

CLASE CREATIVA Y FACTORES DE UBICACIÓN: LAS CAPITALES AUTONÓMICAS ESPAÑOLAS THE CREATIVE CLASS AND LOCATION FACTORS IN SPANISH REGIONAL CAPITALS

Antonia SÁEZ CALA*

RESUMEN

La evidencia empírica constata una relación clara entre el logro económico y la presencia de capital humano cualificado. Determinar el tamaño y la distribución de la clase creativa en las ciudades autonómicas españolas a principios del siglo XXI constituye el principal objetivo de este trabajo. Asimismo, es objeto de investigación la probable relación entre la presencia de clase creativa y la posible relevancia de factores como la tolerancia y la diversidad para atraer a los miembros de la clase creativa.

Los hallazgos manifiestan una distribución desequilibrada y compleja de la clase creativa en las capitales autonómicas. Además, similares niveles de tolerancia se corresponden con volúmenes diversos de clase creativa y los factores del entorno social no siempre atraen y retienen a la clase creativa en las capitales autonómicas.

Palabras clave: clase creativa, factores de localización del talento, capitales autonómicas, España.

ABSTRACT

The empirical evidence finds a clear link between economic success and the presence of skilled human capital. Determining the size and distribution of the creative class in the Spanish regional capitals at the beginning of the Twenty-first century is the main aim of this paper. Also, the possible relationship between the presence of the creative class and the likely relevance of factors such as tolerance and diversity to attract members of the creative class is under investigation.

The findings show a complex and unbalanced distribution of the creative class in regional capitals. Furthermore, similar values of tolerance and diversity do not match one single creative class size and social environmental factors do not always attract and retain the creative class in the Spanish regional capitals

Keywords: creative class, talent locational factors, regional capitals, Spain.

* Antonia Sáez Cala (antonia.saez@uam.es) es Profesora Titular de Economía Aplicada de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Autónoma de Madrid, España.

Este texto se enmarca en el proyecto de investigación «Las ciudades españolas en la etapa autonómica (1978-2012). Dinámicas, procesos y políticas», financiado por el Plan Nacional de Investigación I+D+i del Ministerio de Economía y Competitividad para el período 2010-2013 (Código: CSO 2009-11261-(Subprograma GEOG)).

1. Introducción

En el proceso de cambio estructural de las áreas urbanas se asiste desde los años ochenta del siglo XX, a un aumento notable del número de personas que desempeñan trabajos creativos. Esta denominada clase creativa, término acuñado por Richard Florida, puede llegar a representar entre el 25 y el 30% de la fuerza de trabajo en los países más desarrollados y generar cerca de la mitad de los ingresos laborales como sucede en el caso de la economía estadounidense (Florida, 2002; 2012). Se estima que alrededor de un tercio de los trabajadores en las economías avanzadas trabajan en actividades creativas, que incluyen categorías profesionales tales como científicos, ingenieros, artistas, músicos, diseñadores, investigadores, profesionales del conocimiento, entre otras.

La creatividad, entendida como generación de conocimiento, se ha convertido en las últimas décadas en un factor productivo básico y en el impulso primordial del crecimiento y desarrollo de las ciudades (Florida, 2005). Está alterando de manera drástica las ventajas competitivas de las áreas urbanas. Es más, autores como Florida (2002) piensan que la población creativa es el recurso fundamental, pues las ciudades que presentan concentraciones importantes de trabajadores creativos obtienen una ventaja competitiva manifiesta, se convierten en polos de innovación de primera línea y en las principales zonas de localización de empresas de alta tecnología. Pero, no siempre en todos los entornos urbanos la simple presencia de clase creativa es suficiente para que éstos se transformen en centros innovadores, sino que en ello juega también un papel importante su estructura productiva.

Estos centros de la clase creativa, resultado de la reorganización demográfica que viene produciéndose desde finales del siglo XX, tienen mayores posibilidades de erigirse en ganadores económicos, ya que su gran densidad de individuos creativos facilita las interacciones, al tiempo que crea un entorno social más proclive al comportamiento innovador (Desrochers y Leppälä, 2011). Los individuos atrapados en redes de intercambio densas se encuentran en mejor posición para adquirir información valiosa e indagar su completo significado que aquellos más aislados socialmente (Scott, 2010).

No obstante, los miembros de la clase creativa tienen una alta movilidad, mayor en el contexto norteamericano que en el europeo (Martin-Brelot *et al.*, 2010), y se ven atraídos hacia lugares cuyos estilos de vida se caracterizan por una tolerancia, una apertura a las minorías, buenas condiciones medioambientales y una diversidad de la vida cultural; es decir, donde los denominados factores suaves de localización o clima social son más importantes que los factores tradicionales o clima empresarial. Contar con este tipo de atractivos es esencial, porque de ello dependerá en última instancia el posible éxito económico de una ciudad, para captar a los contingentes creativos y a las empresas de alta tecnología. Aunque no siempre los individuos creativos valoran esos factores de localización relativos con el clima social, como se ha demostrado para la región metropolitana de Dublín por Murphy y Redmond (2009)¹.

El objetivo del presente trabajo es determinar el tamaño y la distribución de la clase creativa en las capitales autonómicas a principios de la primera década del

¹ Factores como la oferta disponible de trabajo, familia y lugar de nacimiento.

siglo XXI. Las principales cuestiones a investigar se centrarán en ¿dónde se localiza la clase creativa?, ¿qué papel juega la calidad del entorno urbano en la distribución de la misma? y ¿en qué medida la tolerancia y la diversidad son factores relevantes para captar miembros de la clase creativa en los entornos urbanos elegidos? No serán objeto de análisis la denominada economía creativa y en particular las industrias creativas culturales, ni la revisión exhaustiva de los planteamientos de la teoría del capital creativo.

Tras esta introducción, se presenta una revisión breve de dos de los mecanismos del modelo creativo y de los factores de localización que atraen y retienen a los miembros de la clase creativa. Después se describen las fuentes de información, las variables y la metodología seguida para el estudio de la clase creativa en las ciudades autonómicas, recogiendo el apartado cuarto los principales resultados del tamaño y distribución de los efectivos creativos en el ámbito geográfico seleccionado. Para finalizar, se exponen una serie de conclusiones y consideraciones.

2. Creatividad y ciudad: los postulados de la teoría del capital creativo

Las ciudades han sido desde siempre centros de innovación y creación artística y el principal motor de los procesos de desarrollo económico. La importancia económica de las aglomeraciones urbanas está ligada a la eficiencia para producir y realizar negocios, según los modelos tradicionales de crecimiento económico, que enfatizan el papel de los recursos naturales y la dotación de infraestructuras. Pero, hace ya tiempo que los instrumentos diseñados en el marco de las políticas tradicionales han dejado de ser la única vía para lograr el éxito. Autores como Florida (2005) creen que estos modelos, en los que el crecimiento económico es resultado de las empresas y de la tecnología, son incompletos.

Los factores como el “estilo de vida”, la diversidad étnica y cultural, vinculados al denominado *people climate* (Asheim y Hansen, 2009), que se presentará en el apartado 2.2., explican la competitividad urbana en mayor medida que aquéllos tradicionales relacionados con la producción (*business climate*). Lo cierto es que no todas las ciudades pueden atraer a la clase creativa, y para la teoría de la clase creativa sólo aquellas que ofrecen una alta calidad de vida y diversidad sociocultural amplia tienen más éxito a la hora de atraer y retener el talento y las actividades intensivas en tecnología. Sin embargo, para autores como Taylor (2009) la competitividad territorial y el nivel de la misma dependen en mayor medida de los factores que favorecen un entorno productivo (*business climate*), relacionados con la capacidad institucional, el conocimiento y pericia, las relaciones en red y una cultura de confianza de ese entorno local, que generan ventajas económicas no transferibles y replicables, y por tanto una capacidad para atraer nuevas industrias.

2.1. Talento y tolerancia: dos mecanismos del modelo creativo

Para que un territorio atraiga a las personas creativas, genere conocimiento e innovación y estimule los procesos de crecimiento, es necesario que en él estén simultáneamente presentes el talento, la tecnología y la tolerancia, más conocidos

en la bibliografía como las “3T” del desarrollo económico de Richard Florida (2002; 2005; 2012).

La concentración del “talento” en un territorio, medido en términos de la cantidad de personas que tienen empleos creativos y no por el número de personas con titulación universitaria, se percibe como un elemento crucial para la prosperidad presente y futura de las ciudades y regiones. Los trabajos empíricos llevados cabo por Richard Florida y sus colaboradores, sobre las grandes áreas urbanas norteamericanas y/o países, constatan una fuerte relación entre el talento y el ingreso per cápita, en línea con la bibliografía sobre la relación entre el capital humano y el crecimiento económico.

La clase creativa está integrada por todas aquellas personas cuya creatividad añade valor económico (Florida, 2005). Aglutina desde trabajadores del conocimiento y analistas simbólicos hasta profesionales y técnicos, que Florida subdivide en el núcleo creativo y los profesionales creativos. El primero de los dos componentes puede llegar a representar alrededor del 12% de los ocupados (Florida, 2002) e incluye categorías profesionales como científicos e ingenieros, profesores universitarios, poetas, escritores, artistas, animadores, actores, diseñadores y arquitectos, además de líderes de opinión. Se dedica a los procesos creativos de primer orden (nuevos diseños o las nuevas formas), fáciles de transferir y muy útiles. Posee los mayores niveles de cualificación y genera la mayor parte del valor económico de la clase creativa.

El segundo, los profesionales creativos, es el grupo más numeroso dentro de la clase creativa y desempeñan su ocupación en un amplio número de actividades económicas que utiliza de manera intensa el conocimiento, como es el caso de las industrias de alta tecnología, los servicios financieros, las profesiones sanitarias y aquellas relativas al ámbito jurídico y la gestión empresarial.

Para Asheim y Hansen (2009), la clase creativa es el resultado de tres tipos diferentes de conocimiento: el sintético, el analítico y el simbólico, que presentan mezclas distintas de conocimiento codificado y conocimiento tácito, de cualificación y especialización, así como desafíos concretos y presiones de innovación. No hay que olvidar que las actividades de innovación de las empresas difieren y exigen tipos de conocimiento específico, en función de la industria y sector en el que operan.

Los tres tipos de conocimiento pueden identificarse a través de las categorías profesionales de ocupación, de modo que el conocimiento analítico corresponde a todas aquellas profesiones vinculadas a los trabajos de investigación básica, cuyas aplicaciones se traducen en nuevos productos y procesos, y en la creación de nuevas empresas, a partir de esas nuevas innovaciones radicales. El conocimiento sintético se asocia más a las categorías profesionales relacionadas con la investigación aplicada, donde el conocimiento tácito tiene un mayor peso. Por último, el conocimiento simbólico se aplica en todos aquellos trabajos que tienen que ver con la creación de atributos estéticos de productos, diseños, imágenes y símbolos entre otros. Su crecimiento está relacionado con el dinamismo de la producción cultural (cine, publicidad, música, diseño, marcas y moda) y una gran parte de su aplicación apunta a la creación de nuevas ideas e imágenes.

Pero la delimitación y la cuantificación de la clase creativa son difíciles de precisar y han sido objeto de fuertes críticas². Asimismo, el impacto económico de los subgrupos creativos es desigual (Stam *et al.*, 2008). Los miembros del núcleo creativo son el componente más importante y el de mayor influencia en los resultados económicos frente al de los profesionales creativos, en particular, aquéllos del ámbito de las finanzas, del sector inmobiliario, de la política y la dirección y gestión pública y privada. Estos profesionales, según Krätke (2010), no tienen la función de aplicar conocimiento creativo que conduzca a un desarrollo, sino que a menudo se asocian a la generación de algunos de los efectos externos negativos de la economía creativa.

La “tolerancia”, otro mecanismo del modelo, tiene que ver con las características de los espacios que atraen y retienen a la clase creativa y a las industrias de alta tecnología, habilidad que se percibe como algo decisivo para la prosperidad de un territorio, dada la supuesta alta movilidad del talento y la tecnología. Aquellos lugares abiertos, diversos y tolerantes social y culturalmente son los que presentan mayores concentraciones de clase creativa y de actividades productivas intensivas en conocimiento y tecnología, de las que obtienen ciertas ventajas competitivas.

Para un territorio, la diversidad aumenta las posibilidades de atraer a personas creativas con diferentes ideas y habilidades. Es más atractiva para las ocupaciones sustentadas en el conocimiento analítico y simbólico, que aquellas basadas en el conocimiento sintético (Asheim y Hansen, 2009).

La tolerancia, valorada mediante los índices crisol de culturas³, *gay*⁴ y bohemio⁵, que intentan reflejar la disposición de un lugar a aceptar distintos tipos de personas e ideas, impulsa la innovación y el crecimiento junto al talento y la tecnología. Los resultados de los trabajos de Florida (2002, 2005) apuntan que los inmigrantes han contribuido considerablemente al crecimiento regional en EE.UU. entre 1990 y 2000. Han sido en parte el motor de la revitalización de antiguas regiones industriales y han impulsado también el crecimiento de algunas de las ciudades más jóvenes.

Las críticas en torno a la tolerancia se han centrado en la dificultad de definir este mecanismo desde un punto de vista operativo, la gran confusión acerca del mismo que existe entre muchos de los responsables de la política urbana, además de la inexactitud de la relación causal entre la tolerancia y el crecimiento económico. Los entornos sociales y las actitudes de la población de los núcleos urbanos son heterogéneos, en particular en las grandes aglomeraciones, de modo que en ciudades con fama de ser muy tolerantes no pueden descartarse manifestaciones de xenofobia entre ciertos grupos o zonas de las mismas (Krätke, 2010).

² Autores como Krätke (2010) creen que sería más razonable caracterizar como clase creativa aquellas categorías profesionales implicadas en las actividades de I+D, porque este grupo puede ser un indicador admisible de la capacidad de innovación y por consiguiente de desarrollo económico. Sin embargo, esta delimitación dejaría fuera a una serie de operarios cualificados y especializados que son agentes significativos en los procesos de innovación incremental y que contribuyen al crecimiento y desarrollo económico en determinados territorios.

³ Proporción de residentes nacidos en el extranjero sobre la población total de una ciudad.

⁴ Proporción de homosexuales y lesbianas sobre la población total de un lugar.

⁵ Empleo en las profesiones artísticas y creativas (escritores, diseñadores, músicos, actores, directores, pintores, escultores, bailarines...).

Muchos actores políticos asimilan tolerancia a la simple presencia de diversidad cultural en la ciudad. Sin embargo, la tolerancia debe entenderse en la línea de una sociedad abierta a nuevas ideas en lo que respecta a los cambios en sentido amplio (institucionales, sociales, económicos y culturales) que puedan evitar esas situaciones conocidas como de bloqueo (*lock in*) en una comunidad y por tanto, limitaciones posibles a la generación de conocimiento e innovación. Las economías locales más diversificadas tienden a estimular en mayor medida los comportamientos y actividades innovadoras que aquéllas más especializadas, al brindar mayores oportunidades para interactuar con individuos y empresas que poseen conocimientos y destrezas diferentes (Desrochers y Leppälä, 2011).

2.2. Factores de localización. Elemento clave para la clase creativa

Los miembros de la clase creativa se ubican en determinadas ciudades y regiones y en ellas no se distribuye de forma homogénea (Florida, 2002; Asheim y Hansen, 2009; Clifton, 2008; Stam *et al.*, 2008; Pesquera *et al.*, 2010; Navarro y Mateos, 2010; Sáez Cala, 2012). Las profesiones más tecnológicas y de orientación económica prefieren residir en mayor medida en los núcleos urbanos de las áreas metropolitanas, mientras que las ocupaciones más relacionadas con la cultura suelen elegir los centros históricos de las ciudades, con una escena cultural y social vibrante (Mommaas, 2009). Los lugares con entornos socioculturales abiertos al desarrollo de toda forma de creatividad y a la diversidad de cualquier tipo, con una amplia dotación de infraestructuras y alta calidad medioambiental son los que cuentan con mayor éxito de ser seleccionados. Esta capacidad de atraer a los creativos proporciona a esas ciudades toda una serie de ventajas para innovar, crear y captar empresas de alta tecnología, al tiempo que estimulan el crecimiento económico.

La diversidad de la actividad productiva es importante para el rendimiento económico, pero también junto a ella la diversidad demográfica juega un papel relevante a la hora de impulsar la innovación y el crecimiento de las ciudades como ya apuntaron en su día los trabajos de Jane Jacobs. Así, del mismo modo que se habla de bajas barreras de entrada al mercado para las empresas, Richard Florida argumenta, que las barreras de entrada para las personas en una comunidad deben ser de igual forma bajas, es decir, que los recién llegados sean aceptados pronto en todo tipo de actividades económicas y sociales. Desafortunadamente, en las últimas décadas un número considerable de actuaciones y proyectos de inversión públicos y también privados en las áreas urbanas ha limitado alcanzar un mayor grado de diversidad de esas comunidades y por consiguiente de sus niveles de creatividad e innovación (Florida, 2005).

La calidad de la ubicación, término con que Florida hace referencia a los factores de localización de la clase creativa para diferenciarlo del tradicional concepto de calidad de vida, valora los aspectos relativos a la adecuación del entorno edificado y natural para desarrollar formas de vidas creativas; la diversidad de personas que residen, sus interrelaciones y su grado de integración en la comunidad; así como la escena social y cultural. Para una economía generadora de conocimiento e innovación, la existencia de centros educativos superiores

punteros puede conferir una ventaja importante (Casares *et al.*, 2012) en el caso español, incluso más relevante que las infraestructuras técnicas de otras épocas. Sin embargo, estos centros deben desempeñar funciones interrelacionadas que reflejen los mecanismos del modelo creativo, es decir, el talento, la tecnología y la tolerancia. Según Florida (2002) hay muchos lugares que crean conocimiento, pero muy pocos los que pueden absorber y aplicar esas ideas.

Atraer y retener a la población creativa parece apoyarse más en el suministro de toda una gama de servicios urbanos específicos, dirigidos a satisfacer las necesidades y deseos de su singular estilo de vida, que en la posible oferta de empleos bien remunerados o en su caso, como en la actual situación de crisis, la estabilidad en el trabajo. Pero, no toda la clase creativa comparte las mismas preferencias de localización, relativas a dónde vivir y trabajar (Martin-Brelot *et al.*, 2010). Las ocupaciones basadas en el conocimiento sintético (profesionales creativos) valoran más a la hora de ubicarse en un determinado lugar lo que Asheim y Hansen (2009) caracterizan como “clima empresarial” y no tanto el “clima social”. Por su parte, los trabajadores creativos ligados a los conocimientos analítico y simbólico, en particular este último, otorgan más importancia a algunas de las características de ese clima social que a las del clima empresarial. Para estos autores, el clima social no debe verse como un componente desconectado de las estructuras económicas e institucionales de un determinado territorio.

3. Fuentes de información y metodología

Una limitación importante a la hora de estudiar la clase creativa es la falta de datos primarios que permitan cuantificar aquellos individuos que trabajan tanto en la creación de conocimiento como en la aplicación del mismo a nuevas áreas productivas. No obstante, la variable población ocupada según categoría profesional podría constituir una aproximación útil para acercarnos a la cuantificación del tamaño de la clase creativa y sus subgrupos en un territorio determinado.

El ámbito espacial seleccionado es el conjunto de las capitales autonómicas españolas, a fin de observar si su rango administrativo se asocia con unas pautas determinadas de ubicación de la clase creativa. Este colectivo se ha contrastado con las capitales provinciales de Andalucía, que constituye el grupo de control. Esta última opción viene motivada por el número y la presencia de diversidad de los centros urbanos que no se da en otras estructuras urbanas regionales de nuestro país y que pueden permitir observar similitudes o en su caso diferencias entre ambos grupos de ciudades.

Optar por el nivel municipal frente al de área urbana obedece al interés de estudio del comportamiento de la clase creativa a escalas más locales, que el ya tradicional de área metropolitana, y a la disponibilidad de cierta información, aunque reducida, de otras variables socioeconómicas, que por limitación de espacio no son consideradas en este trabajo, pero inexistentes o nada representativas para unidades de análisis como las áreas urbanas (por ejemplo índice de desarrollo humano, huella ecológica, estimaciones del PIB per cápita, ...).

El Censo de Población y Vivienda del año 2001, elaborado por el INE, es la fuente de información principal empleada para realizar el análisis empírico. Recoge

datos sobre ocupados según categorías profesionales, sexo, nivel de instrucción, lugar de nacimiento y actividad de la empresa a nivel municipal, con un grado de desagregación de hasta tres dígitos CNO94, que facilita la medición y caracterización de la clase creativa en el ámbito espacial seleccionado. Además, se ha consultado la base de datos municipales de Caja España.

Para analizar la geografía del talento y contrastar algunos de los postulados del enfoque de la clase creativa en las ciudades autonómicas y en el denominado grupo de control se han calculado los índices siguientes:

- “Índice clase creativa total”, que refleja la relación existente entre la cantidad de ocupados en la clase creativa⁶ sobre el total de la ocupación en cada ciudad.
$$ICCT_j = \frac{X_{ij}}{\sum_i X_{ij}}$$
- “Índice bohemio”, mide la proporción de bohemios en relación al total de la población ocupada. Para Richard Florida (2002) supone una mejora respecto a las medidas tradicionales de la oferta cultural de un lugar, al cuantificar directamente a las personas que producen dicha oferta. Con este índice se pretende explorar los posibles efectos de la concentración de bohemios sobre la localización de las industrias de alta tecnología y la clase creativa.

Donde

$$IB_j = \frac{\frac{E_{ij}}{E_j}}{\frac{E_i}{E_t}}$$

E_{ij} : ocupados en categorías profesionales de bohemios en la ciudad j.
 E_j : total de ocupados en la ciudad j.
 E_i : ocupados en categorías profesionales de bohemios a nivel nacional.
 E_t : total de ocupados a nivel nacional.

Un valor superior a la unidad del IB significa una mayor concentración de bohemios que la media nacional, por debajo de la unidad lo contrario, lo que indica que esa ciudad presenta bajos niveles de tolerancia y apertura. Esta última representa diferentes normas y valores sociales, por otro lado difíciles de medir de forma cuantitativa.

Un proxy podría ser el peso que representan los nacidos en el extranjero sobre el total de la población residente, el denominado “índice crisol de culturas”, aunque no está exento de problemas como indica Hansen *et al.* (2009). Porcentajes elevados de residentes nacidos en el extranjero podrían indicar un entorno tolerante, pero sería necesario algún tipo de medida de la integración de estos residentes en la comunidad, como por ejemplo analizar la relación entre peso de residentes nativos

⁶ Las categorías profesionales que definen la clase creativa según los códigos de la CNO94 son:
 “Núcleo creativo”: 201, 202, 203, 204, 205, 211, 212, 213, 214, 219, 221, 222, 223, 242, 243, 252, 261, 262, 263, 264, 265, 271, 281, 282, 283, 292, 293.
 “Profesionales creativos”: 1, 231, 232, 239, 241, 272, 291, 30, 31, 331, 332, 341, 351, 352, 353.
 “Bohemios”: 251, 354, 531.

y no nativos en el mercado de trabajo. Desgraciadamente este tipo de información no siempre está disponible en las fuentes de información estadística a determinados niveles espaciales. De este modo, ante la falta de dicha información y con el interés de ahondar en el posible grado de integración de ese colectivo, se ha calculado el “índice de integración”, definido como el peso que representan los extranjeros con niveles de estudios universitarios completados. Parece ser que este colectivo suele integrarse mejor y con más rapidez en la sociedad de acogida.

- “Índice de oportunidad cultural”, definido como el peso del número de ocupados en las actividades productivas de restauración; establecimientos y bebidas; cinematográficas y vídeo; radio televisión; otras actividades artísticas y de espectáculos; bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales; y deportivas respecto al total de ocupados en cada una de las ciudades.

$$IOC_j = \frac{X_{ij}}{\sum_i X_{ij}}$$

Se pretende que sea un intento de medir la oferta cultural y de ocio de una ciudad, uno de los elementos relevantes para atraer y retener a los individuos creativos. El índice se ha normalizado por cada cien habitantes.

Para su cálculo se ha utilizado los datos de ocupados según la actividad económica de la empresa, con una desagregación a tres dígitos de la CNAE-93, a escala municipal, recogidos en el mencionado censo.

4. La geografía de la clase creativa en la capitales autonómicas

Los colectivos seleccionados para estudiar la clase creativa aglutinan diferentes tipos de ciudades desde diversos puntos de vista tales como el tamaño demográfico, la importancia económica, la relevancia cultural, la accesibilidad, la generación de conocimiento y la innovación tecnológica entre otros, del sistema urbano español. Sin embargo, en el grupo de las capitales autonómicas todas ellas comparten la característica de ser centros políticos y administrativos regionales, algunas desde hace más de tres décadas. Este grupo está integrado por grandes áreas urbanas con proyección internacional y europea, como Madrid y Barcelona, por metrópolis con influencia nacional como Valencia, Sevilla y Zaragoza, por ciudades con influjo regional como Las Palmas de Gran Canaria, Murcia, Palma de Mallorca, Valladolid o por centros urbanos de menor tamaño y diferente especialización, pero con funciones de ámbito regional y provincial como Oviedo, Santa Cruz de Tenerife, Santiago de Compostela, Santander, Logroño, Mérida y Toledo; e incluso dos de ellas, Pamplona y Vitoria, tienen un régimen foral.

La evolución demográfica fue positiva de 1981 a 2010 para el conjunto de las capitales autonómicas y las provinciales andaluzas, aunque a tasas superiores en estas últimas y muy inferiores a la nacional. El crecimiento demográfico se concentra principalmente en aquellos centros urbanos más pequeños y con proyección regional, que como en el caso de Murcia, llega a duplicar su población. Pero, sobre todo, son las ciudades de < 250.000 habitantes en el 2010, las que más crecen durante el período. Sólo Barcelona y Valladolid, en el grupo de las capitales autonómicas, y Cádiz y Granada, en el grupo de control, presentan tasas negativas.

Desde la década de los ochenta del siglo pasado, todas estas ciudades han estado inmersas en un proceso de reestructuración productiva, encaminado a intensificar las actividades de servicios y el crecimiento del sector de la construcción frente al sector primario y la industria; aunque ciudades como Logroño, Pamplona, Vitoria, Zaragoza y Valladolid mantienen un peso importante de ocupados en las actividades industriales. Asimismo, durante las dos últimas décadas y hasta la llegada de la actual crisis económica, estos centros urbanos han diseñado y ejecutado políticas urbanas dirigidas a mejorar la competitividad, muy centradas en acciones localizadas y desiguales de renovación urbana, y en algunos casos bajo la fórmula de mega-proyectos emblemáticos y esquemas de marketing territorial. Muchos de esos proyectos de regeneración urbana obedecen a los esquemas del enfoque de la clase creativa, muy populares desde el año 2000 entre los planificadores urbanos y los responsables políticos de las diferentes administraciones.

4.1. El mapa del talento

En el año 2001, el 40,5% de los ocupados en las capitales autonómicas y el 35,8% de las capitales provinciales de Andalucía pertenecían a las categorías profesionales que integran la clase creativa, en un sentido amplio definida por Richard Florida. Estas proporciones representaban el 31% y el 5,9% respectivamente de la clase creativa española.

El tamaño de la clase creativa en ambos grupos es muy superior al contabilizado por este autor para el conjunto de las grandes áreas urbanas norteamericanas, un 30% de la ocupación, pero está dentro de la variación que muestran los países de la OCDE, entre el 30 y 40% de la ocupación y en la línea de lo cuantificado por Clifton (2008) para el caso del Reino Unido.

La mayor presencia de efectivos creativos se da en las dos grandes ciudades, Barcelona y Madrid, seguidas de Oviedo, Santiago de Compostela y Sevilla, todas ellas con más del 40% de sus ocupados, aglutinando el 28% del total de creativos de las capitales autonómicas. El menor tamaño de esta clase se observa en Palma de Mallorca, Vitoria y Santa Cruz de Tenerife, algo más del 30% (Fig. 1). Por su parte, en el grupo de control, las ciudades de Granada (44%) y Sevilla (40%) son las que cuentan con mayores proporciones de personas creativas; y Almería (30%) y Málaga (31%) con las menores.

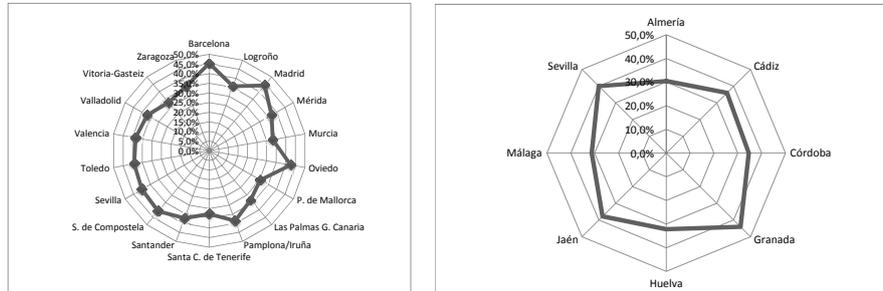


Fig. 1. Clase creativa de las capitales autonómicas y de las capitales provinciales de Andalucía. 2001. Fuente: elaboración propia. Datos INE.

Por subgrupos creativos, las capitales autonómicas en su conjunto reunían al 34,4% del núcleo, el 29,4% de los profesionales y el 37,4% de los bohemios de España; mientras que las capitales provinciales andaluzas el 4,9%, el 5,5% y el 3,2% respectivamente. En ambos colectivos y en cada una de las ciudades analizadas, los profesionales creativos son el contingente de mayor peso dentro de la clase creativa, oscilando entre el 69% de Palma de Mallorca y el 57% de Santiago de Compostela en el grupo autonómico, y el 67% de Málaga y el 56% de Granada en el de control. El segundo subgrupo en relevancia es el núcleo, con máximo en la ciudad de Santiago de Compostela (39%) y Granada (44%), y mínimos en Palma de Mallorca (26%) y Málaga (33%). Finalmente, los bohemios, que muestran su mayor presencia en Barcelona (5%), junto con Madrid y Santiago de Compostela (> 4%), y en el caso de las capitales provinciales andaluzas Sevilla (> 3%); mientras que las menores concentraciones se daban en Murcia, Valladolid, Toledo, Oviedo (> 2%), así como Cádiz, Almería, Granada y Jaén (< 0,3%).

Se aprecia que los profesionales creativos suelen concentrarse, además de en las principales grandes ciudades de la red urbana española –Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla–, en capitales autonómicas de territorios uniprovinciales –Oviedo y Logroño–, y en menores proporciones en aquellos núcleos urbanos con una especialización industrial y turística. En el caso del núcleo creativo se opta más por aquellas ciudades con una especialización tradicional universitaria y actividad productiva vinculadas al conocimiento analítico, en lugar de las industriales y turísticas. Los bohemios prefieren ubicaciones en ciudades con proyección nacional e internacional, que presenten una oferta cultural y un atractivo clima social, importante para el desarrollo de actividades ligadas al conocimiento simbólico.

Si se examina las jerarquías de los dos grupos de ciudades según el tamaño de población y el cociente de localización de la clase creativa (Tabla 1), no parece claro que se dé la hipotética relación de a mayor tamaño de población mayor presencia de efectivos creativos⁷ (Florida, 2005; Clifton, 2008; Lorenze y Andersen, 2009), que en los casos de Palma de Mallorca y Vitoria podría obedecer a una cierta especialización funcional de los centros urbanos que configuran el sistema

⁷ Navarro y Mateos (2010) concluyen algo similar para su análisis de los municipios españoles, apuntando que esa relación no es muy estrecha y varía según los subgrupos de la clase creativa.

urbano regional; de modo que los esquemas de distribución de la clase creativa y sus subgrupos siguen más un patrón regional.

Tamaño de población posición	Municipio	LQ Clase creativa, posición
1	Madrid	2
2	Barcelona	1
3	Valencia	8
4	Sevilla	5
5	Zaragoza	13
6	Murcia	15
7	Palmas de Gran Canaria (Las)	14
8	Palma de Mallorca	18
9	Valladolid	11
10	Vitoria-Gasteiz	17
11	Oviedo	3
12	Santa Cruz de Tenerife	16
13	Pamplona/Iruña	7
14	Santander	9
15	Logroño	12
16	Santiago de Compostela	4
17	Toledo	6
18	Mérida	10
1	Sevilla	2
2	Málaga	7
3	Córdoba	5
4	Granada	1
5	Almería	8
6	Huelva	6
7	Cádiz	4
8	Jaén	3

Tabla 1. Clasificación de las capitales autonómicas y capitales provinciales de Andalucía, 2001.
Fuente: elaboración propia.

En las grandes áreas urbanas, a excepción de Madrid y Barcelona que se sitúan en los dos primeros puestos de la jerarquía, la clase creativa suele ubicarse también en los núcleos localizados en la corona metropolitana, sobre todo los miembros pertenecientes al núcleo y profesionales creativos, y en menor medida los bohemios (Sáez Cala, 2012), condicionando en parte su puesto en el ranking. Así pues, en aquellas ciudades con áreas metropolitanas de menor tamaño y cuya expansión geográfica es más reciente, sus municipios centrales se pueden ver favorecidos con mayores concentraciones de individuos creativos, en particular ciertas categorías profesionales, que las concentraciones presentadas por las grandes áreas urbanas.

Hay que recordar que la fuente de información para la cuantificación de la clase creativa, el Censo de Población y Vivienda, está referenciada al lugar de residencia más que al de trabajo, que en muchos casos podría estar localizado fuera del núcleo central de esas grandes áreas urbanas.

Por tanto, a primera vista podría concluirse que la distribución espacial de la clase creativa de ambos grupos de ciudades analizados es desigual y compleja, como sucede en los municipios, provincias y regiones españolas (Navarro y Mateos, 2010; Pesquera *et al.*, 2010) y otros entornos y niveles espaciales europeos (Reino Unido, Países Escandinavos, Países Bajos) objetos de este tipo de investigación.

4.2. Los factores de ubicación

Para analizar los aspectos de la ubicación se han calculado los índices de bohemios, crisol de culturas y una medida de integración racial, que permitirán observar los niveles de diversidad (tolerancia y apertura) de las sociedades de esas ciudades, y el índice de oportunidad cultural, una aproximación a la oferta cultural y de ocio. Es claro que todos estos simples índices estadísticos, como bien señala Clifton (2008) no pueden aprehender todos los aspectos del impreciso concepto de calidad de un lugar, pero sí observar las posibles relaciones entre la localización de la clase creativa y la calidad de los entornos urbanos.

A primera vista parece algo simple vincular la ubicación del talento con la mayor o menor presencia de población bohemia y de inmigrantes extranjeros en un lugar. No obstante, la presencia de estos colectivos indica ciertos niveles de tolerancia, de apertura a otras culturas y de determinados estilos de vida, que constituyen un factor de atracción según Richard Florida (2002) para los miembros de la clase creativa. Los dos colectivos urbanos analizados en conjunto y de forma individual no muestran niveles de tolerancia y diversidad, medidos a través de los diferentes índices calculados, por encima de la media nacional, lo que lleva a pensar que la capitalidad autonómica no es un aspecto decisivo.

Los valores del índice bohemio (Fig. 2) indican concentraciones de conocimiento simbólico superiores a la media nacional, es decir por encima de la unidad, en gran parte de las capitales autonómicas, en particular en las dos grandes ciudades –Barcelona y Madrid⁸ y en Sevilla para el caso de las capitales provinciales andaluzas. Cifras inferiores a la unidad y por tanto una menor presencia de bohemios, se observan en cinco ciudades especializadas en servicios administrativos de rango regional y en actividades industriales, como Valladolid y Zaragoza, así como en el resto de las capitales provinciales de Andalucía.

⁸ Espacios que aglutinan también las mayores concentraciones de empleo en las industrias culturales creativas (Méndez *et al.*, 2012). A nivel provincial, Casares *et al.*, (2012) obtienen una relación positiva entre la distribución del talento y la tolerancia, pero no así con las medidas de apertura (inmigración y su integración), debido al menor porcentaje de este tipo de trabajadores en actividades creativas y a su bajo nivel de integración.

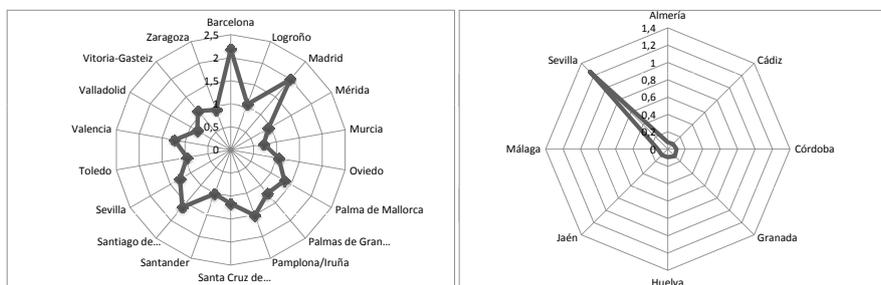


Fig. 2. Índice bohemio de las capitales autonómicas y de las capitales provinciales de Andalucía, 2001. Fuente: elaboración propia. Datos INE.



Fig. 3. Índice crisol de culturas de las ciudades autonómicas y de las capitales provinciales de Andalucía, 2001. Fuente: elaboración propia. Datos INE.

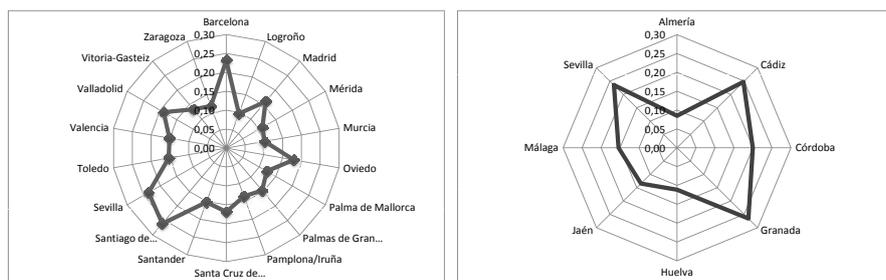


Fig. 4. Medida de integración de las capitales autonómicas y de las capitales provinciales de Andalucía, 2001. Fuente: elaboración propia. Datos INE.

El índice crisol de culturas y la medida de integración (Figs. 3 y 4), valoraciones simples adicionales de tolerancia y apertura, muestran igualmente este comportamiento heterogéneo en ambos colectivos urbanos. Mientras el índice crisol de cultura es manifiestamente superior en las capitales autonómicas y no así en el colectivo andaluz, los residentes nacidos en el extranjero y con niveles educativos universitarios están más integrados en ambos colectivos que a nivel nacional.

De nuevo, Madrid y Barcelona presentan concentraciones de residentes nacidos en el extranjero por encima del 10%, junto a otras ciudades autonómicas de diferente tamaño y especialización, pero en cuyas estructuras productivas figuran actividades económicas intensivas en factor trabajo y con menores niveles de generación de conocimiento e innovación, como el turismo y la agricultura. Las ciudades de tradición industrial ligadas al sector de la automoción y metalmecánica o capitales autonómicas con una reciente funcionalidad regional son las que tienen menores proporciones de residentes nacidos en el extranjero y consecuentemente serían las menos diversas y abiertas a otras formas culturales y de vida.

El índice de oportunidad cultural (Fig. 5), que intenta mostrar las posibles variaciones y concentraciones de las infraestructuras culturales y de ocio, despliega sus mayores valores en las ciudades de Palma de Mallorca, Santiago de Compostela, Madrid y Barcelona, donde el número de ocupados en las actividades culturales y de ocio es igual o superior a 2,5 trabajadores por cada 100 habitantes, y en el caso del grupo andaluz Sevilla, Cádiz y Málaga. En el extremo opuesto se situaban Murcia, Zaragoza, Vitoria y Valladolid, además de Jaén y Almería. La posible relación entre presencia de clase creativa en una determinada ciudad y su oferta cultural y de ocio, solo parece cumplirse en los casos de Madrid, Barcelona y Santiago, pero no está tan clara para el resto de las capitales autonómicas e incluso la cuestiona como ocurre con el ejemplo de Palma de Mallorca, pues no siempre los entornos urbanos tolerantes y diversos son focos de atracción de la clase creativa.

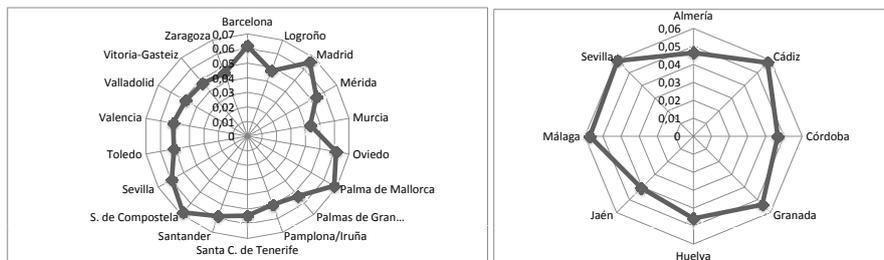


Fig. 5. Índice de oportunidad cultural de las capitales autonómicas y de las capitales provinciales de Andalucía, 2001.

Fuente: elaboración propia. Datos INE.

Si bien como conclusión tentativa podría apuntarse que la relación constatada entre clase creativa y tolerancia sí se observa en las dos grandes áreas urbanas, Madrid y Barcelona, y en ciudades más pequeñas como Santiago de Compostela con larga tradición universitaria, en el resto de los núcleos urbanos parece desempeñar un papel la composición de su estructura productiva, pues aquellas ciudades con una especialización turística presentan también niveles considerables de tolerancia, no así de clase creativa. Por tanto, como ya señala Clifton (2008) para el caso del Reino Unido, nos encontramos en los colectivos urbanos estudiados, ciudades con niveles de apertura similares, en los términos antes especificados, pero con volúmenes muy diferentes de clase creativa; resultado probablemente de las diferentes trayectorias regionales y locales seguidas. Por consiguiente, parece no estar clara una pauta general de distribución de la clase creativa desde el punto de vista de la calidad del entorno urbano, medida a través de los índices considerados.

5. Conclusiones

La distribución de la clase creativa en las capitales autonómicas y provinciales de Andalucía es desequilibrada y compleja, hecho que se refleja también en el reparto espacial de los subgrupos de la clase creativa. Los mayores porcentajes se observan tanto en grandes capitales autonómicas (Madrid y Barcelona, Sevilla), como en aquellas de menores volúmenes de población, pero que cuentan con universidades de tradición. Las menores proporciones aparecen en núcleos urbanos de distinto tamaño especializados en turismo de sol y playa y en actividades industriales.

Los núcleos centrales de áreas metropolitanas de menor tamaño, que han crecido recientemente, se ven favorecidos con mayores concentraciones de individuos creativos, en particular ciertas categorías profesionales, que las observadas en aquellos de las grandes áreas urbanas. Por tanto, las evidencias de asociación entre el tamaño de la ciudad y la concentración de trabajadores creativos no son tan contundentes a nivel municipal.

La constatada asociación entre clase creativa y tolerancia, en términos de bohemios y medidas de diversidad, integración y oportunidad cultura está presente en los dos grandes núcleos urbanos y en ciudades más pequeñas con tradición universitaria. En el resto de los núcleos, la composición de la estructura productiva juega un papel en los niveles de tolerancia, en particular aquella especializada en actividades turísticas. Por consiguiente, niveles similares de tolerancia pueden corresponderse con volúmenes muy diversos de clase creativa, y los factores del entorno social no siempre atraen y retienen a la clase creativa en las capitales autonómicas. El hecho de la capitalidad autonómica no parece generar pautas homogéneas en la ubicación del grupo creativo.

La atracción y retención del recurso humano creativo en los núcleos urbanos obedece a factores clásicos de localización relativos al entorno productivo y a factores del entorno personal, pero su relevancia en la ubicación de la clase creativa va a depender de las singularidades de cada ciudad. Explorar el papel que puede llegar a jugar la presencia de redes personales e industriales y la densidad institucional en la ubicación y retención de la clase creativa podría complementar los aspectos de tolerancia y apertura y ayudar en parte a comprender por qué

ciertos espacios son focos de atracción de los efectivos creativos. La creatividad surge también en los procesos de interacción social y contar con oportunidades que faciliten el contacto directo entre personas y el intercambio de información, contribuye en última instancia a la difusión de nuevas ideas (Mansury *et al.*, 2012), y en la actual situación de competencia global por el talento, la separación entre trabajo y ocio es casi inexistente, dada cada vez más la simultaneidad espacial de producción y consumo.

Para finalizar y desde un punto de vista más operativo, se impone clarificar la delimitación de aquellas categorías profesionales que configuran la clase creativa en su conjunto y sus subgrupos, así como el tamaño poblacional de la unidad espacial de observación para poder comparar los resultados de otras investigaciones y contrastar los argumentos de la teoría del capital creativo. Asimismo, mejorar y desarrollar índices que permitan integrar los múltiples aspectos que influyen en la ubicación del talento en las ciudades.

6. Bibliografía

- ASHEIM, B. y HASEN, H. K. (2009): "Knowledge bases, talents, and contexts: on the usefulness of the creative class approach in Sweden" en *Economic Geography*, n. 85 (4), pp. 425-442.
- CASARES, P.; COTO-MILLÁN, P. e INGLADA LÓPEZ de SABANDO, V. (2012): "Talento, tecnología y desarrollo económico en las provincias españolas" en *Investigaciones Regionales*, n. 22, pp. 57-80.
- CLIFTON, N. (2008): "The 'creative class' in the UK: An initial analysis" en *Geografiska Annaler: Series B. Human Geography*, n. 90 (1), pp. 63-82.
- DESROCHERS, P. y LEPPÄLÄ, S. (2011): "Creative Cities and Regions: the case for local economic diversity" en *Creative Cities and Regions*, vol. 20, nº 1, pp. 59-69.
- FLORIDA, R. (2002): *The rise of the creative class*. Basic Books, Nueva York. (Traducción al castellano, 2010: *La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Paidós, Barcelona).
- FLORIDA, R. (2005): *Cities and the creative class*. Routledge, Nueva York.
- FLORIDA, R. (2012): *The rise of the creative class, revisited*. Basic Books, Nueva York.
- HANSEN, H. K., ASHEIM, B. y VANG, J. (2009): "The European creative class and regional development: how relevant is Florida's theory for Europe?", en KONG, L. y O'CONNOR, J. *Creative economies, creative cities: Asian-European perspectives*. Springer, Berlín, pp. 99-120.
- KRÄTKE, S. (2010): "Creative Cities and the rise of the dealer class: a critique of Richard Florida's approach to urban theory" en *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 34, nº 4, pp. 835-853.

- LORENZE, M. y ANDERSEN, V. K. (2009): "Centrality and creativity: does Richard Florida's creative class offer new insight into urban hierarchy?" en *Economic Geography*, n. 84 (4), pp. 363-390.
- MANSURY, Y. S. y ANANTSUKSOMSRI, S. (2012): "The impact of the built environment on the location choices of the creative class: evidence from Thailand" en *Regional Science Policy & Practice*, n. 4 (3), pp. 183-205.
- MARTIN-BRELOT, H.; GROSSETTI, M.; ECKERT, D.; GRITSAI, O. y KOVÁCS, Z. (2010): "The spatial mobility of the 'creative class': a European perspective" en *International Journal of Urban and Regional Research*, n. 34 (4), pp. 854-870.
- MÉNDEZ, R.; MICHELINI, J.; PRADA, J. y TÉBAR, J. (2012): "Economía creativa y desarrollo urbano en España: una aproximación a sus lógicas espaciales" en *Eure*, n. 38 (135), pp. 5-32.
- MOMMAAS, H. (2009): "Spaces of culture and economy: mapping the cultural-creative cluster landscape", en KONG, L. y O'CONNOR, J. *Creative economies, creative cities: Asian-European perspectives*. Springer, Berlín, pp. 45-59.
- MURPHY, E. y REDMOND, D. (2009): "The role of 'hard' and 'soft' factors for accommodating creative knowledge: insights from Dublin's creative class" *Irish Geography*, vol. 42, nº 1, pp. 69-84.
- NAVARRO, C. J. y MATEOS, C. (2010): *La clase creativa en los municipios españoles: Propuesta de medición y análisis descriptivo*. Documento de Trabajo (DDC/DT07), Centro de Sociología y Políticas Locales, Universidad Pablo de Olavide, Sevilla.
- PESQUERA, M. A.; CASARES-HONTAÑÓN, P.; COTO-MILLÁN, P. e INGLADA LÓPEZ DE SABANDO, V. (2010): *Innovación empresarial, clase creativa y desarrollo económico en España*. Tirant lo Blanch, Valencia.
- SÁEZ CALA, A. (2012): "Una aproximación a la reestructuración económica urbana de España ¿hacia la ciudad creativa?", en VALENZUELA, M. –coord.– *El impacto del modelo autonómico en las ciudades españolas. Una aproximación interdisciplinar*. (Colección Estudios, 150). Servicio de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, pp. 519-560.
- SCOTT, A. (2010): "Cultural economy and the creative field of the city" *Geografiska Annaler, Serie B, Human Geography*, vol. 92, nº 2, pp. 115-130.
- STAM, E. JONG, J.P.J. y MARLET, G. (2008): "Creative industries in the Netherlands: Structure, development, innovativeness and effects on urban growth" en *Geografiska Annaler: Series B. Human Geography*, n. 90(2), pp. 119-132.
- TAYLOR, C. (2009): "The creative industries, governance and economic development: a UK perspective", en KONG, L. y O'CONNOR, J. *Creative economies, creative cities: Asian-European perspectives*. Springer, Berlín, pp. 153-166.