

PROYECTO URBSPAIN

**El impacto del modelo autonómico  
en las ciudades españolas**

Una aproximación interdisciplinar

Manuel Valenzuela  
(Coordinador)

COLECCIÓN ESTUDIOS 150

**El impacto del modelo autonómico  
en las ciudades españolas**

Una aproximación interdisciplinar

**Coordinador**

Manuel Valenzuela Rubio



Servicio de Publicaciones  
de la Universidad Autónoma de Madrid

Todos los derechos reservados. De conformidad con lo dispuesto en la legislación vigente, podrán ser castigados con penas de multa y privación de libertad quienes reproduzcan o plagien, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica fijada en cualquier tipo de soporte, sin la preceptiva autorización.

© Ediciones UAM, 2012

© Los/as respectivos/as autores/as

Ediciones Universidad Autónoma de Madrid

Campus de Cantoblanco

C/ Einstein, 1

28049 Madrid

Tel. 914974233 (Fax 914975169)

<http://www.uam.es/publicaciones>

[servicio.publicaciones@uam.es](mailto:servicio.publicaciones@uam.es)

ISBN: 978-84-8344-322-4

e-isbn: 978-84-8344-343-9

Diseño y maquetación: Miguel A. Tejedor López

Cuidado de la edición: Manuel Valenzuela y Nicolás Delmonte

Depósito legal: M-24029-2012

Printed in Spain - Impreso en España

Este libro se ha realizado en el marco del Proyecto de Investigación “Las ciudades españolas en la etapa autonómica (1978-2008). Dinámicas, procesos y políticas” (Código CSO 2009-11261-Subprograma GEOG) financiado por el Plan Nacional I+D+i para el período 2010-2012.

# UNA APROXIMACIÓN A LA REESTRUCTURACIÓN ECONÓMICA URBANA EN ESPAÑA ¿HACIA LA CIUDAD CREATIVA?\*

Antonia Sáez Cala  
*Universidad Autónoma de Madrid*  
*antonia.saez@uam.es*

**Palabras clave:** Reestructuración productiva, Regeneración urbana, Clase creativa, Áreas urbanas.

## 1. Introducción

Los procesos de internacionalización de la economía y la ampliación de la Unión Europea han favorecido una progresiva concentración espacial de los recursos y del poder económico (Méndez et al., 2008). En tanto, se ha asistido en algunos Estados miembros a la implantación de procesos de descentralización política, que han capacitado a las regiones y ciudades para gestionar los retos planteados, mediante respuestas diferenciadas.

En España, el proceso de descentralización política iniciado con la Constitución vigente de 1978 ha permitido, no sin problemas, la consolidación de una nueva organización territorial del Estado y una mejora de la eficacia de las políticas públicas. Desde 1983, las Comunidades Autónomas vienen asumiendo competencias en diversos ámbitos de la Administración; en ciertos casos de forma exclusiva como la planificación de la economía regional, la promoción del desarrollo económico y la innovación.

---

\* Este texto se enmarca en el proyecto de investigación <<Las ciudades españolas en la etapa autonómica (1978-2008). Dinámicas, procesos y políticas>>. Ref. CSO 2009-11261 (Subprograma GEOG), del Ministerio de Ciencia e Innovación.

La puesta en marcha y el desarrollo del Estado de las Autonomías ha conllevado un proceso de consolidación regional y una remodelación significativa de los nuevos sistemas urbanos regionales (Serrano, 2006). Pero, España carece de instancias político-administrativas que puedan gestionar esa nueva realidad urbana. Las ciudades y en particular las áreas metropolitanas vienen enfrentándose a nuevas demandas en infraestructuras, vivienda y servicios sociales, resultado del crecimiento demográfico y económico, sin olvidar el creciente flujo inmigratorio al que han estado sometidas hasta la llegada de la actual crisis, que ha incrementado algunas de esas demandas. Al mismo tiempo, necesitan fomentar la innovación, atraer mano de obra cualificada y talento, y encontrar nichos de mercado para posicionarse a nivel internacional.

La falta de correspondencia entre el área funcional y los límites de actuación de los gobiernos regionales y locales en las áreas metropolitanas genera un complejo entorno político, salvo en el caso de la Comunidad de Madrid, donde el gobierno regional juega el papel de un gobierno metropolitano, al coincidir región con el área funcional metropolitana, no sin problemas. En el resto de las áreas metropolitanas es difícil alcanzar metas a medio y largo plazo para el desarrollo económico y la competitividad, dada la necesidad de contar con un amplio consenso y el hecho de no ser una competencia exclusiva<sup>1</sup>. A diferencia de otros ejemplos de metro-regiones en el ámbito de la OCDE, hay una ausencia de gobernanza metropolitana.

La asunción de competencias y ciertas dificultades entre las diferentes administraciones, así como la carencia de instancias político-administrativas a nivel metropolitano vienen obstaculizando la ejecución de políticas horizontales. Las posibles soluciones a esta realidad pasan o bien por la creación de un gobierno metropolitano, como en el caso de Londres y Stuttgart, o bien por establecer diversas formas de colaboración (creación de agencias especializadas u organismos intermunicipales, acuerdos e informales de cooperación entre los diferentes gobiernos para un trabajo conjunto) entre las administraciones existentes (OCDE, 2007).

---

1 Una muestra de ello es Madrid, donde dos organismos regionales (IMADE y Madri+d) y uno municipal (Madrid Emprende) están encargados de promover el desarrollo económico y la innovación.

El emergente papel de los actores locales, en especial en las regiones urbanas, hace cada vez más necesario clarificar mejor las competencias y llevar a cabo uniformemente el proceso de descentralización. La devolución del poder a los gobiernos locales reforzaría a las ciudades en aquellos ámbitos de actuación, donde hoy por hoy está presente una debilidad en términos de funciones institucionales y de recursos<sup>2</sup>; aunque debería emprenderse sin reproducir situaciones de suma cero entre el gobierno regional y el metropolitano.

Las ciudades están en un permanente cambio para adaptarse a las nuevas condiciones del entorno, pero, la velocidad de esas transformaciones se ha incrementado en las últimas tres décadas por los procesos de reestructuración productiva y suburbanización a los que se han visto sometidas (Couch et al., 2003). La mayoría de las áreas urbanas españolas y europeas han dejado de ser centros industriales para convertirse en centros de servicios y consumo. Muchas de las funciones de las zonas centrales se han desplazado hacia la periferia de las áreas metropolitanas, generando una expansión de las mismas sin precedentes.

Estas dinámicas no siempre están exentas de graves problemas (abandono de edificios, entornos degradados, desempleo, exclusión social,...), sobre todo en las viejas ciudades industriales. La regeneración económica y urbana ha sido la respuesta por parte de los poderes públicos a esta necesidad de intervención, que si bien presenta especificidades en su aplicación en cada núcleo urbano, no así en sus contenidos básicos. Ciudades a lo largo de Europa han puesto en marcha este tipo de estrategias basada en las industrias creativas, donde la cultura se ve como un medio que pueda crear una nueva imagen urbana (Hall, 2000; Evans, 2003), que haga más atractiva a la ciudad a fin de movilizar capital y trabajadores cualificados.

Los políticos, urbanistas y otros agentes socioeconómicos que toman decisiones en las ciudades han venido adhiriéndose a la lógica de la *clase creativa* y han comenzado a transformar los cascos y ba-

---

2 Trullén (2006) apunta que el actual marco regulador en materia de competencias económicas atribuibles al ámbito local y su financiación, no contempla la intensificación de las interacciones entre ciudades y sigue anclado en un contexto productivo tradicional, donde los procesos productivos se limitan meramente a los límites de los términos municipales, obvia los problemas derivados de las economías externas y otorga un tratamiento homogéneo, al margen del nivel que el municipio ocupe en la jerarquía urbana.

rrios antiguos de sus ciudades en centros animados de vida urbana. No faltan los proyectos de mejora de la infraestructura pública, ni de transformación de viejas instalaciones industriales en modernos centros comerciales y en ciertos casos en viviendas residenciales de lujo.

Bajo las premisas de la teoría de la *clase creativa*<sup>3</sup>, los responsables políticos pretenden promover la competitividad a través de crear una ciudad atractiva para la clase creativa, abandonando en muchos casos las ideas tradicionales acerca del desarrollo económico. De este modo, las políticas de rehabilitación urbana se han convertido en una de las herramientas más populares para promover el desarrollo económico y no en un complemento de los enfoques tradicionales (Donegan et al., 2008).

El objetivo de este capítulo es proporcionar una cartografía del tamaño y la distribución de la clase creativa en las cinco principales grandes áreas urbanas de España. Además, observar en qué medida la distribución de los servicios culturales (a través del índice de oportunidad cultural), dirigidos a satisfacer la demanda de consumo de la clase creativa; y aquélla de las industrias intensivas en I+D (mediante el índice de puestos de trabajo de alta tecnología), influyen en el tamaño de la clase creativa en las áreas urbanas de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao.

El trabajo se estructura en seis apartados. En los dos primeros se expone a grandes rasgos las características de los procesos de reestructuración productiva y de las estrategias de regeneración y revitalización urbana, que han afectado a las ciudades en las tres últimas décadas, así como los argumentos del enfoque de la clase creativa, adoptado por un gran número de ciudades como marco de referencia de dichas estrategias. A continuación se describe las fuentes de información y metodología seguida para aplicar el modelo de la clase creativa según Florida (2002) al contexto español. La cuarta parte recoge los resultados del tamaño y distribución de los efectivos creativos en las grandes áreas urbanas de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao, para el año 2001. Finalmente, se elaboran unas conclusiones y se apuntan una serie de aspectos a indagar en futuras investigaciones alrededor de estas cuestiones.

---

3 La presencia de la clase creativa en un determinado lugar estimula el desarrollo económico, pues este tipo de trabajadores suele conducir al crecimiento y mejora de la competitividad de las áreas metropolitanas.

## 2. Reestructuración productiva, competitividad y regeneración urbana

### 2.1. Reestructuración productiva urbana

Desde los años ochenta del siglo XX, las áreas urbanas europeas y españolas se han visto afectadas por cambios socioeconómicos y políticos de gran alcance, provenientes en parte de los procesos de reestructuración y globalización económica, que han modificado drásticamente el contexto para el desarrollo urbano. La mayoría de las regiones ha sufrido un amplio proceso de desindustrialización, que se manifiesta en la pérdida de empleo industrial y un descenso del valor añadido generado por la industria.

La estructura industrial tradicional de muchas ciudades experimenta un cambio rápido y el desempleo se convierten en el principal objetivo de actuación. Las ciudades tienen que adaptarse a sus nuevos papeles como centros de consumo y de acogida de empleo en las actividades de servicios. Pero, este proceso de reestructuración socioeconómica urbana produce también una intensificación de la exclusión social y la polarización, tanto en áreas urbanas en declive como en las más dinámicas. No hay que olvidar, que la reestructuración de la economía es un prerequisite necesario para el cambio físico de la estructura urbana.

Las oportunidades de crecimiento económico se han desplazado de la manufactura hacia los sectores de alta tecnología y la globalización de la economía y la sociedad ha incrementado la movilidad del capital e intensificado la competitividad entre las ciudades y los territorios. Sin embargo, esta fase de la llamada "nueva industrialización" (Parejo, 2001), apenas ha introducido en España una relocalización del mapa manufacturero. De hecho, a principios del siglo XXI, Madrid y Cataluña concentraban casi la mitad de todas las industrias de tecnología avanzada.

Las nuevas actividades presentan con frecuencia formas de organización de la producción tipo clúster y fuertes vínculos con organizaciones dedicadas a la generación de conocimiento. Requieren de determinados y singulares factores de localización, como la presencia de relevantes centros de investigación públicos, la existencia de lazos entre la comunidad científica y las asociaciones profesionales e inte-

raciones entre las empresas y las universidades, además de la posibilidad de acceder a un mercado de trabajo cualificado, por lo que las características de localización son esenciales (Percy, 2003).

La calidad del entorno local deviene cada vez más un importante factor para atraer inversiones, en particular en las áreas centrales de las ciudades; de ahí que los aspectos físicos de la estructura urbana hayan influenciado la naturaleza del proceso de revitalización. Los edificios y los lugares, previamente destinados a las actividades industriales tradicionales (fábricas, zonas portuarias, ...) se han recuperado para actividades de servicios, incluyendo comercio, cultura, ocio y turismo. En muchos casos estas zonas se han convertido en ubicaciones populares para hoteles con encanto, museos, restaurantes, centros comerciales, bares y sedes centrales de empresas, lo que ha impactado en gran medida en la imagen de la ciudad y potencial estímulo relevante para atraer inversiones adicionales en la región metropolitana.

En muchas ciudades, la cultura, las artes y el ocio son con más frecuencia elemento central de la estrategia de regeneración. Se fomenta el turismo cultural y la asistencia a espectáculos y exposiciones para generar efectos positivos sobre la economía, aunque hay cierta inquietud sobre la posible eficacia de la cultura a la hora de estimular el crecimiento económico.

La reestructuración productiva del ámbito urbano ha supuesto un cambio en las políticas urbanas (Rodríguez y Martínez, 2001; Rodríguez et al., 2001; Couch et al., 2003). Se adopta un enfoque proactivo y empresarial para actuar en el campo del crecimiento y la mejora de la competitividad, que implica un rediseño de los instrumentos y la aparición de un nuevo modelo de gobernanza. Ya no basta con gestionar el crecimiento y controlar las externalidades negativas provocadas por la expansión urbana, sino que hay que compensar los efectos de la crisis, apoyar el desarrollo de nuevas funcionalidades urbanas y reforzar la capacidad local para competir en la nueva economía global.

La política urbana pasa a ser un instrumento clave de gestión local de la economía global y la revitalización en uno de los ámbitos principales de actuación en las ciudades europeas y españolas. El creciente protagonismo de los gobiernos locales y urbanos se observa en su mayor implicación en la promoción económica, donde el sector público local apoya activamente la participación del sector privado.

Como señalan Rodríguez et al. (2001), la intervención en la ciudad se hace cada vez más compleja por la reorientación empresarial de la política urbana y la fragmentación de las decisiones entre un abanico de agencias públicas, semipúblicas y privadas. Ahora en el gobierno de la ciudad ya no sólo están presentes las instituciones formales, sino que a él se incorpora todo un conjunto de instituciones informales, que configuran el espectro de actores que compiten a menudo por el control de la agenda urbana y el acceso a los recursos. Ello introduce la exigencia de coordinación y la construcción de consensos entre los agentes claves de la ciudad, a fin de superar la dinámica de conflicto tradicional que envuelve a los procesos de negociación local.

## 2.2. Ciudad y competitividad

En el actual contexto global ya no sólo compiten las empresas, sino lo hacen también las ciudades. La competitividad de una ciudad hace referencia a la capacidad de su economía local y sociedad para incrementar los estándares de vida de sus habitantes. Una ciudad es más competitiva cuando muestra una habilidad para atraer inversiones y talento, es decir, para mantener su atractivo a los factores capital y trabajo (Malecki, 2002).

Los factores de producción, las infraestructuras, la calidad de vida, la diversidad de la estructura económica e instalaciones urbanas, la eficacia gubernamental, la estrategia urbana, la cooperación público-privada y la flexibilidad institucional constituyen los determinantes de la competitividad urbana. En particular, contribuyen de forma significativa a ella los centros de investigación, las universidades, la cualificación de la mano de obra, los logros educativos de la población residente, así como las actividades e instalaciones culturales (op. cit.; OCDE, 2006).

Las ciudades compiten directamente entre ellas para atraer o retener principalmente la mano de obra y el capital, y lo hacen suministrando la combinación óptima o la mayor cantidad de factores de localización, tales como zonas verdes, apoyos a las empresas, calidad de la educación, vivienda asequible o la presencia de sedes centrales de empresas multiplanta. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) y en concreto Internet han sugerido nuevos

tipos de inversión por los que las ciudades compiten. Pero, sólo los entornos urbanos más dinámicos son los que están más capacitados para obtener las ventajas que de su uso se desprenden. Además, disfuncionalidades en el mercado de trabajo, pueden mermar su capacidad de competir.

Si se analizan los datos del *Urban Audit* para las ciudades europeas se constata que las áreas metropolitanas presentan una alta concentración de empleo en sectores punteros, pero también se aglutinan en ellas un gran número de residentes en situación de desempleo. En estos espacios conviven elevadas proporciones de residentes con niveles de educación superior y ciudadanos sin estudios secundarios.

Las ciudades son importantes territorios generadores de riqueza y con frecuencia constituyen el motor de las economías nacionales. En particular, las áreas metropolitanas presentan altos niveles de productividad y crecientes flujos de personas, bienes, capital, servicios e incluso ideas. Son espacios que producen un elevado porcentaje de la producción nacional, medida en términos de PIB, si se compara con el peso que representa su población. Su PIB per cápita se sitúa por encima de la media nacional (OCDE, 2006). Entre 1985-2001, todas las grandes ciudades españolas mejoraron significativamente en términos de renta per cápita y productividad del trabajo y han sido más competitivas. La búsqueda de nuevas oportunidades comerciales y su adaptación a los requisitos más exigentes de la demanda internacional, les ha permitido ganar nuevas cuotas de mercado y un mayor crecimiento de su PIB per cápita (Mella y Chasco, 2005).

Las áreas metropolitanas muestran tendencias demográficas más positivas que la media nacional. Aunque en general, el porcentaje de población mayor de 65 años ha venido creciendo en las últimas décadas, así como la tasa de dependencia, estos valores son inferiores a los nacionales (OCDE, 2006). Si bien ello tiene implicaciones sobre el volumen de activos, en las aglomeraciones urbanas se aminora por la capacidad de atracción que estos centros ejercen sobre la población, en especial sobre los más jóvenes, presentando un crecimiento más rápido de la fuerza de trabajo.

Pero, las grandes aglomeraciones de población y actividad económica no sólo generan externalidades positivas (economías de aglomeración, ventajas de especialización y diversidad, concentración de activida-

des de I+D+I y generación de innovación, mercado de trabajo cualificado, importante stock de capital físico), sino que también están asociadas a ciertos efectos externos negativos (congestión, contaminación atmosférica y acústica, segregación social o elevadas tasas de criminalidad).

Ciertas características de la dinámica urbana post-industrial generan desigualdades socioeconómicas que contribuyen a incrementar la segregación y el descontento. La exclusión social ha aumentado en todas las áreas metropolitanas, aunque su forma e intensidad varía en cada ciudad. Lejos de solucionarse, viene empeorando desde la década de los años ochenta del siglo XX en todas las ciudades y es constatable que la inmensa mayoría de las grandes ciudades, incluso las más ricas, presentan amplias bolsas de pobreza y problemas sociales.

La capacidad de crecimiento de las aglomeraciones urbanas no siempre es sinónimo de éxito. Un cierto número de ellas muestran signos de declive, con una escasa capacidad para innovar, elevadas tasas de desempleo, un deterioro de la calidad de sus infraestructuras y desigualdad social; con valores en sus indicadores económicos y sociales por debajo de la media nacional. Son aquéllas afectadas por procesos de reestructuración industrial.

El estímulo de la competitividad de las ciudades requiere de un enfoque más estratégico (OCDE, 2006), por otro lado no exento de riesgo. Las economías de las áreas urbanas deben reinventarse permanentemente mediante ajustes microeconómicos y estructurales, y las respuestas tienen que ser rápidas y efectivas a los problemas del aumento de la movilidad del capital, de la cualificación de la mano de obra y de la generación de conocimiento e innovación tecnológica. Podría decirse, que un entorno atractivo, si bien puede contribuir al éxito económico, no es la única alternativa. Aumentar la calidad de vida de la ciudad y atraer inversiones pasa por aplicar enfoques espaciales más sostenibles y a ello en parte contribuyen las estrategias de regeneración urbana (Percy, 2003).

### **2.3. Estrategias de regeneración y revitalización urbana**

La mejora de la competitividad de ciudades y regiones en Europa y España ha supuesto poner en marcha procesos de reestructuración productiva vía estrategias de regeneración y revitalización ur-

bana. Si bien existe una amplia variedad de ellas, todas contienen un elemento recurrente: los grandes proyectos urbanísticos<sup>4</sup> de carácter emblemático, no exentos de polémica, en lo relativo a su contribución al logro de metas más amplias de política urbana.

Desde una perspectiva histórica, el proceso de revitalización urbana muestra cambios en la orientación de las iniciativas. Si bien en un primer momento –mediados de los años 70's a mediados de los 80's– la regeneración urbana sólo presenta una dimensión económicas, mediante actuaciones centradas exclusivamente en los ámbitos físicos y económicos urbanos; en la década de los noventa, la dimensión económica incorpora el componente social (Couch y Fraser, 2003). A las acciones tradicionales se unen ahora actuaciones para atajar la exclusión social y mantener y mejorar las áreas urbanas, pues se reconoce ampliamente que ello genera unos beneficios medioambientales a largo plazo.

Los aspectos de pobreza y desigualdad no son elementos nuevos en la política urbana. Lo nuevo es la referencia a un concepto más amplio de exclusión social en las actuales estrategias de regeneración urbana y la definición explícita de programas de inclusión social, dirigidos al desempleo, las personas sin hogar, la drogadicción, los bajos niveles educativos y la exclusión de servicios y redes sociales (Percy, 2003). Muchos de los programas de regeneración urbana reconocen la creciente importancia de la sostenibilidad medioambiental como una nueva vía para resolver algunos de los problemas. En esta línea, se observa que las ciudades han intensificado las acciones medioambientales y han aplicado principios ecológicos de planificación a todos sus proyectos tanto de infraestructuras<sup>5</sup>, de construcción de viviendas como de creación de parques tecnológicos y empresariales. En algunas ocasiones, se han desarrollado enfoques integrados y proactivos para un desarrollo sostenible.

La reorganización estructural del espacio físico y económico urbano pasa por la reconversión de amplias zonas degradadas, resultado de la deslocalización e incluso cese de actividades y funciones previas.

---

4 Los desarrollos urbanos de prestigio son proyectos a gran escala, capaces de atraer inversiones y promover una nueva imagen de la ciudad.

5 Ampliaciones de líneas de metro, nuevas líneas de tranvía, carril bici y zonas peatonales.

Su transformación, en muchos casos espacios industriales, en áreas de usos mixtos (oficinas, residencial, comercial, cultural y de ocio) se vincula a la creación de nuevas zonas de producción y de consumo, adaptadas a las exigencias de la nueva realidad local y global. Al mismo tiempo, estas grandes operaciones emblemáticas persiguen además, el cambio de la imagen urbana mediante la combinación de proyectos denominados "buques insignia"<sup>6</sup>, arquitectura de firma, parques temáticos, exposiciones internacionales, festivales de arte y cultura, y otros eventos, incluso deportivos, que tienen una función publicitaria importante en la nueva orientación y trayectoria para la futura ciudad (Rodríguez et al. 2001).

Es cierto que los grandes proyectos urbanísticos no son algo nuevo. Las actuales intervenciones a gran escala se diferencian de aquellas de los años sesenta y épocas anteriores, en que el objetivo de transformación y reconversión de espacios degradados en áreas de nueva centralidad adaptadas a los nuevos requerimientos de producción y consumo, se hace ahora creando las condiciones físicas a partir de nuevas funcionalidades. Además, se adoptan técnicas de marketing urbano y nuevas fórmulas de gestión empresarial, guiadas por criterios de eficiencia y rentabilidad. Estas técnicas se han convertido en partes importantes de la estrategia de regeneración. No obstante, la repetición en serie de los mismos instrumentos y diseños de la arquitectura, hasta los eslogan y campañas publicitarias reintroducen la tendencia hacia la homogeneización y escasa diferenciación entre los distintos proyectos emblemáticos que proyectan y ejecutan las diferentes ciudades.

Los grandes proyectos urbanos, con muy pocas excepciones, se promueven, lideran y con frecuencia se financian por el sector público<sup>7</sup>. La UE, aunque no tiene competencias específicas en materia de regeneración urbana, sí tiene un efecto sobre muchos de los ámbitos en los que se lleva a cabo la misma y un input directo sobre ciertas áreas claves, como la financiera. Destaca sobre todo, su contribución

---

6 Son proyectos a pequeña escala para estimular el crecimiento dentro de una zona urbana y transformar la percepción local de la misma.

7 Los riesgos de los grandes proyectos se asumen por la Administración y en ocasiones se comparten con el sector privado. Pero, dado el carácter especulativo e inmobiliario de los proyectos, es bastante probable, como señalan Rodríguez et al. (2001) que se produzcan déficits, que a menudo derivan de la socialización de los costes y la privatización de los beneficios.

vía fondos estructurales e iniciativas comunitarias como URBAN o INTERREG. Una gran parte de las ciudades españolas se han beneficiado de las ayudas para poner en marcha estrategias de desarrollo económico y por ende de regeneración, donde por lo general la inversión privada es limitada.

De lo que no hay duda es de la necesidad de aplicar enfoques de regeneración holísticos e integrados para abordar los problemas de las áreas urbanas; de ahí que la cooperación y el trabajo conjunto se haya incrementado entre los agentes implicados (Percy, 2003). Una regeneración urbana efectiva precisa del conocimiento, las habilidades y los recursos de los sectores público y privado, y de la comunidad local. Igualmente, de cambios en la forma de hacer y ejecutar la política urbana, lo que implica pasar a formas de organización en red abiertas de socios, ampliar la implicación de los denominados *stakeholders* y generar confianza.

### **3. Innovación y áreas urbanas. ¿hacia la ciudad creativa?**

#### **3.1. Sociedad del conocimiento y ciudad**

La generación de conocimiento y la difusión de innovaciones en sus diversas formas contribuyen de manera eficaz a la mejora de la competitividad de las empresas y al bienestar de los habitantes de un territorio. Sin embargo, no todos los núcleos urbanos muestran la misma capacidad para generar las ventajas competitivas que se derivan de la innovación y el conocimiento. De ahí, que uno de los objetivos prioritarios de una gran parte de las políticas urbanas sea desarrollar mecanismos de aprendizaje, individual y colectivo, capaces de difundir conocimiento a lo largo del tejido productivo, social e institucional (Méndez et al., 2008).

Las grandes áreas urbanas se han convertido en los centros preferentes de innovación, como ocurre con Madrid y Barcelona. Estos espacios compiten a nivel global y concentran las empresas líderes, las inversiones, la mano de obra cualificada, los centros de investigación y las universidades. Sus ventajas en términos de innovación y productividad superan sus costes más elevados de residir y hacer negocios en ellas (Florida, 2009), por lo que atraen y concentran a personas con ni-

veles educativos más elevados. Este colectivo juega un papel relevante en la generación de conocimiento.

Los resultados de las investigaciones sobre la economía del conocimiento y la ciudad indican que se están produciendo cambios radicales en la producción de bienes y servicios en el interior de las ciudades. Las actividades de mayor intensidad de conocimiento tienden a ubicarse en los núcleos y barrios centrales metropolitanos, por lo que presentan una distribución desigual a lo largo del territorio metropolitano.

En el caso del sistema urbano español, Méndez et al., (2009) apuntan que la denominada sociedad del conocimiento es cosa de unas pocas ciudades, pues una parte considerable de los núcleos urbanos no dispone de la suficiente capacidad para producir, atraer y retener a la denominada "clase creativas" en términos de Florida (2002). Se observan diferencias interurbanas en el grado de inserción a la economía del conocimiento y las trayectorias seguidas son diversidad.

### 3.2. La ciudad creativa

La noción de ciudad creativa aparece en los años noventa del último siglo y representa el traslado del debate sobre innovación territorial al ámbito urbano (Rodríguez y Vicario, 2005). Sugiere que las industrias culturales son una herramienta importante para el desarrollo económico local (Paquette, 2008), donde la cultura es el motor y soporte de la imagen de la ciudad. Este concepto hace referencia a centros urbanos innovadores, donde se da una alta concentración de capital humano, un intenso flujo de nuevas ideas, que configura una comunidad cultural imaginativa y diversa. Disponen de un sistema local de innovación, que intensifica la generación y difusión del conocimiento y en él participan un número elevado de organizaciones públicas y privadas (Méndez et al., 2008).

En el mundo actual, las ciudades creativas suelen coincidir con las grandes aglomeraciones urbanas<sup>8</sup>, pues su condición de nodos claves en la economía global y su dimensión hacen que en ellas se den

---

<sup>8</sup> Esta observación parece excluir a priori a una buena parte del sistema urbano en lo referente al conocimiento y la creatividad. Sin embargo, las ciudades medias españolas e incluso los núcleos urbanos de rango inferior ganan protagonismo en aquellos indicadores relacionados con la capacidad de innovación, aunque es un hecho constatado que las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona aglutinaban la

las condiciones favorables para una elevada capacidad de innovación. Según Florida (2009), la ciudad se vuelve más rica y creativa cuanto mayor es. Su crecimiento y prosperidad están vinculados a su poder de atracción y retención del denominado talento, por lo que su mayor reto será lograr y mantener una adecuada tasa de innovación y de no hacerlo podría llegar a una situación de declive.

Las ciudades del conocimiento están organizadas alrededor de sistemas de producción caracterizados por redes interempresariales cambiantes y mercados de trabajo flexibles (Stoper, 2006). Estas estructuras facilitan los contactos y unos elevados niveles de información e intercambio sobre productos y procesos industriales y de servicios, que constituyen un factor crítico para la generación de nuevas ideas, sensibilidades y percepciones, contribuyendo a mantener su grado de competitividad.

Estos centros creativos concentran una población que desempeña su actividad en los ámbitos de ciencia y tecnología, arte y diseño, entretenimiento y medios de comunicación, derecho, finanzas, administración de empresas, atención sanitaria y educación. Esta denominada "clase creativa" (Florida, 2002) viene experimentando un crecimiento extraordinario desde la segunda mitad del siglo XX. Por ello, son ciudades habitadas por residentes abiertos a la experiencia, uno de los factores decisivos para la innovación y el crecimiento económico y clave para atraer y capitalizar la diversidad. Asimismo, lugares de una gran turbulencia social e intelectual, por lo que no suelen ser confortables (Hall, 2000). De ahí que según Florida (2009), en sociedades muy conservadoras y estables, y en aquellas sin un orden determinado, en un sentido amplio, no podrán albergarse los entornos urbanos creativos.

En las ciudades creativas puede observarse un equilibrio emergente entre el sistema productivo y el entorno cultural (Stoper, 2006), algo que comienza a ser reconocido por los responsables políticos. Prueba de ello son sus esfuerzos en combinar sus programas de desarrollo económico local con la promoción cultural, por lo general mediante estrategias de renovación del entorno urbano. Han buscado nuevas imágenes, que han sido utilizadas como reclamo para atraer

---

cuarta parte del empleo en servicios intensivos en conocimiento y sectores creativos (véase Méndez et al., 2008).

turistas, generar nuevas inversiones e incrementar las expectativas de la economía local. Una gran parte de las áreas metropolitanas han diseñado una fórmula de desarrollo centrada en la nueva economía y en inversiones en recursos culturales. Un Ejemplo de ello son los casos del Museo Guggenheim de Bilbao o la ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia. Pero, como apuntan Rodríguez y Vicario (2005), muchas de estas intervenciones realizadas adolecen, en cierto modo de aquello que buscan: la creatividad.

De acuerdo con Stoper (2006) la creatividad necesita movilizarse y canalizarse para que confluya en formas de aprendizaje e innovación. Cualquier programa de desarrollo viable centrado en una ciudad creativa debería tratar de asentar un sistema productivo, fomentar o atraer una fuerza de trabajo cualificada y una adecuada programación del espacio urbano. Todo ello bien definido e interrelacionado. La mera presencia de una clase creativa no es suficiente para fomentar la creatividad urbana a lo largo del tiempo. Intensificar las inversiones para crear un entorno urbano de alta calidad, rico en instalaciones culturales y propicio a la diversidad de la vida social local, por otro lado elementos recurrentes de las ciudades creativas contemporáneas, no son suficientes. Se requiere además considerar las complejas interrelaciones diacrónicas y sincrónicas que deben existir antes de que surja probablemente un entorno creativo y dinámico.

### 3.3. Clase creativa, regeneración y desarrollo urbano

A principios de la primera década del siglo XXI, los planteamientos de la *clase creativa*, formulados por Florida (2002), sugieren que el éxito económico de una ciudad está determinado por la presencia de dicha clase o en su caso si cuenta con suficiente potencial para atraerla. Por tanto, bajo este enfoque, las ciudades deberían adaptarse para atraer a esta nueva clase de trabajadores a fin de ser competitivas o mantener sus ventajas de competitividad. Según Florida, esta clase creativa está configurada por el *núcleo creativo* (investigadores, ingenieros y físicos), que aplica fundamentalmente creatividad tecnológica; los *bohemos* (artistas, diseñadores y escritores), dedicados a las formas artísticas de la creatividad; y los *profesionales creativos* (gestores y directores de empresas, financieros, abogados), que emplean la creatividad en un sentido genérico y de gestión. Éstos últimos son el

subgrupo más numeroso y los bohemios el más pequeño, aunque son los consumidores más críticos de los servicios urbanos. Por su parte, el núcleo creativo posee los mayores niveles de cualificación y genera gran parte del valor económico de la clase creativa.

La población creativa exige unos elevados niveles de calidad y un estilo de vida burgués-bohemio<sup>9</sup>. Por ello, desde el punto de vista de la intervención, ésta no debería subestimarse en las estrategias de desarrollo económico urbano. Así, la estrategia de la ciudad creativa se instrumentaliza vía políticas culturales en su vertiente de producción y promoción del mencionado estilo de vida (Paquette, 2008). Según Pratt (2008), se trata de un ejercicio de marketing urbano, donde el imán ahora es un centro urbano de Bo-Bo<sup>10</sup>, cuyo primer objetivo es atraer mano de obra cualificada, que a su vez atraerá a las industrias de alta tecnología y todo ello conducirá a procesos de crecimiento y desarrollo económico. Por tanto, la tradicional lógica industrial de la teoría neoclásica de que el factor trabajo sigue al factor capital se reinvierte. Como indican Stam et al., (2008), la creatividad y en particular las actividades culturales no generan el crecimiento económico, sino que lo siguen.

Para Florida, las ciudades o regiones que disponen de talento, tolerancia y tecnología, sus famosas tres "T", atraerán y retendrán a la clase creativa, uno de los prerequisites para lograr un crecimiento económico sostenible. Pero, hasta el momento, como sostienen Donegan et al., (2008), no se ha demostrado que atraer a la clase creativa conduzca de forma más efectiva a un crecimiento del ingreso y el empleo, que la mejora de los indicadores de capital humano y los resultados de la estructura productiva de un área urbana. De ello se deduce, que las estrategias tradicionales de desarrollo económico mantienen todavía su validez y que programas de cualificación de RR.HH., de apoyo a la creación de empresas y a la diversificación de la estructura productiva pueden ser también herramientas eficaces para promover el bienestar socioeconómico; sin olvidar que invertir en el desarrollo y

---

9 Markusen (2006) y Comunian (2010) llaman la atención sobre los enfoques diversos de vida y culturales de los profesionales que integran la clase creativa.

10 Término acuñado por Brooks, D. (2001): *Bobos in Paradise: The new upper class and how they got there*. New York, Simon and Schuster. Lo utiliza para designar el estilo de vida "Bourgeois-Bohemian"

consolidación del talento local no tiene por qué implicar peores resultados que invertir para atraer talento externo (Comunian, 2010).

Las ciudades han invertido de forma significativa en sus infraestructuras cultural y economía creativa durante las dos últimas décadas. La cultura se ha utilizado como un medio para llevar a cabo la regeneración urbana, el desarrollo económico y la inclusión social. El foco de las estrategias económicas y las políticas se ha dirigido a qué debería tener una ciudad para ser creativa; políticas que se han replicado en muchos entornos urbanos, sin considerar los aspectos específicos ni las circunstancias, llevando a formulas estandarizadas para el desarrollo de la ciudad creativa.

Asheim y Hansen (2009) rompen con su trabajo el supuesto de que toda la clase creativa comparte las mismas preferencias de localización, es decir, dónde vivir y trabajar. Además, complementan la tesis de la *clase creativa* introduciendo en el discurso el *knowledge-base approach.*, lo que les permite analizar la dependencia entre los diferentes tipos de conocimiento (sintético, analítico y simbólico)<sup>11</sup>, las distintas clases de talento y las fases de los procesos de innovación. Las actividades de innovación de las empresas difieren sustancialmente según los sectores y las industrias en las que operen y exigen tipos de conocimiento específicos.

El conocimiento analítico (investigación básica) y el simbólico (aplicado en la creación de atributos estéticos de productos, diseños, imágenes y símbolos, entre otros) son más atractivos para la diversidad y menos dependientes de la trayectoria histórica de un determinado lugar y más sensibles al nuevo desarrollo. Por su parte, el conocimiento sintético (investigación aplicada) se vincula a instituciones y organizaciones que configuran la estructura económica de una región o ciudad, por lo que aquellos territorios que dependen más de este tipo de conocimiento, manifiestan pautas más dependientes de desarrollo regional.

Las actividades de alta tecnología y las industrias creativas, a las que hace referencia la teoría de la clase creativa, están más vinculadas a las tipologías de conocimiento analítico y simbólico respectivamente, mientras que las industrias más tradicionales lo están con el cono-

---

11 Las tres tipos de conocimiento pueden identificarse a través de las categorías profesionales de ocupación.

cimiento sintético. Éstas últimas emplean también talento proveniente de la clase creativa, pero en ellas –industrias e individuos creativos- no se ven atraídos a un determinado lugar por su clima social como manifiesta Florida (op. cit.), sino que optan más por las características empresariales del mismo -clima empresarial-. Sin embargo, aquéllos que trabajan en profesiones ligadas a un conocimiento analítico y simbólico, el clima social es más importante, sobre todo, algunas características de este clima social son importantísimas para los ocupados creativos que aplican conocimiento simbólico.

Finalmente, no han faltado las críticas a la teoría de la clase creativa, que se han ejercido tanto desde el punto de vista económico, social, político como cultural y que han estado dirigidas tanto a cuestiones relacionadas con la evidencia empírica como aquellas otras centradas en las bases teóricas. Escasas diferencias entre los conceptos de *clase creativa* y capital humano, la no consideración del papel que juega el pasado en el ecosistema económico actual y que el clima social no puede observarse como un componente desconectado de de las estructuras institucionales y económicas de un cierto territorio, son algunos de los puntos (Asheim, 2009; Asheim y Hasen, 2009). Confusiones del término tolerancia por parte de muchos decisores de la política urbana con la simple presencia de diversidad cultural, así como realzar los fuertes lazos entre el desarrollo de la ciudad creativa y el aumento de las desigualdades, que en la teoría de la clase creativa está aún sin resolver, son críticas versadas desde el punto de vista social (Comunian, 2010). El enfoque *top-down* de las ventajas para desarrollar la atracción y el crecimiento, que refuerza la idea de que una ciudad creativa requiere unas ventajas locales específicas (diversidad cultural, la cultura de los cafés y las instalaciones culturales, una dotación para actividades de alta tecnología); y el desconocimiento de cómo la clase creativa interactúa con este conjunto de aspectos, son algunas de las valoraciones críticas desde la perspectiva cultural.

#### **4. Metodología y fuentes de información**

El aspecto central del análisis es la cuantificación de la clase creativa en las cinco principales á grandes áreas urbanas españolas en el año 2001. Sin embargo, una de las limitaciones ha sido 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. Una aproximación podría ser la utilización de la población ocupada según categorías profesionales. Asimismo, investigaciones previas indican lo inapropiado de aplicar los argumentos de la tesis de Florida (2002) a las áreas metropolitanas de menor tamaño, así como a las ciudades medianas y pequeñas del sistema urbano (Donegan et al., 2008).

Por tanto, el análisis que en las próximas páginas se presenta sobre la clase creativa y sus subgrupos se basa en las informaciones suministradas sobre ocupados según categorías profesionales del Censo de Población y Vivienda del año 2001. Ofrece, a nivel municipal una desagregación hasta tres dígitos CNO-88 que facilita una cierta aproximación cuantitativa del tamaño de esos subgrupos a nivel municipal. El resto de datos referentes a la dinámica demográfica y estructura productiva del ámbito espacial de análisis proceden de las diferentes ediciones del Atlas Estadístico de las áreas urbanas en España, publicado por el antiguo Ministerio de Vivienda.

Las cinco primeras áreas urbanas de la jerarquía del sistema urbano español, Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao constituyen la unidad de análisis espacial. Son áreas urbanas plurimunicipales de geometría variable, en cuanto al número de municipios que las integran<sup>12</sup>, y cuya composición ha sido realizada por la Secretaría de Estado de Vivienda y Actuaciones Urbanas del actual Ministerio de Fomento. Pertenecen a la categoría de grandes áreas urbanas<sup>13</sup>, que como norma general cuentan con un municipio de más de 50.000 habitantes y el resto de los municipios a incluir tendrán como mínimo 1.000 habitantes. En el caso de las áreas seleccionadas reflejan la región funcional económica.

Para contrastar algunos aspectos de la tesis de la clase creativa se han calculado para cada una de las grandes áreas urbanas y a nivel nacional los índices de *oportunidad cultural*, de *bohemios* y de *ocu-*

12 El área urbana de Madrid abarca 52 municipios, la de Barcelona un total de 165, el área urbana de Valencia 45, la de Sevilla 24 y el área urbana de Bilbao 35.

13 En 2009 se delimitaron un total de 86, con más de 500.000 habitantes, que agrupaban unos 747 municipios (9,2% de los municipios españoles) y en las que vivían más de treinta millones de personas (68% del total de la población española) (Véase <http://siu.vivienda.es>).

*pación en actividades de alta tecnología*. El primero de ellos, según Florida, constituye un elemento esencial de la capacidad para atraer a la clase creativa. Se define como el número de ocupados en las actividades productivas de restauración; de establecimientos de bebida; cinematográficas y vídeo; radio y televisión; otras actividades artísticas y de espectáculos; bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales; y deportivas. Para su cálculo se ha utilizado los datos de ocupados según la actividad de la empresa, con una desagregación de tres dígitos de la CNAE-93, a nivel municipal, recogidos en el mencionado Censo.

Por su parte, el denominado *bohemian index* es un cociente de localización del empleo en las actividades artísticas y las ocupaciones creativas. Permite comparar el peso de los bohemios en un área urbana sobre el total nacional de bohemios con la contribución de la población del área urbana a la población nacional. Finalmente, el *índice de ocupación en actividades de alta tecnología*, la proporción de ocupados en actividades de alta tecnología de cada una de las áreas urbanas, que refleja las preferencias por puestos de trabajo más especializados.

## 5. La clase creativa en las áreas urbanas de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao

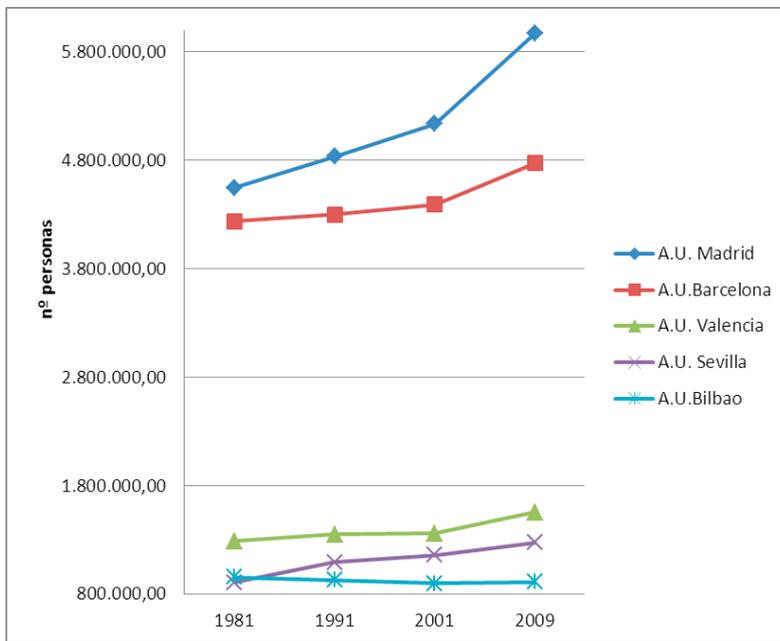
Las cinco áreas urbanas seleccionadas para identificar y cartografiar la clase creativa son importantes polos de atracción económica y cultural, y relevantes nodos de comunicación, innovación y generación de conocimiento del sistema urbano español. Representan alrededor del 31% de la población nacional desde hace tres décadas y son los territorios más poblados de sus respectivas regiones.

Su evolución demográfica ha sido positiva entre 1981 a 2009, salvo en el caso del área urbana de Bilbao, donde se ha producido una pérdida de efectivos entre 1981 a 2001, para experimentar durante la primera década del siglo XXI un pequeño crecimiento (Figura 1). El resto de las áreas presenta incrementos de sus habitantes, en particular las áreas urbanas de Sevilla, Madrid y Valencia. No obstante, las mayores ganancias de población se producirán durante el período intercensal 1981 a 1991 en el caso de Sevilla, mientras que en las otras aglomeraciones se experimentan en el último decenio. Este crecimiento

demográfico ha estado acompañado, hasta la aparición de la actual crisis económica, de un aumento general de la actividad económica, y sobre todo, de aquéllas ligadas a la nueva economía y la construcción.

Desde el inicio de la etapa autonómica, todos estos territorios vienen acometiendo un proceso de reestructuración productiva, dirigido a intensificar sus actividades de servicios, frente a los sectores primario e industrial (Tabla 1). Prueba de ello es el progresivo trasvase de los ocupados hacia estas actividades terciarias. Si bien en 1981, sólo las áreas urbanas de Madrid y

Figura 1. Evolución de la población en las grandes áreas urbanas (1981-2009)



Fuente: Elaboración propia. INE.

Sevilla concentraban más del 60% de su empleo en estas actividades; en el año 2001, todas ellas superaban dicho porcentaje, manifestando una intensa terciarización de sus mercados laborales. En los casos de Barcelona, Valencia y Bilbao todavía se observa un peso importante de las actividades industriales, resultado de su mayor tradición industrial, a pesar de haber estado afectadas por intensos procesos de desindustrialización como el área urbana de Bilbao.

Tabla 1. Distribución de la población ocupada por sectores económicos.  
Grandes áreas urbanas (1981-2001)

G. Áreas Urbanas	Años											
	1981(*)				1991				2001			
	S.I %	S.II %	S.III %	S.IV %	S.I %	S.II %	S.III %	S.IV %	S.I %	S.II %	S.III %	S.IV %
<b>A.U. Madrid</b>	0,6	26,3	65,7	7,4	1	23,9	66,2	8,9	0,7	13,38	76,6	9,3
<b>A.U. Barcelona</b>	1,7	44,5	47,8	6	1,3	38,4	51,4	8,9	0,8	25,7	64,5	9,1
<b>A.U. Valencia</b>	4,3	36,2	52,6	6,9	3	32,3	56,2	8,5	2,5	21,3	66,4	9,9
<b>A.U. Sevilla</b>	5,5	25,9	60,4	8,2	5,8	20,3	61,2	12,7	3,4	12,5	74,2	10
<b>A.U. Bilbao</b>	0,6	44,8	47,8	6,8	0,8	31,6	57,3	10,2	0,7	19,6	69,1	10,7
<b>Total nacional</b>	15,7	27,7	46,2	8,6	10,1	24,9	54	11	6,3	18,4	63,6	11,7

(\*) Los porcentajes del total nacional no suman cien por los ocupados sin especificar alguno de los cuatro grandes sectores.

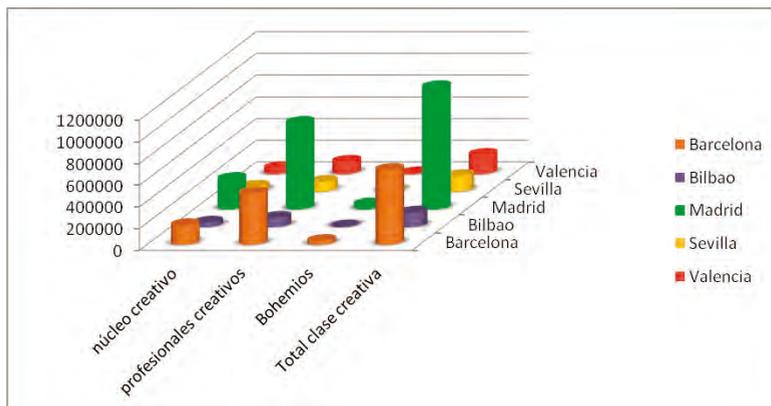
Fuente: Elaboración propia. INE

Durante las últimas décadas, todas estas aglomeraciones urbanas han sufrido cambios políticos y socioeconómicos de un gran alcance y en todas ellas se han puesto en marcha políticas urbanas dirigidas a mejorar su competitividad. El modo de intervención ha estado centrado en acciones de operaciones de renovación urbana, muy localizadas y desiguales en los núcleos centrales, bajo la fórmula de mega-proyectos emblemáticos y esquemas de marketing territorial, que autores como Rodríguez (1998), en referencia al caso de Bilbao, las caracteriza como una visión fragmentada de procesos de revitalización. El objetivo siempre es intentar atraer inversiones a estos nuevos espacios creados de consumo y producción.

Estos procesos de regeneración urbana, en su mayoría orientados en los esquemas de la clase creativa, basados en enfoques de desarrollo económico local, cuyo centro es el arte y la cultura, han sido y siguen siendo bastantes atractivos para los planificadores urbanos y los responsables políticos de las diferentes administraciones.

En el año 2001, el 30,8% de los ocupados pertenecía a la clase creativa española<sup>14</sup>, residiendo el 45,2% de los mismos en las cinco principales grandes áreas urbanas, lo que representaba cerca del 14% de la ocupación nacional. Madrid (22,4%) y Barcelona (13,7%) presentaban las mayores concentraciones de efectivos creativos (Figura 2), mientras que en Valencia, Sevilla y Bilbao apenas constituían un 4% de la ocupación del área urbana. Por subgrupos creativos, estas grandes áreas en su conjunto aglutinaban el 43,6% del núcleo, el 45,65 de los profesionales y la mitad de los bohemios de España. Su distribución<sup>15</sup> en cada una de las áreas muestra unos mayores porcentajes en el grupo de profesionales, que oscila entre el 71% de Madrid y el 63% de Sevilla, seguido del núcleo creativo (el 33% de Sevilla y el 25% de Madrid) y los bohemios (el 5% de Barcelona y el 3,6% de Bilbao).

Figura 2. Ocupados creativos según subgrupos en las grandes áreas urbanas, 2001



Fuente: Elaboración propia, Censo de población y vivienda, 2001, INE.

Como era de esperar, los mayores contingentes de la clase creativa se ubican en aquellos centros urbanos de influencia nacional y

14 En los países de la OCDE, el tamaño de la clase creativa varían entre el 30% y 40% de la ocupación y en el caso de las ciudades norteamericanas estudiadas por Florida ascendía a un 30%. En el estudio realizado por Clifton (2008) para localidades del Reino Unido, el grupo creativo varía desde 52% (*Inner London West*) hasta el 24%.

15 En el año 2001, esta distribución de la clase creativa española era la siguiente: núcleo creativo (27,7%), profesionales creativos (68,3%) y bohemios (4%).

regional, donde se localizan las sedes principales de las grandes empresas, las actividades de servicios avanzados y las empresas de alta tecnología. Las áreas urbanas industriales, los centros de distribución, las áreas turísticas, así como las menos pobladas suelen presentar proporciones inferiores de residentes creativos. Parece existir una relación entre la presencia de la clase creativa y el tamaño demográfico del área urbana, por lo que a priori no puede descartarse que se dé también para el caso español, como ya se ha demostrado en otros análisis de regiones urbanas europeas (Lorenze y Andersen, 2009), que la distribución de la clase creativa conforma una jerarquía urbana que sigue pautas de rango-tamaño.

Si se observa la distribución espacial de la clase creativa en cada una de las grandes áreas urbanas seleccionadas, a primera vista puede concluirse que es desigual y compleja. Los núcleos urbanos de mayor dimensión son los que concentran porcentajes más elevados de individuos pertenecientes a la clase creativa, seguidos de las zonas centrales de sus respectivas áreas metropolitanas, mientras que los centros más periféricos a ambas muestran una menor presencia (Figuras 3a, 4a, 5a, 6a, 7a). Por tanto, se dan diferencias en la distribución entre las zonas centrales y las periféricas de estas aglomeraciones urbanas, y existen variaciones sobre su presencia en cualquier lugar dado. Como apunta Clifton (2008:72) sería bueno realizar análisis a diferentes niveles espaciales, en particular a nivel de barrio, para observar efectos que los actuales datos no permiten. Igualmente, investigaciones adicionales sobre la calidad de los factores territoriales podrían contribuir a comprender las pautas de la distribución de la clase creativa. Además, la falta de series temporales de datos de ocupación no permite obtener conclusiones sobre los posibles cambios en el tamaño de la población creativa<sup>16</sup>.

El examen de la distribución, en cada una de las áreas, de los grupos que integran la clase creativa - núcleo, profesionales y bohemios-, nuevamente permite constatar esa desigualdad y complejidad en la distribución, a la que se acaba de aludir (Figuras 3b, 4b, 5b, 6b, y 7b). En general, los mayores efectivos de los tres subgrupos se ubican en los municipios centrales de cada una de estas áreas urbanas. Todos ellos presentan grandes oportunidades de autorrealización y una amplia

---

16 Clifton (2008), en su estudio sobre las ciudades del Reino Unido, sugiere que en el periodo intercensal 1991 a 2001 los contingentes del grupo creativo del núcleo han crecido.

oferta laboral y cultural. Son espacios donde se localizan industrias basadas en el conocimiento simbólico y también algunas versadas en el conocimiento analítico, universidades e institutos de investigación de referencia como mínimo regional y nacional. Tanto el clima empresarial como el social constituyen factores decisivos que en mayor o menor medida, según subgrupos, influyen en la elección de estos espacios.

Los municipios próximos a esos centros principales concentran también volúmenes de cada uno de esos subgrupos creativo, pero apenas superan el 4% en las áreas urbanas de Valencia, Barcelona y Madrid. En el caso de Bilbao, se observa la presencia de un nivel intermedio, entre la ciudad y este último tipo de municipios, de núcleos como Getxo, Barakaldo y Portugalete, donde residen efectivos de esos tres grupos creativos con pesos superiores al 4%. La mayor o menor presencia de uno u otro grupo creativo está relacionada con las funciones urbanas de esos centros.

Así, en los municipios industriales y de servicios predominaran las profesiones creativas, mientras que en los residenciales de alto nivel suelen también concentrar bohemios y en ciertos casos individuos del núcleo creativo. Estos últimos se observan igualmente en municipios donde se localiza universidades o sedes de las mismas, y centros de investigación y desarrollo.

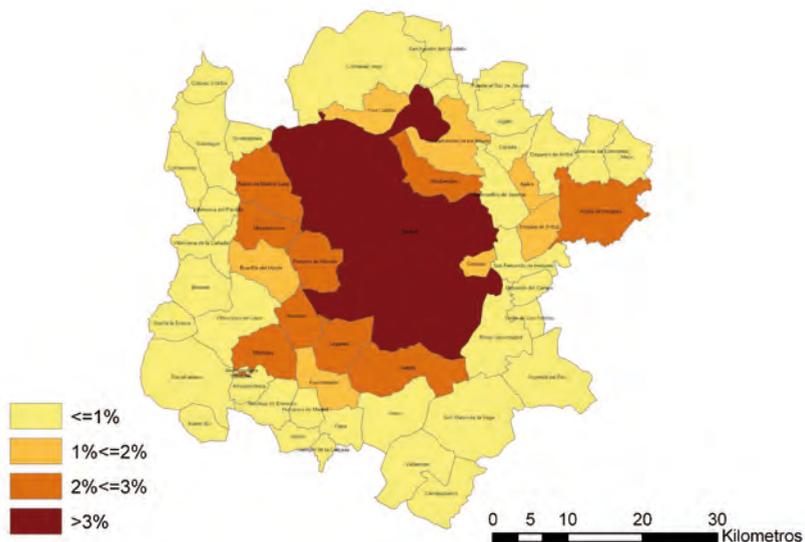
A medida que no alejamos de estos últimos municipios, los volúmenes de población de los diferentes subgrupos creativos descienden a menos del 2% para aquéllos que se sitúan próximos a los ejes o zonas de expansión de las áreas urbanas e inferior al 1% si se ubican alejados de las mismas.

Los resultados del índice de oportunidad cultural indican una posible relación entre la presencia de clase creativa en un determinado lugar y la localización de la oferta cultural y creativa<sup>17</sup>. Las cinco grandes áreas urbanas concentran alrededor del 36% de los ocupados nacionales en aquellas actividades directamente vinculadas a la oferta cultural y recreativa (Figura 8).

---

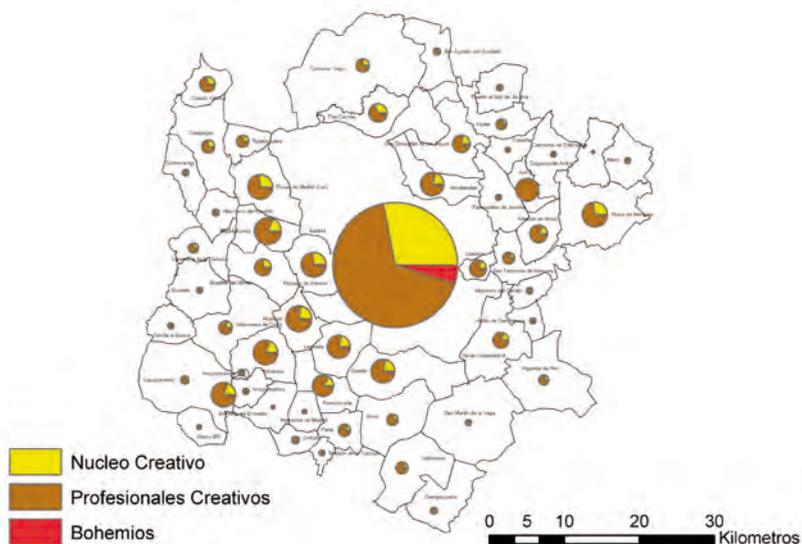
17 Resultados compatibles con investigaciones realizadas en el Reino Unido por Clifton y en Norteamérica por Florida y Gertler, M.S., Florida, R., Gates, G. & Vinodrai, T. (2002): *Competing on creativity: placing Ontario's cities in North American context*. A report prepared for the Ontario Ministry of Enterprise, Opportunity and Innovation and the Institute for Competitiveness and Prosperity, Munk Center for International Studies, University of Toronto, Toronto, ON.

Figura 3a: Distribución geográfica de la clase creativa en la gran área urbana de Madrid



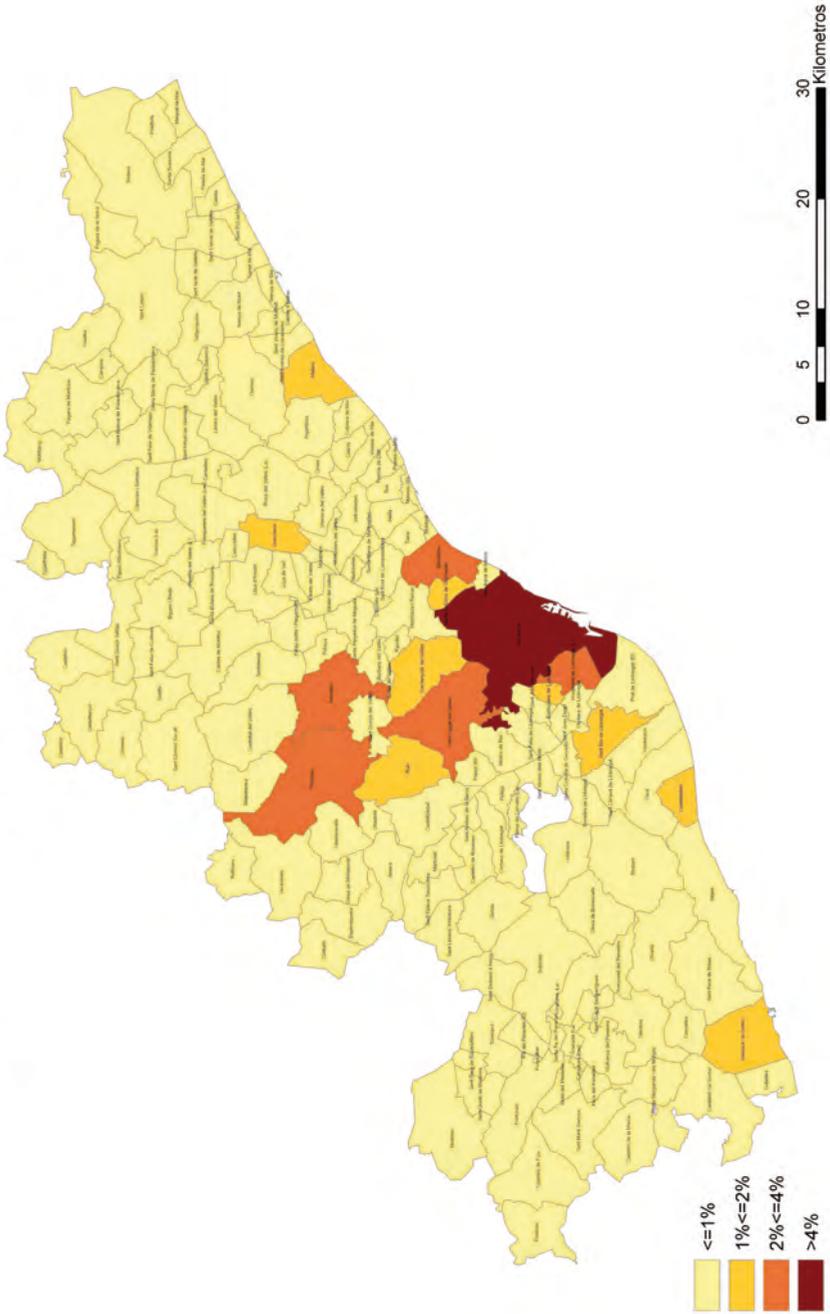
Fuente: Elaboración Propia.

Figura 3b: Distribución geográfica de los grupos creativos en la gran área urbana de Madrid



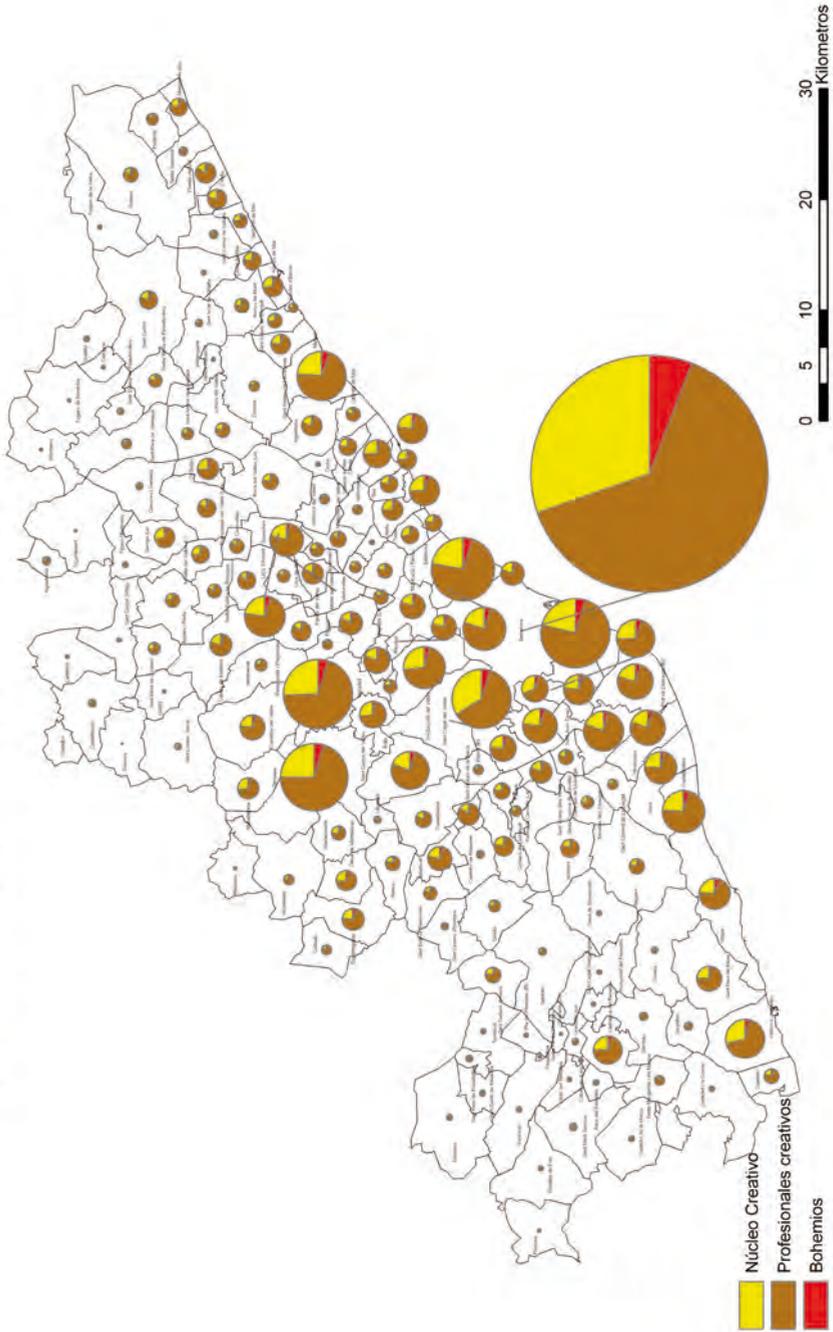
Fuente: Elaboración Propia.

Figura 4a: Distribución geográfica de la clase creativa en la gran área urbana de Barcelona



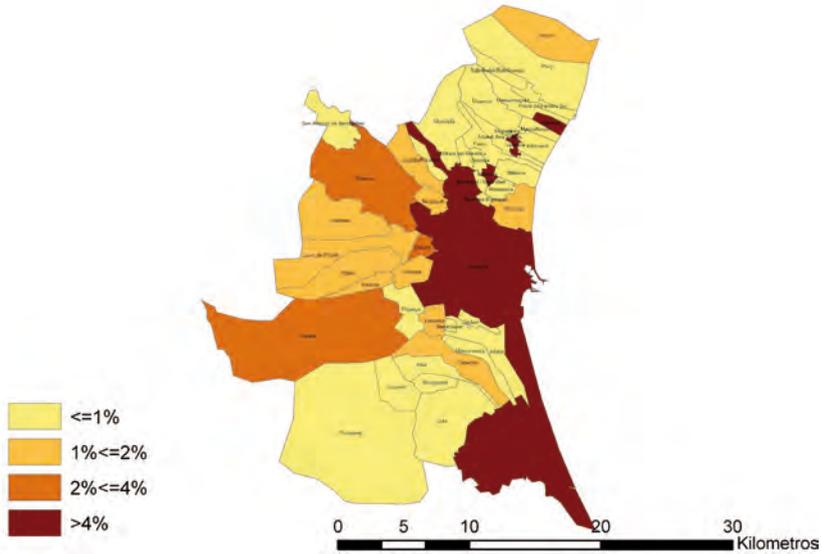
Fuente: Elaboración Propia.

Figura4b: Distribución geográfica de los grupos creativos en la gran área urbana de Barcelona



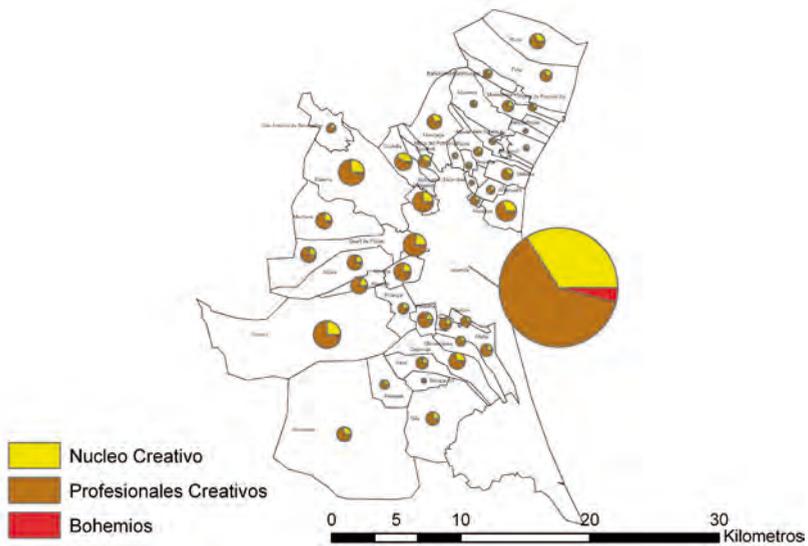
Fuente:Elaboración Propia.

Figura 5a: Distribución geográfica de la clase creativa en la gran área urbana de Valencia



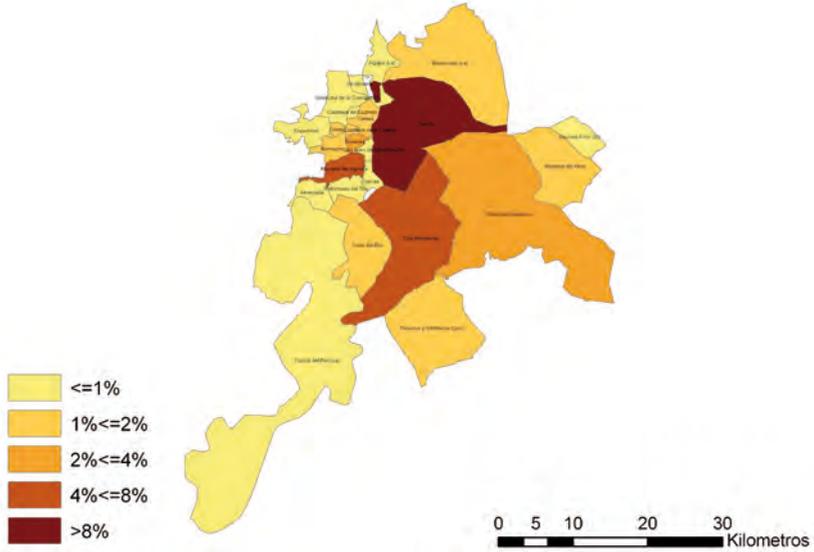
Fuente: Elaboración Propia.

Figura 5b: Distribución geográfica de los grupos creativos en la gran área urbana de Valencia



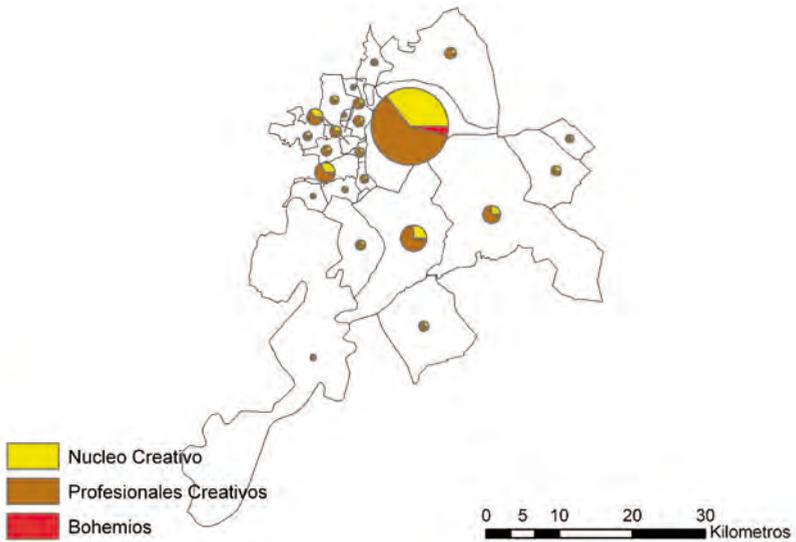
Fuente: Elaboración Propia.

Figura 6a: Distribución geográfica de la clase creativa en la gran área urbana de Sevilla



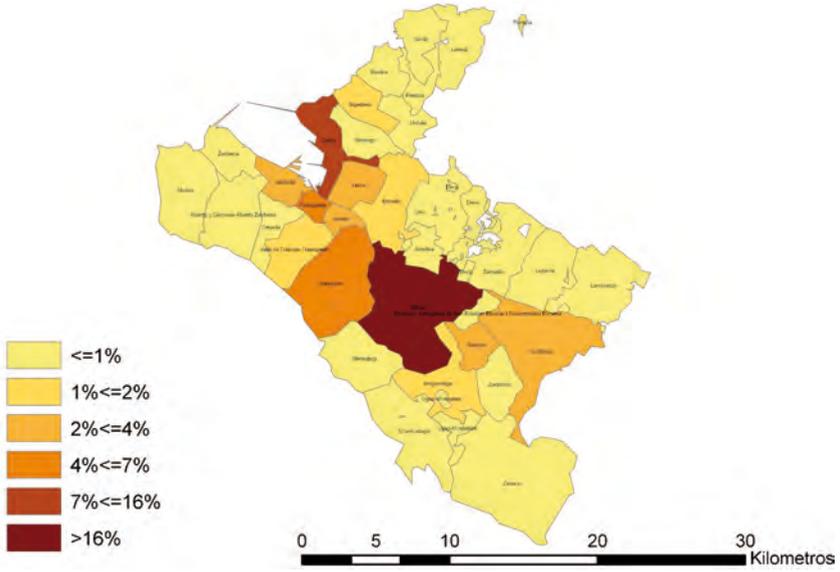
Fuente: Elaboración Propia.

Figura 6b: Distribución geográfica de los grupos creativos en la gran área urbana de Sevilla



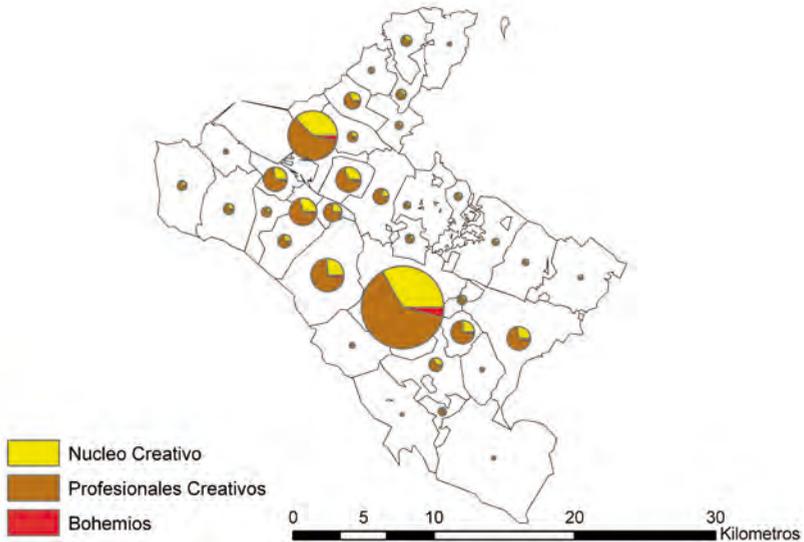
Fuente: Elaboración Propia.

Figura 7a: Distribución geográfica de la clase creativa en la gran área urbana de Bilbao



Fuente: Elaboración Propia.

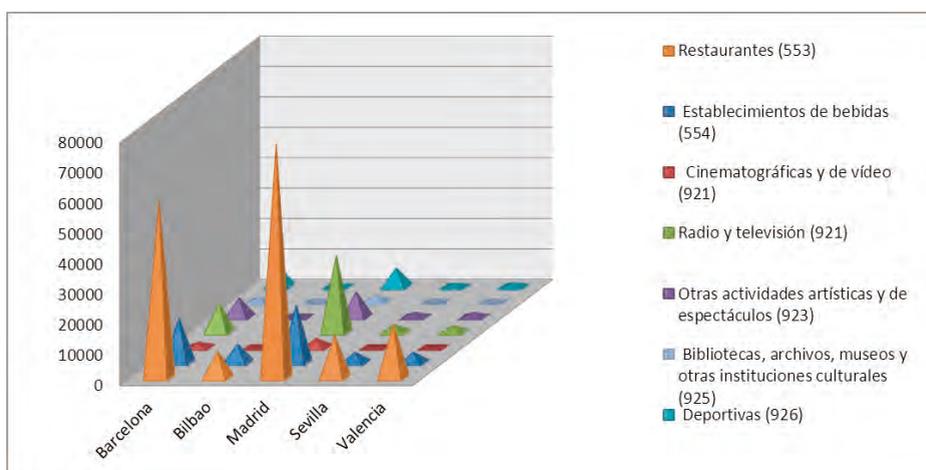
Figura 7b: Distribución geográfica de los grupos creativos en la gran área urbana de Bilbao



Fuente: Elaboración Propia.

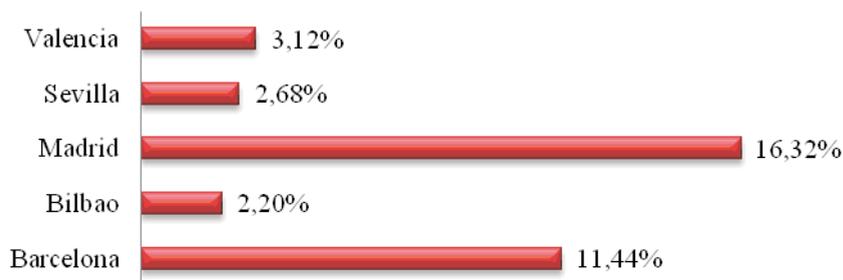
En concreto, las áreas urbanas de Madrid y Barcelona aglutinan el 27,8% de estos trabajadores (Figura 9), lo que refleja una concentración espacial de las industrias culturales y de ocio en las ciudades metropolitanas, donde por otro lado se encuentran los mayores volúmenes de población creativa. No hay que olvidar, que el grupo creativo manifiesta unas preferencias de consumo especializado, posible en este tipo de centros urbanos, que por otro lado se sitúan en los primeros puestos de la jerarquía urbana.

Figura 8. Ocupados en las actividades culturales y recreativas, 2001



Fuente: Elaboración propia, INE.

Figura 9. Índice de oportunidad cultural



Fuente: Elaboración propia, Censo población y vivienda 2001, INE.

Las preferencias ocupacionales, medidas a través de la proporción de ocupados en sectores de alta tecnología, sugieren asimismo la existencia de una relación entre este tipo de ocupaciones y la distribución de la clase creativa. Nuevamente, Madrid y Barcelona tienen los niveles más elevados de empleo en sectores de alta tecnología y de residentes creativos, seguidas de Bilbao y Sevilla (Figura 10), áreas que presentaban los menores volúmenes de clase creativa y de población.

Si bien las investigaciones realizadas en el contexto norteamericano apuntan que la presencia de la clase creativa se asocia con el crecimiento del empleo en las actividades de alta tecnología, no está tan claro en la investigación realizada por Clifton (2008) sobre el Reino Unido, donde no se observa ninguna asociación. Parece que el caso aquí analizado está más en consonancia con los resultados obtenidos en el ámbito inglés que en el contexto norteamericano. Por ello, si bien Madrid y Barcelona podrían ser evidencias de que la clase creativa genera prosperidad con su presencia, como apunta la tesis de Florida, no está tan clara esa relación causal en las áreas urbanas de Bilbao, Sevilla y Valencia, como también se observa en otras ciudades europeas<sup>18</sup>.

Figura 10. Ocupados en sectores de alta tecnología en áreas urbanas, 2001  
(% sobre el total de ocupados)



Fuente: Elaboración propia, INE.

18 En el estudio de las ciudades británicas de Clifton (2008) y de los Países Bajos de Stam et al., (2008), a excepción del área metropolitana de Amsterdam.

En principio, parece lógico que las ciudades con mayor población y clase creativa atraigan también a más gente creativa, dado que en estos núcleos urbanos se producen más relaciones en red, suelen ser nodos con mayores vínculos externos y oportunidades empresariales y de trabajo. Pero también en estas áreas se ubican y en su caso atraen a importantes contingentes de población (casi un 60%), que no pertenecen a la clase creativa, trabajan en actividades menos innovadoras e intensivas en conocimiento y contribuyen al desarrollo económico de ese territorio, cuyo papel no está claro en la tesis de la clase creativa.

Finalmente, los resultados del cálculo del índice de bohemios para el conjunto de las cinco áreas urbanas y para cada una de ellas indican una concentración de este colectivo, los bohemios, en particular en las de Madrid (1,90), Barcelona (1,61) y Bilbao (1,10), ya que sus valores son superiores a la unidad. Estas aglomeraciones han creado un entorno capaz de atraer a otras personas con elevada cualificación y talento, superior a la media nacional. Son lugares con un mayor grado de tolerancia y apertura, en donde la acogida e integración de nuevos residentes parecen estar más presentes y donde se han venido ejecutando políticas de mejora del entorno urbano y de la oferta cultural. Se constata en parte, el hallazgo de Boschma y Fritsch (2009), en cuanto al efecto positivo que ejerce un entorno tolerante y abierto sobre la proporción de individuos creativos en un territorio, para los casos de Madrid y Barcelona y no tanto para Bilbao. El resto de las grandes áreas, Valencia (1,08) y Sevilla (1,04), presentan valores por encima de la unidad, si bien en ellas también se produce una concentración de este colectivo, tienen un grado de especialización muy similar al que presenta el ámbito nacional.

## **6. Conclusiones y futuras líneas de investigación**

El enfoque normativo de los últimos 40 años, basado en las reformas constitucionales e institucionales para cambiar el mecanismo de gobernanza de las áreas urbanas, resulta hoy por hoy insuficiente ante las nuevas necesidades de las grandes ciudades. En estos complejos sistemas territoriales llevar a cabo una estrategia efectiva de desarrollo territorial implica mayores niveles de integración entre las diferentes administraciones y las políticas sectoriales. La falta de instrumentos institucionales para la cooperación entre administraciones ha impedi-

do alcanzar dicho nivel de integración y podría minar sus potencialidades de desarrollo.

Muchas ciudades a nivel mundial han puesto en marcha políticas dirigidas a promover la actividad cultural y creativa, que se han convertido en una prioridad estratégica para generar oportunidades de empleo y riqueza, y mejorar el atractivo de esas ciudades. Sin embargo, la ejecución de estrategias económicas creativas tiene planteada importantes desafíos tales como la participación de la ciudadanía, la polarización de los ingresos y la exclusión social (Evans et al., 2006).

El enfoque de la *clase creativa* ofrece algunas claves sobre la dinámica del desarrollo económico urbano en una economía del conocimiento, como la presencia de ciertos tipos de ocupaciones creativas en diferentes ciudades, nuevos socios en la gobernanza cultural local (Paquette, 2008). Sin embargo, aporta poco sobre la interacción de los agentes de la economía creativa con el entorno urbano, y considera la dinámica de la industria creativa de forma parcial, al no contemplar los vínculos con el resto de las actividades productivas urbanas, aspecto significativo para los responsables de la toma de decisiones.

Si se pretende que la teoría de la *clase creativa* sea la base para el diseño de instrumentos de política de desarrollo urbano, es necesario contextualizar y adaptar parte de sus argumentos, así como incorporar otras perspectivas, apuntadas por el enfoque de los diferentes tipos de conocimiento o la teoría de la complejidad. Estimular el crecimiento de las industrias y atraer a la clase creativa requieren en ciertos casos acciones específicas para cada uno de esos grupos (Comunian, 2010), sin olvidar que la complejidad e inestabilidad del sistema urbano exige una visión a largo plazo que integre “el atraer” con el apoyo al talento local, en particular mediante la participación e inclusión social.

La estrategia de la ciudad creativa, que aúna la economía, la cultura y el arte, ha contribuido a transformar la gobernanza cultural y el diseño de las políticas culturales urbanas, más orientadas al consumo (cafeterías, restaurantes, librerías y centros urbanos agradables estéticamente), que al desarrollo del arte y la cultura.

En términos generales, la clase creativa se asocia a las grandes áreas urbanas y su distribución espacial es desigual, como se ha constatado en el análisis de las áreas urbanas de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao. Sin embargo, permanecen todavía cuestiones que

invitan a seguir trabajando, entre ellas en qué medida influye la centralidad sobre la jerarquía urbana española de la creatividad. Es decir, si la distribución de la clase creativa en las áreas urbanas sigue pautas similares a la de la población, en términos de rango-tamaño. Asimismo, es de interés el análisis del peso que tienen los entornos natural y transformado sobre el atractivo final de la ciudad; por no olvidar las evaluaciones sistemáticas de los impactos y éxitos de los programas de atracción de la creatividad ejecutados en las áreas urbanas. Pero quizás uno de los temas prioritarios es estudiar el papel y destino de los efectivos no creativos que trabajan y residen en las aglomeraciones urbanas, que suponen más del 60% de la mano de obra y de los cuales nada dice la teoría de la clase creativa.

## 7. Bibliografía

- ASHEIM, B. (2009): "Guest Editorial: Introduction to the creative class in European city regions". *Economic Geography*, 85(4), 355-362.
- ASHEIM, B. y HASEN, H.K. (2009): "Knowledge bases, talents, and contexts: on the usefulness of the creative class approach in Sweden". *Economic Geography*, 85(4), 425-442.
- BOSCHMA, R.A. y FRITSCH, M. (2009): "Creative class and regional growth: Empirical evidence from seven European countries". *Economic Geography*, 85(4), 391-423.
- CLIFTON, N. (2008): "The "creative class" in the UK: An initial analysis". *Geografiska Annaler: Series B. Human Geography*, 90 (1), 63-82.
- COMUNIAN, R. (2010): "Rethinking the creative city: The role of complexity, networks and interactions in the urban creative economy". *Urban Studies*, vol. 48. Disponible en <http://usj.sagepub.com/content/early/2010/08/31/0042098010370626>.
- COUCH, Ch. y FRASER, Ch. (2003): "Introduction: the European context and theoretical framework" en COUCH, CH., FRASER, CH. y PERCY, S. (eds.), *Urban regeneration in Europe*. Oxford, Blackwell Publishing, 1-16.
- DONEGAN, M., DRUCKER, J., GOLDSTEIN, H., LOWE, N. y MALIZIA, E. (2008): "Which indicators explain metropolitan economic performance best?". *Journal of the American Planning Association*, 74 (2), 180-195.

- EVANS, G. (2003): "Hard-branding the cultural city: from Prado to Prada", *International of Urban and Regional Research*, 27 (2), 417-440.
- EVANS, G., FOOD, J., GERTLER, M.S., TESOLIN, L. y WEINSTOCK, S. (2006): *Strategies for creative spaces and cities: Lessons learned*. Disponible en [http://scholar.google.es/scholar?cluster=2169636255189718603&hl=es&as\\_sdt=0,5](http://scholar.google.es/scholar?cluster=2169636255189718603&hl=es&as_sdt=0,5).
- FLORIDA, R. (2002): *The rise of the creative class*. New York. Basic Books.
- FLORIDA, R. (2009): *Las ciudades creativas*. Barcelona. Paidós.
- HALL, P. (2000): "Creative cities and economic development". *Urban Studies*, vol. 37, nº 4, 639-649.
- LORENZEN, M. y ANDERSEN, V. K. (2009): "Centrality and creativity: Does Richard Florida's creative class offer new insight into urban hierarchy?". *Economic Geography*, 85 (4), 363-390.
- MALECKI, E.J. (2002): "Hard and soft networks for urban competitiveness". *Urban Studies*, vol. 39, nº 5-6, 929-945.
- MARKUSEN, A. (2006): "Urban development and the politics of a creative class: evidence from a study of artists". *Environment and Planning A*, 38(1), 1921-1940.
- MELLA MAQUEZ, J.M. y CHASCO YRIGOYEN, C. (2005): *Crecimiento urbano y dinámica territorial en España (1985-2001): un análisis de econometría espacial*. 55 p. Disponible en [www.ief.es/Investigación/Recursos/Seminarios/Estadística/2005\\_20Enero.pdf](http://www.ief.es/Investigación/Recursos/Seminarios/Estadística/2005_20Enero.pdf).
- MÉNDEZ GUTIÉRREZ DEL VALLE, R., SÁNCHEZ MORAL, S., ABAD, L. y GARCÍA BALESTENA, I. (2008): "Dinámicas industriales, innovación y sistema urbano en España: trayectorias de las ciudades intermedias". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles (AGE)*, nº 46, 227-260.
- MÉNDEZ GUTIÉRREZ DEL VALLE, R., SÁNCHEZ MORAL, S., ABAD, L. y GARCÍA BALESTENA, I. (2009): "Sistema urbano y sociedad del conocimiento: hacia una tipología de las ciudades españolas". *Investigaciones Regionales*, nº 16, 117-142.
- OCDE (2006): *Competitive Cities in the global economy*. Paris. OCDE Territorial Reviews, OCDE Publication.
- OCDE (2007): *OCDE Territorial Reviews: Madrid, Spain*. París. OCDE Publication.

- PAQUETTE, J. (2008): "Engineering the Northern Bohemian: Local cultural policies and governance in the creative city era". *Space and Polity*, 12 (3), 297-310.
- PAREJO, A. (2001): "Industrialización, desindustrialización y nueva industrialización de las regiones españolas". *Revista de Historia Industrial*, nº 19-20, 15-75.
- PERCY, S. (2003): "New Agendas" en COUCH, CH., FRASER, CH Y PERCY, S. (eds.), *Urban regeneration in Europe*. Oxford, Blackwell Publishing, 200-209.
- PRATT, A.C. (2008): "Creative cities: The cultural industries and the creative class". *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(2), 107-117.
- RODRIGUEZ, A. (1998): "Continuidad y cambios en la revitalización del Bilbao metropolitano". *Ekonomiaz*, nº41, 148-167.
- RODRIGUEZ, A. y MARTINEZ, E. (2001): "El declive a la revitalización: Oportunidades y límites de las nuevas políticas urbanas en Bilbao". *Ciudad y Territorio, Estudios Territoriales*, vol. XXXIII, nº 129, 441-459.
- RODRIGUEZ, A. MOULAERT, F. y SWYNGEDOUW, E. (2001): "Nuevas políticas urbanas para la revitalización de las ciudades en Europa". *Ciudad y Territorio, Estudios Territoriales*, vol. XXXIII, nº 129, 409-424.
- RODRIGUEZ, A. y VICARIO, L. (2005): "Innovación, competitividad y regeneración urbana: los espacios retóricos de la "ciudad creativa" en el nuevo Bilbao". *Ekonomiaz*, nº 5, 262-295.
- SERRANO, MARTÍNEZ, J.M. (2006): "Aglomeración y áreas urbanas en España, dimensión y tendencias: breves precisiones". *Lurralde, investigación y espacio*, nº 29, 115-142. Disponible en <http://www.ingeba.org/lurralde/lurranet/lur29/29Serra.htm>.
- STAM, E., de JONG, J.P.J. y MARLET, G. (2008): "Creative industries in the Netherlands: Structure, development, innovativeness and effects on urban growth". *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90 (2), 119-132.
- STOPER, A.J. (2006): "Creative cities: Conceptual issues and policy questions". *Journal of Urban Affairs*, vol. 28, nº 1, 1-17.

---

TRULLEN, J. (2006): “Producción y espacio urbano: algunos problemas económicos” en TARROJA, A. y CAMAGNI, R. (coord.), *Una nueva cultura del territorio*. Barcelona, CUIIMPB, nº4, 665-682.

**Recursos Web:**

Portal del Suelo y Vivienda. Ministerio de Fomento. Secretaría de Estado de vivienda y actuaciones urbanas: <http://siu.vivienda.es> (13 de abril de 2011).

Instituto Nacional de Estadística: <http://www.ine.es> (13 de abril de 2011).

Regional Policy. Info regio. Urban Audit <http://www.urbanaudit.org> (24 de febrero de 2011).