías de Florida (2009) facilitan que se puedan incrementar de forma desmedida los precios de la vivienda, expulsando a los habitantes originales y segregándolos espacialmente de los profesionales de altos ingresos que se instalan en los sectores rehabilitados. En mi opinión Florida (2009) tendría que haber previsto en sus postulados la necesidad de regular los precios de la vivienda para evitar la segregación espacial de la población por nivel socioeconómico.

Cabe señalar que si bien actualmente están también en auge procesos de gentrificación urbana debidos a la proliferación de *pisos turísticos* de alquiler vacacional en ciertas ciudades (Yrigoy, 2017), este factor no está recogido en la obra de Florida (2009) porque basa sus teorías en el lugar de residencia y trabajo, sin entrar en aspectos de desplazamientos vacacionales.

En mi opinión, la población que se considera según Florida (2009) perteneciente a la clase creativa está en último término influenciada, como el resto de la población, por las situaciones que dicten los mercados, siendo en mi opinión improbable que esta clase creativa dirija el rumbo de la nueva economía. Las variaciones que se generan en los mercados actuales (crisis cíclicas, periodos de reconversión industrial, inflación, burbuja inmobiliaria, etc.) hacen imposible prever el rumbo de la economía a medio y largo plazo.

En este mundo globalizado en el que las conexiones entre países y entre ciudades abarcan la totalidad del planeta, exponer teorías que favorezcan la competitividad de una ciudad puede implicar como consecuencia un aumento de las desigualdades socioeconómicas dentro de la misma, dado que actualmente las reducciones de salarios, los contratos temporales o las deslocalizaciones empresariales son las recetas empleadas por los empresarios para competir económicamente (Wetherell, 2017).

El planteamiento de la existencia de una clase denominada *creativa* no es por sí mismo un motivo de crítica, sin embargo concebirla como el nuevo motor económico es en mi opinión un planteamiento excesivamente desproporcionado. En lo que sí coincido con Florida es en la importancia de fomentar la innovación como medio para favorecer la economía. Esto en mi opinión es positivo siempre que se acompañe de medidas para garantizar un adecuado reparto de la riqueza entre la población. La Estrategia Europa 2020 de la Comisión Europea (2010b) recoge el objetivo de invertir en el horizonte del año 2020 el 3% del PIB de la UE en I+D. En este sentido me preocupa que por ejemplo en Euskadi la inversión en I+D haya descendido del 2,09% del PIB en 2012 al 1,82% en 2016 (Eustat, 2018).

La diferencia de estratos socioeconómicos en la población es algo que Richard Florida (2009) pasa muy por encima o evita, ya que según Florida cualquier persona con talento puede incluirse dentro de la *clase creativa* y disfrutar de las facilidades que de ella derivan. Pero el autor pasa por alto el distinto poder adquisitivo de la población, ya que buena parte de la misma no dispone de dinero para poder ir a la Universidad, cambiar de residencia o emprender un trabajo por cuenta propia.

Las personas con una situación económica favorable pueden ver con buenos ojos las teorías creativas, dado que pueden dedicarse con mayor probabilidad a los trabajos que mejor satisfagan sus necesidades tanto económicas como creativas. Sin embargo, habría

que plantearse que quizás buena parte de la población tiene serias dificultades poder elegir su lugar de trabajo o de residencia.

Desde mi punto de vista es de especial interés situar el contexto histórico en el que comenzaron a circular las teorías propuestas por Richard Florida (año 2002 en adelante). La situación a escala global podría considerarse como un periodo de crecimiento económico generalizado, y en esa etapa la aceptación de las propuestas de Florida pudo tener mayor calado.

Sin embargo, la llegada del año 2008 trajo consigo una profunda crisis en el sector financiero (cuyo origen tuvo lugar en EEUU), la cual derivó en un periodo de recesión económica mundial. Esta Gran Recesión iniciada en 2008 fue especialmente significativa en países occidentales donde comenzaron a emplearse políticas drásticas para evitar el colapso de los Estados-Nación, los bancos comenzaron a quebrar y las empresas tuvieron que despedir a una gran cantidad de empleados (Ball, 2014).

La clase creativa nada pudo hacer frente al efecto dominó generado por la crisis financiera de la Gran Recesión. En mi opinión Richard Florida con sus teorías de la *clase creativa* pone el énfasis en segmentos de la población con poder adquisitivo elevado, que pueden verse golpeados por los efectos de una crisis económica, pero siguen disponiendo de mayor facilidad que el resto de la población para cursar estudios universitarios, permitirse vacaciones o elegir su lugar de residencia.

De esta forma, pienso que las teorías de la clase creativa se suman a una extensa lista de soluciones proporcionadas por una élite intelectual la cual puede haber adquirido grandes conocimientos teóricos sobre la población trabajadora, pero que rara vez trabajará en un empleo precario.

En cualquier caso, como investigación futura considero que sería interesante realizar un seguimiento de las teorías de Richard Florida, dado que desde fechas muy recientes ha aportado nuevas ideas en su nuevo libro publicado en 2017 titulado *La nueva crisis urbana*.

7. Bibliografía

- Ball, L. (2014) Long term damage from the Great Recession in OECD countries. *European Journal of Economics and Economic Policies*, nº 11, pp 149-160.
- Bianchini, F. y Landry, C. (1995) *The creative city*. Demos, London.
- Comisión Europea (2010a) *Libro Verde sobre el potencial de las industrias culturales y creativas*. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52010DC0183&from=ES>
- Comisión Europea (2010b) *Europa 2020: la estrategia de la Unión Europea para el crecimiento y la ocupación*. Disponible en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:em0028&from=ES>
- Duarte-Bernal, D. (2013) De las ciudades creativas a los ciudadanos creativos: gestión cultural en modelos colaborativos de espacios comunes. *Haz tu tesis en cultura, Fondo de investigación 2013*, Santiago de Chile. pp. 16-35. Disponible en: <http://www.observatoriocultural.gob.cl/wp-content/uploads/2015/05/httc-ciudad-creatividad.pdf>
- Eustat (2018) Gasto en I+D (% sobre PIB) en Euskadi entre 2000 y 2016. Disponible en: http://www.eustat.eus/web/comun/ExtractorElem.ashx?id=0001020g_c.jpg&tipo=i
- Florida, R. (2009) *Las ciudades creativas. Por qué donde vives puede ser la decisión más importante de tu vida*. Paidós Iberica, Barcelona.
- Florida, R. (2010) *La clase creativa: La transformación de la cultura, del trabajo y del ocio en el siglo XXI*. Paidós Iberica, Barcelona.
- Florida, R. (2017) *The new urban crisis*. Basic Book, New York.
- Ghelfi, D. (2005) *El motor de la creatividad en la economía creativa: entrevista a John Howkins*. OMPI Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Disponible en: http://www.wipo.int/sme/es/documents/cr_interview_howkins.html
- Google Académico (2018) *Label: urban planning*. Disponible en: https://scholar.google.es/citations?view_op=search_authors&hl=es&mauthors=label:urban_planning
- Harvey, D. (2008) El neoliberalismo como destrucción creativa. *Apuntes del CENES*, nº 4. pp. 10-34. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4949778>

- Herrera-Medina, E., Bonilla-Estévez, H., Molina-Prieto, L.F. (2013) Ciudades creativas: ¿paradigma económico para el diseño y la planeación urbana? *Bitácora Urbano Territorial*, n° 22, pp. 11-20. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5001848>
- Howkins, J. (2001) *The creative economy: how people make money from ideas*. Penguin Books, London.
- Malanga, S. (2004) La maldición de la clase creativa. *City Journal*, n° 14. pp: 36-45. Disponible en: <https://www.city-journal.org/html/curse-creative-class-12491.html>
- Maldonado, A. (2012) Ciudades Creativas Informe Interno. *Arquimagazine*, n°6. pp. 1-27. Disponible en: <http://www.arquimagazine.com/5311/ciudades-creativas/>
- Ortiz-Barba, I. (2011) Reseña La ciudad creativa. Un juego de herramientas para innovadores urbanos de Charles Landry. *Acta Republicana Política y Sociedad*, n° 10-11, pp. 109-112. Disponible en: http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/republicana/volumenes/rep10_11.htm
- Peck, J. (2005) Luchando con la clase creativa. *Revista Internacional de Investigación Urbana y Regional*, n° 4, pp. 740-770. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/4761497_Struggling_With_the_Creative_Class
- PNUD y UNESCO (2014) *Informe sobre la Economía Creativa Edición Especial 2013*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). pp. 15-21. Disponible en: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
- Prada-Trigo, J. (2015) El debate de la creatividad y la economía en las ciudades actuales y el papel de los diferentes actores: algunas evidencias a partir del caso de estudio de Madrid. *Investigaciones Geográficas*, n° 87, pp. 62-75. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0188461115300170>
- Scott, A.J. (2007) *¿Capitalismo y urbanización en una nueva clave? La dimensión cognitivo-cultural*. *Tabula Rasa*, n° 6, pp. 195-217. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-24892007000100010&script=sci_arttext&tlng=en

UNESCO (2018) *Red de ciudades creativas*. Disponible en: <https://es.unesco.org/creative-cities/content/ciudades-creativas>

Vivant, E. (2013) Creativos en la ciudad: contradicciones urbanas de las ciudades creativas. *Ciudad, Cultura y Sociedad*, nº 2, pp. 57-63. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877916613000350>

Wetherell, S. (2017) *La clase creativa desatada: Richard Florida se disculpa*. Nexos. La brújula. El blog de la metrópoli. Disponible en: <https://labrujula.nexos.com.mx/?p=1600>

Yrigoy, I. (2017) Airbnb en Menorca: ¿Una nueva gentrificación turística?: Localización de la vivienda turística, agentes e impactos sobre el alquiler residencial. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, nº 580. Disponible en: <http://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/18573/22698>

Yúdice, G. (2008) Modelos de desarrollo cultural urbano: ¿gentrificación o urbanismo social? *Laboratorio de cultura urbana. Alteridades*, nº 36, pp. 47-61. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-70172008000200005&script=sci_arttext