

*La localización de la clase creativa en los
municipios españoles.
Discusión conceptual-operativa y análisis
descriptivo*

*The location of the creative class in Spanish municipalities.
Discussion conceptual-operational and descriptive analysis*

CRISTINA MATEOS Y CLEMENTE J. NAVARRO

Universidad Pablo Olavide
cmatmor@upo.es (ESPAÑA)

Recibido: 11.03.2013
Aceptado: 15.07.2014

RESUMEN

A pesar de las críticas recibidas, el concepto de clase creativa es actualmente central en el análisis del desarrollo territorial. Aquí hacemos una revisión del mismo para adaptarlo a la realidad española, haciendo una propuesta para su medición a nivel municipal, con los únicos datos disponibles para ello (el Censo de Población y Vivienda de 2001). Mediante análisis descriptivo se muestra las pautas de concentración y presencia de la clase creativa en los municipios en relación con su tamaño y su pertenencia un área metropolitana.

PALABRAS CLAVE

Clase creativa; municipios españoles; áreas metropolitanas; ámbito rural; análisis descriptivo

ABSTRACT

In spite of critics received, the creative class concept is nowadays a central topic in the literature on territorial development. After a critical review of this concept, a proposal to measurement that concept in Spanish municipals is made using the data available to do this task (Census of Population, 2001). Using sim-

ple descriptive analysis, concentration and presence levels among municipalities are showed regarding their size and metropolitan areas membership.

KEY WORDS

Creative class; Spanish municipalities; metropolitan areas; rural areas; descriptive analysis

1. INTRODUCCIÓN

Uno de los aspectos que durante la última década viene centrando la agenda de investigación sobre el desarrollo territorial se encuentra en la idea de la creatividad que supone un elemento clave para entender la dinámica y desarrollo territorial, con cierta independencia de otros factores clásicos, como el capital económico o el humano (Scott 1997). Y en el marco de este debate, uno de los argumentos o propuesta más destacada, al menos por su notoriedad y críticas recibida, es la propuesta de la 'clase creativa' realizada por Richard Florida (2002), que pretende llamar la atención sobre la importancia de la creatividad, y por tanto, los grupos ocupaciones que suelen impulsarla, para el desarrollo territorial.

En este trabajo pretendemos ofrecer una discusión crítica del concepto de clase creativa sobre el que se desarrolla la teoría de la clase creativa, sobre todo, con vista a ofrecer una propuesta de medición para el caso español a nivel municipal, así como un breve análisis descriptivo sobre el lugar de residencia de la clase creativa. Así, en el primer apartado presentaremos los rasgos básicos de esta propuesta analítica y conceptual, así como algunas críticas recibidas. En el segundo nos centraremos en una revisión crítica del concepto y su medición, para pasar en el tercero a realizar una propuesta para el caso de los municipios españoles. En el cuarto realizaremos un análisis descriptivo sobre la concentración de la clase creativa en el sistema municipal español, así como de su presencia en los mercados de trabajo municipales. Acabando, en el quinto apartado, resumiendo nuestros hallazgos, así como unas breves conclusiones.

2. CREATIVIDAD Y CLASE CREATIVA: DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERATIVA.

La idea de clase creativa y sus efectos sobre el desarrollo territorial se enmarca en una perspectiva más general que se centra en el papel que juega la innovación y la cultura en el desarrollo socioeconómico en las sociedades contemporáneas, en las que tienen, cada vez más importancia, la generación y transmisión de conocimiento (Flew, 2004). Básicamente, esta perspectiva genérica sostiene que en el marco de las sociedades contemporáneas, la creati-

vidad no sólo supone un valor apreciable en el ámbito artístico y cultural, sino que supone en sí mismo un nuevo factor, que junto a otros más clásicos, puede ayudar a explicar el desarrollo territorial. Se trata, pues, no de creatividad como idea general, sino de desarrollo de la economía cultural/creativa de los territorios (Scott, 1997).

En este marco, la idea de creatividad es entendida, principalmente, como capacidad de innovación en la propuesta de soluciones a problemas, y especialmente, la creación de nuevo conocimiento ligado directa o indirectamente a los procesos productivos, más que a la realización de procesos ya resueltos y/o conocidos, sean de carácter industrial, sean ligados a los servicios (Boaden, 1990). Se trata, pues, de la capacidad de innovar ofreciendo nuevos conocimientos en diferentes ámbitos de la vida social, y en particular, en distintos sectores económicos; por ejemplo, identificando nuevas localizaciones para determinados establecimientos o el diseño de nuevos procesos y/o productos. Desde esta perspectiva, la creatividad supone la conjunción de dos ideas: la innovación, como un rasgo básico de la creatividad humana (Esquivias, 2004), pero también la creación de valor, con cierta independencia del sector económico en el que tenga lugar. Esto no implica que la literatura no distinga entre diferentes tipos de actividades económicas, o incluso trate de delimitar de forma más específica el concepto de creatividad respecto al desarrollo territorial. Así, por ejemplo, Fiest (1999) diferencia entre 'creatividad artística' y 'creatividad científica', señalando Santagata (2004) que la 'creatividad' es la innovación no utilitarista que se desarrolla en ámbito artístico, mientras que cuando hay una finalidad utilitarista el término adecuado sería el de 'innovación'. En este sentido, Ashem y Hansen (2009), más que por el sector de actividad, diferencian el tipo de conocimiento involucrado en los diferentes procesos que suponen innovación, a saber: analítico, sintético y simbólico. El primero supone actividades en las que es fundamental el conocimiento científico en relación a la propuesta de nuevos problemas y soluciones; el segundo supone procesos en los que se aplican las nuevas soluciones o se combinan las ya existen de formas diferentes; y el simbólico supone la creación de significados, procesos y productos en los que destaca su valor simbólico, donde el inputs más importante es más de carácter 'estético' que 'cognitivo'.

Así pues, en el estudio del desarrollo territorial, con cierta independencia del ámbito o carácter de la creatividad, esta es entendida como innovación que produce valor en términos de productos y/o servicios. En este marco, la teoría o perspectiva de la clase creativa sostiene, como argumento principal, que la creatividad, como un aspecto diferente al de la cualificación, supone un recurso importante para el desarrollo local (Florida 2002). Esto, frente a la clásica teoría del capital humano, sostiene que en el contexto de la nueva economía de la información, la creatividad es un factor tan importante como el talento derivado de la formación académica para generar desarrollo local. De ello se deriva la importancia de conocer la localización de 'creatividad', de la denominada clase creativa, como primer paso para analizar sus efectos.

Sea que suponga una nueva 'teoría' del desarrollo local, sea que suponga una versión específica de la influencia del talento sobre este fenómeno (Florida, Mellander y Stolarick 2008), esta perspectiva ha sufrido algunas críticas, no sólo en relación a los mecanismos causales que dan cuenta del impacto de la creatividad sobre el desarrollo local, sino a la propia definición de clase creativa y su posterior medición (Peck 2005). De manera que, previamente al análisis de su importancia como variable explicativa, quedaría por resolver la definición conceptual y operativa de su elemento central, a saber: la clase creativa. En este apartado nos centraremos en este asunto, con el objeto de plantear una posible operacionalización de este concepto con los datos disponibles para el conjunto de los municipios españoles.

Tal y como se ha indicado, a diferencia de la perspectiva del capital humano, el criterio definitorio básico y mínimo del concepto de clase creativa no reside en la formación académica, sino en la creatividad, entendida como la capacidad de vislumbrar enfoques y caminos diferentes a los ya existentes y conocidos (Florida 2002: 30). Ahora bien, la clase creativa se refiere a la creatividad que es desplegada en el desempeño de un trabajo, como una actividad laboral, y por tanto, mediante el desarrollo de una ocupación. Desde esta perspectiva, la creatividad no es un atributo de cada persona, sino de la ocupación que desempeña. O de otra forma, los miembros de la clase creativa lo son por realizar las labores que suponen el desempeño de una ocupación. Se trataría, pues, de una perspectiva que señala la importancia del talento en el desarrollo, pero desde una perspectiva ocupacional, no en atención a la formación académica (Florida, Mellander y Stolarick 2008).

Frente a otras ocupaciones, las que se integran en la clase creativa se distinguen porque la remuneración de la actividad laboral no proviene de ajustarse a un plan previamente establecido, sino por crear nuevas ideas, gozando para ello de un mayor grado de autonomía y flexibilidad que los otros grupos profesionales o 'clases', como la clase trabajadora o la de servicios. Se trata de grupos cuyo trabajo implica un conocimiento experto y actividades comunicativas complejas, en vez de tareas rutinarias, sean estas últimas manuales o cognitivas (Florida 2007: 27-32)

Así, la clase creativa incluye, especialmente, a personas que desempeñan su actividad laboral en la investigación y la ingeniería, la arquitectura y el diseño, la educación, las actividades artísticas o el entretenimiento. Todas aquellas cuya función es la creación de nuevas ideas, nuevas tecnologías y/o nuevo contenido creativo, estos es, en las denominadas industrias creativas (Naciones Unidas 2008). Alrededor de estas ocupaciones, que constituirían el núcleo de la clase creativa, también se incluye un amplio grupo de profesionales en sectores ligados a las finanzas, el derecho, la salud o los servicios de cuidados. Ahora bien, todos los miembros de la clase creativa, ya sean artistas o ingenieros, músicos o científicos de la computación, escritores o empresarios, comparten, según Florida (2002:8), un espíritu creativo común centrado en valores como creatividad, individualidad, la diferencia y el mérito.

El hecho de que se trate de creatividad en el desempeño de un puesto de trabajo hace que, desde una perspectiva operativa, para su medición, se haga uso de la ocupación. Esto es, mediante la inclusión de categorías y grupos ocupacionales en función de su grado de 'creatividad económica'. Más concretamente, Florida hace uso de la Standard Classification of Occupation del Censo de Estados Unidos (SCO-2000), incluyendo en la clase creativa un total de 10 grandes grupos ocupacionales (a dos dígitos según la SCO-2000).

Pero a su vez, ésta se divide en dos grandes grupos. Por un lado, el núcleo de la clase creativa o 'Super-Creative-Core', que incluye aquellas ocupaciones en las que se situarían "los líderes del pensamiento de la sociedad moderna, y que participan plenamente en la creatividad. Estos producen nuevas formas o diseños que son útiles y ampliables en otros contextos, como los científicos, profesores universitarios, poetas, novelistas, artistas, actores, diseñadores y arquitectos". De este gran grupo se destaca un subgrupo, conocido como los 'bohemos' que además de creatividad, desarrollan actividades ligadas a una cultura urbana de tolerancia, en actividades relacionadas con actividades artísticas. Dan lugar a la aparición de núcleos residenciales que atraen a los otros dos grupos constitutivos de la clase creativa, si bien, comparten con el núcleo de la clase creativa su rol de creadores, de búsqueda de problemas, más que a la solución de éstos, como es el caso de los profesionales creativos o 'Creative Professionals', que serían el gran segundo grupo, compuesto por aquellas ocupaciones que suponen un uso intensivo de conocimiento, que participan y se involucran en actividades que implican creatividad, relacionadas con los sectores de alta tecnología, los servicios financieros, las profesiones liberales o del ámbito de la salud, y la gestión empresarial, de los que se deriva que requieren un alto nivel de formación académica (Florida 2002).

Cuadro 1. La clase creativa y sus sectores

Sectores	Ocupaciones	Criterio
Núcleo	Informática y ocupaciones matemáticas, arquitectura e ingeniería, ciencias físicas y sociales, educación, formación y bibliotecarios.	Crean conocimiento y buscan soluciones
Bohemios	Arte, diseño, entretenimiento, deportes y ocupaciones en los medios.	
Profesionales	Gestión, negocios, operaciones financieras, ocupaciones liberales, profesionales de la salud, ocupaciones técnicas, gestión de ventas y ventas de alta calidad,	Resuelven problemas

Fuente: basado en Florida (2002).

3. EL CONCEPTO DE CLASE CREATIVA: REVISIÓN CRÍTICA.

Básicamente, pues, la clase creativa, así como la distinción entre los grupos que se diferencian en su seno, tienen como criterio clasificatorio básico la creatividad que caracteriza al desempeño de ciertas ocupaciones. Esto es, en términos operativos, ello supone un ejercicio clasificatorio que utiliza como criterio el ‘grado de creatividad’ que implica el desarrollo de distintas ocupaciones. Ahora bien, ello entraña ciertas dificultades derivadas tanto de este criterio, como de las implicaciones que de éste se derivan en cuanto a sus impactos sobre el territorio. De hecho, aunque el objetivo de esta perspectiva no es realizar una nueva aportación al estudio de las clases sociales, sino sobre los factores explicativos del desarrollo territorial, implícitamente supone cierta discusión respecto a este asunto en cuanto a los criterios conceptuales y operativos utilizados para su definición. Y además, supone la necesidad de aportar mediciones operativas para niveles territoriales de carácter subnacional, tal y como las áreas metropolitanas y los municipios, en la medida que esta perspectiva sostiene que los efectos de la clase creativa sobre el desarrollo dependen de la capacidad que tienen los territorios para atraerla y fijarla en ellos.

3.1. Clase y sector creativo: Ambigüedad conceptual y operativa.

Una primera fuente de ambigüedad se refiere a la no consideración del sector en el que desempeña su labor la clase creativa. Hemos visto que, tanto conceptualmente, como desde un punto de vista operativo, la ‘clase creativa’ se refiere a tareas que se desempeñan al ejercer una ocupación. Desde esta perspectiva, sus miembros pueden desarrollar su labor –o no– en el sector de las denominadas ‘industrias creativas’. Y, por tanto, cabría pensar que suponen dos conceptos diferentes.

De hecho, aunque el concepto de industria o sector creativo también está sujeto a cierto debate, la literatura viene a coincidir que el criterio básico en su delimitación se refiere al producto resultante de la actividad económica que se desarrolle. O mejor, se trata del proceso productivo que da lugar a un determinado producto (Naciones Unidas 2008; Hesmondhalgh y Pratt 2005; O’Connor 2007). Así pues, no se trata de ocupaciones, sino de procesos productivos, y con ello, sectores de actividad económica.

Evidentemente, existe una gran afinidad conceptual entre clase e industrias creativas porque el criterio definitorio mínimo es la creatividad. Pero se trata de conceptos diferentes, uno referido a las tareas que implican el desempeño de una ocupación, la otra a las que suponen procesos productivos concretos. Así, cabe pensar que en los procesos productivos que caractericen a una industria creativa participen tanto ocupaciones creativas como otras que no lo son. Así como también que ciertas ocupaciones creativas participen de procesos o sectores productivos en los que, en general, la creatividad no sea su rasgo principal. En todo caso, cabría hablar de un mayor grado de coincidencia entre ambos conceptos si

se utiliza una versión restringida de industria cultural, por la que sólo se consideran aquellas actividades económicas que se sitúan en la primera fase del proceso productivo, esto es, en la creación o diseño, sin atender a las de fabricación, producción o distribución; o bien, si sólo se considera el sector de las 'industrias culturales', esto es, el ligado a las clásicas actividades artísticas (literatura, artes plásticas, dramáticas, visuales,...).

Ahora bien, el uso restringido de la industria cultural, sea por atender sólo a la creación, sea por hacerlo sólo a las más clásicas industrias culturales, supone, a grandes rasgos, la exclusión de los profesionales creativos como parte de la clase creativa. Por un lado, porque si se trata sólo del momento de creación del proceso productivo, se trata de la actividad característica del núcleo de la clase creativa, y en todo caso, del grupo de bohemios; de forma mucho menos clara en el caso de los profesionales creativos. Por otro lado, si se considera únicamente la industria cultural, la identificación de la clase creativa se restringiría, básicamente, al sector de los bohemios.

Lo anterior muestra tanto la diferencia entre los conceptos de clase y sector o industria creativas, como la importancia de retener la diferencia entre los sectores constitutivos de la primera. Más aún, lo primero se muestra más claramente aún en el nivel operativo, esto es, los criterios e indicadores que se usan para su medición. Así, mientras que, en el caso de la clase creativa se utiliza la ocupación, en el caso de las industrias creativas suele hacerse uso del sector económico, o bien, del producto resultante; pero de forma general, sin distinguir entre los distintos momentos de la cadena productiva, es decir, incluyendo tanto la fase de diseño/creación, como la de producción/fabricación y la de distribución/consumo. Este es, por ejemplo, el criterio elegido por el informe sobre el Valor Económico de la Cultura realizado por el Ministerio de Cultura (2007), donde las industrias creativas son conjuntos de actividades económicas, identificadas a través de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, pero sin diferenciar las ocupaciones implicadas en ellas.

Así pues, parece claro que clase y sector creativo son, por un lado, conceptos diferentes, y por otro, que de ello se deriva que los criterios operativos para su delimitación también lo sean, a saber: ocupación y sector económico, respectivamente. No obstante, a este respecto, la literatura central de la clase creativa muestra cierta ambigüedad, en la medida en que, aunque no se discute, ni se indica de forma explícita, se consideran ambas cuestiones como equivalentes. Así, por ejemplo, para mostrar la importancia de la 'clase creativa', Florida suele comparar su peso relativo sobre el total de trabajadores en Estados Unidos con los tres sectores económicos básicos, los servicios, la industria o la agricultura (Florida 2008: 109), sin especificar qué sectores se incluyen en la clase creativa, o si finalmente el resultado está siendo comparar un gran grupo ocupacional (clase creativa) con grandes sectores económicos.

Desde esta perspectiva, cabría pensar que la comparación debería ser entre 'sector creativo' y otros sectores, más que entre la 'clase creativa' y sectores económicos; esto es, de población activa que desempeña su labor en industrias creativas con independencia de la ocupación que desempeña. Desde un punto

de vista operativo, esto supondría clasificar a la población en atención al sector económico en el que trabaja, y no a partir de las ocupaciones que desempeñan¹.

3.2. Clase creativa y ocupación: Cualificaciones, jerarquía y creatividad.

También puede resultar ambiguo el uso del término ‘clase creativa’ en lo que se refiere al primer término; esto es, al hecho de que constituya una clase social, tal y como este concepto suele ser definido y operacionalizado. Y ello, porque desde una perspectiva conceptual, la relación entre ‘clase social’ y ‘ocupación’ es problemática. En general, la ocupación es un *proxy* de la clase social, esto es, se trata de una información disponible de forma estandarizada y común que permite realizar una aproximación a la estructura ocupacional, tomando ésta como reflejo aproximado de la estructura social en términos de clases sociales; un procedimiento estándar al respecto (González 1992).

El uso de la ocupación como *proxy* empírico de la clase social se justifica, en gran medida, porque la primera da cuenta, con bastante claridad, del nivel de cualificación requerido para su desempeño, y en cierta medida, de la jerarquía en la estructura social. No obstante, este uso no deja de ser problemático en la medida en que, además de suponer una aproximación, no resuelve la medición de otros aspectos centrales en el debate analítico sobre las clases sociales. Así, desde una perspectiva neomarxista, además del clásico criterio referido a los medios de producción, Wrigth (1985) señala la necesidad de considerar los bienes de cualificación y bienes de organización o mando, el hecho de supervisar o no a otros trabajadores. El análisis conjunto de estos criterios se hace necesario para poder diferenciar clases específicas surgidas en las sociedades avanzadas, y en especial, lo que se refiere a las ‘nuevas clases medias’, en donde los dos últimos criterios son imprescindible para poder diferenciarlas. En este sentido, la ‘clase creativa’ incluiría ocupaciones que se integrarían, fundamentalmente, en la categoría de ‘managers’ expertos y semi-expertos, así como la de ‘empleado experto’ en la clasificación propuesta por Wrigth (1985).

La inclusión de los criterios de cualificación y autoridad implican diferenciar las clases sociales por otros criterios diferentes al clásico de los medios de producción, que estarían más cerca de la denominada perspectiva ‘neoweberiana’, más centrada en la identificación de ‘grupos de estatus’ (Fernández Enguita, 1993), donde la ocupación y su relación con las posibilidades de consumo (el ingreso) son aspectos básicos. Desde esta perspectiva, y en el marco de la clasificación aportada por Goldthorpe y Hope (1974), las ocupaciones que suelen integrarse en la ‘clase creativa’ vendrían a coincidir, fundamentalmente, con la ‘clase de servicios’ (profesionales de nivel medio y superior).

En buena medida, desde un punto de vista operativo, que es el que nos

¹ Esto es, para el caso de Estados Unidos debería usarse la ‘North American Industry Classification System (NAICS)’.

ocupa aquí, en el análisis de las clases sociales existe cierto consenso sobre la necesidad de incluir criterios referidos a cualificación y jerarquía organizativa con el objetivo de identificar las nuevas clases características de las sociedades postindustriales, y en especial, la denominada ‘nueva clase media’. Ahora bien, en las propuestas de clasificación de la clase creativa no suelen considerarse ni la jerarquía organizativa, ni tan siquiera el tamaño de la empresa. Es por ello que, aunque pueda identificarse a la clase creativa con la ‘clase de servicios’ o los ‘managers’, su operacionalización mediante el uso de las ocupaciones plantea, al menos, otros dos problemas. Por un lado, al no considerar, al menos directamente, la jerarquía organizativa, se incluirían sectores que no trabajan integrados en organizaciones, ya sea porque desarrollan su trabajo como profesionales liberales, ya sea, especialmente, lo que se refiere al segmento más clásico de los ‘bohemos’, integrado por artistas. En este último caso se trataría, pues, de ocupaciones características de las ‘clases intermedias’ más que de ‘clase de servicios’, según Goldthorpe y Hope (1974).

Por otro lado, de los grupos ocupacionales integrados en la clase creativa podría derivarse que esta incluye especialmente, aunque no se indica explícitamente, a aquellos que se encontrarían en las posiciones más altas de la estructura social, o cuando menos, las posiciones más altas en el seno de managers y clase de servicios. No en vano, algunas críticas sobre el concepto de ‘clase creativa’ señalan que es otra forma de denominar a los altos profesionales y managers de las empresas y actividades que caracterizan a la nueva economía post-industrial, especialmente, las actividades ligadas a las finanzas y otras estrechamente relacionadas con ésta (Peck, 2005; Krätke, 2010). Desde esta perspectiva, la clase creativa estaría atendiendo, sobre todo, al criterio de jerarquía en el seno de la clase de servicios, más que al rasgo distintivo que según Florida la caracteriza: la creatividad. En este sentido, Peck (2005), por ejemplo, señala que del término clase creativa tiene más valor analítico el adjetivo, porque aporta poca novedad en el análisis de las clases sociales en las sociedades contemporáneas. En este sentido Markusen et al. (2008) señalan que sería más adecuado hablar de ‘ocupaciones creativas’ que de ‘clase creativa’ (Markusen et al., 2008).

En este sentido, tal y como insiste Florida, por ejemplo, ante las críticas recibidas referidas a la similitud entre su perspectiva y la del capital humano (Gleaser 1994), el criterio definitorio de la clase creativa, y distintivo, pues, de la perspectiva clásica en el estudio de las clases sociales, se refiere a la creatividad, no a la jerarquía o las cualificaciones, porque aunque ‘algunos puedan asumir que la clase creativa es fundamentalmente un grupo de población con un alto nivel de cualificación, no es así [...]. La educación es solo un indicador del potencial creativo de una persona’ (Florida 2008: 108). O de otra forma, la creatividad se refiere a la ocupación que se desempeña, no a la cualificación de la persona que la desempeña o a su posición en la jerarquía organizativa. Pero, ¿cómo separar desde un punto de vista operativo ambas cuestiones si se toma como indicador la ocupación?, y en especial, la diferencia entre creatividad y

cualificación, siendo este último uno de los principales criterios definitorios de las ocupaciones.

Esto supondría poder calificar a las ocupaciones en función de su nivel de creatividad, guarde o no ésta, en cada caso, relación con la cualificación. Así, en el caso de Estados Unidos, Mcgranahan y Wojan (2007), haciendo uso del *Dictionary of Occupational Titles* que produce el Departamento de Trabajo, en el que se da cuenta de la creatividad requerida por el desempeño de las ocupaciones, han propuesto cambios significativos en la propuesta original de Florida; sobre todo, por el bajo nivel de creatividad de muchas de las ocupaciones incluidas en el sector de las profesiones creativas. No obstante, a pesar de estas críticas en el uso de la ocupación como definición operativa de la clase creativa, lo cierto es que en ausencia de una clasificación específica de creatividad, sea de las ocupaciones, sea que se genere específicamente de forma independiente, la ocupación es el mejor *proxy* disponible para dar cuenta del concepto. Además, el hecho de que sea una variable comúnmente incluida en operaciones estadísticas y censales, por un lado, y la existencia de clasificaciones comunes a nivel internacional por el otro, facilitan el análisis y comparación de este nuevo concepto en términos de ‘ocupaciones creativas’, aunque ello suponga asumir ciertas imprecisiones y ambigüedades (Markusen et al., 2008).

3.3. Clase creativa, espacios creativos y medio rural.

Una última cuestión sobre la delimitación conceptual de la clase creativa se refiere a su aplicabilidad a otros sectores diferentes a los de las industrias creativas o los servicios, en otros ámbitos diferentes al urbano. Este último aspecto es relevante pues de las propuestas analíticas relativas a la clase creativa cabría inferir que se trata de un fenómeno únicamente urbano, en la medida que las fuerzas que atraen a este grupo sólo se producen mediante una lógica de concentración, esto es, cuando existe un mercado laboral que permite cierta especialización, o una demanda específica de consumo cultural, característico de la clase creativa (Florida 2000: 11; Florida 2002a). No obstante, existen ciertas evidencias sobre la importancia de movilidad residencial de ciertos grupos ocupacionales cercanos a la definición de clase creativa hacia el medio rural a la búsqueda de un estilo de vida diferente al urbano, en donde no se produce la oferta de consumo cultural urbano, pero existen otras oportunidades de consumo cultural ligada a equipamientos y a espacios naturales (Nuur 2009).

Este supuesto de la tesis de la clase creativa es muy relevante desde una perspectiva analítica, por sus implicaciones prácticas sobre las políticas de ordenación del territorio. En la medida en que el desarrollo territorial dependa de la creatividad, y de ser cierta la atracción o preferencia urbana de la clase creativa, quedaría poco margen para hacer uso de este factor de desarrollo en el entorno rural. O más simplemente, la tesis de la clase creativa sólo sería de utilidad para el análisis del desarrollo urbano, debiendo encontrar fundamentalmente, ‘ciudades creativas’, más que ‘espacios creativos’.

4. LA CLASE CREATIVA EN ESPAÑA: DEFINICIÓN OPERATIVA.

De lo expuesto anteriormente se deriva que el indicador con el que es posible operacionalizar la clase creativa es la ocupación, y en particular, atendiendo al grado de creatividad que el desempeño de éstas supone. De hecho, a partir de la definición originaria de Florida (2002), otras clasificaciones han replicado su propuesta seleccionando y clasificando ocupaciones, evidenciando un alto grado de consenso sobre el indicador a utilizar (la ocupación) y sobre las categorías a incluir tanto para conocer qué ocupaciones pertenecen al concepto de clase creativa, como para determinar cuáles son los sectores o grupos que la componen. Esto ofrece la oportunidad de aplicar el concepto a la realidad española, tanto para su comparación con otros países como para la comparación entre unidades sub-nacionales, como pueda ser el caso de los municipios; en concreto, haciendo uso de la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO-94). De hecho, en lo que se refiere a la realidad municipal, el Censo de Población y Vivienda de 2001 ofrece el número de ocupados de 16 o más años en viviendas familiares por municipio y ocupación, definida ésta por 3 dígitos. Esto supone un nivel de desagregación que permite operacionalizar el concepto de clase creativa y sus componentes con bastante detalle y validez. Además, no existe una fuente de datos más reciente que ofrezca información sobre la fuerza de trabajo clasificada por ocupaciones a nivel municipal en España. Por tanto, aunque no sean datos recientes, se trata de los únicos disponibles para poder explorar la distribución espacial de la clase creativa entre los municipios españoles.

Para ello, se han revisado otras clasificaciones atendiendo a los códigos de ocupaciones que se clasifican en cada sector de clase creativa, tratando de ver su correspondencia con la clasificación internacional de ocupaciones (ISCO-88). Más concretamente, el proceso ha consistido en identificar los códigos de los grupos ocupacionales en la propuesta de Florida (2002) a partir de la SOC-2000 de Estados Unidos, para lo que nos hemos basado en la revisión realizada por Mcgranahan & Wojan (2007). Posteriormente se ha visto su correspondencia con las clasificaciones internacionales de ocupaciones (ISCO-88 y SOC-2000), tal y como hacen Lorenze and Vaarst Andersen, (2000) o Boschman y Fritsch (2007), para a partir de éstas últimas elaborar las correspondencias con la Clasificación Nacional de Ocupaciones que ofrece el Censo de 2001 (CNO-94). El detalle de estas correspondencias aparece reflejado en el Anexo.

A partir de ahí se han definido dos de los sectores en la propuesta de Florida, el núcleo y las profesiones creativas. Respecto al sector bohemio, cabe señalar que no es posible delimitarlo claramente con la información disponible (CNO a tres dígitos) ya que algunas ocupaciones de este sector se corresponden con el de las profesiones creativas, aunque el mayor contingente lo hacen con el del núcleo de la clase creativa. Esto, evidentemente, resta algo de validez a nuestra propuesta clasificatoria, en la medida en que el grupo 'bohemio' no será identificado. No obstante, a partir de los resultados de otros estudios, cabe señalar que la distorsión es muy pequeña, pues este sector no suele ser mayor del 5% del total de población ocupada en otros análisis. En todo caso, supondría una

pequeña sobrestimación del sector de las profesiones creativas. Así pues, dada esta dificultad, se han delimitado únicamente esos dos grupos o sectores de la clase creativa (núcleo y profesionales). En resumen, la propuesta se presenta en el cuadro 2, indicando qué ocupaciones se integrarían en cada sector de la clase u ocupaciones creativas, así como dos de sus segmentos (núcleo y profesionales), dada la imposibilidad de delimitar el otro (bohemios)

Cuadro 2. La clase creativa en España según CNO-94

	Códigos de ocupaciones
Núcleo de la clase creativa	202,202,203,204,205, 211, 212, 213,214, 219,221, 222, 223, 242, 243, 252, 261, 262, 263, 264, 265, 271, 281, 282, 283, 292, 293, 251, 354, 531
Profesiones creativas	101, 102, 103, 104, 111, 112, 113, 121, 122, 131, 132, 140, 151, 152, 161, 162, 170, 231, 232, 239, 241, 272, 291, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 311, 312, 313, 331, 332, 341, 351, 352, 353.

Fuente: elaboración propia

La aplicación de la clasificación anterior a la realidad municipal española muestra que, según el censo de Población y Vivienda de 2001, la clase creativa supone cerca de cinco millones de ocupados (4.993.787), siendo el volumen de su núcleo de alrededor de un millón y medio (1.641.589), y las profesiones creativas algo más de tres millones de ocupados (3.352.198). Esto implica que, por término medio, la clase creativa supone alrededor del 20% de la población ocupada en los municipios españoles en esa fecha. En concreto, su núcleo supone el 6%, mientras que el conjunto de profesiones creativas supone el 14% del total de la población ocupada.

5. LA GEOGRAFÍA MUNICIPAL DE LA CLASE CREATIVA EN ESPAÑA

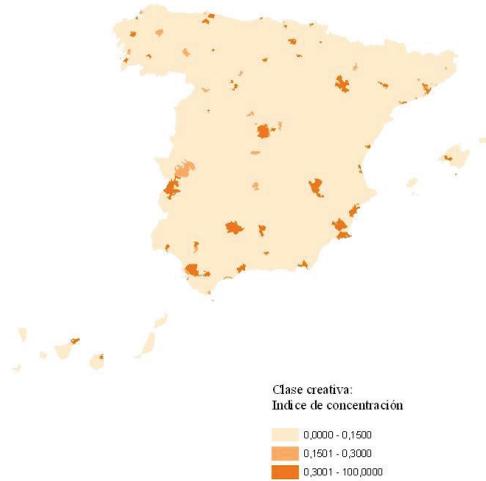
Para realizar un primer análisis descriptivo sobre la distribución territorial de la clase creativa en los municipios, esto es, el lugar donde residen, vamos a utilizar dos indicadores. Por una parte, un indicador de concentración municipal, como porcentaje de clase creativa (o sus sectores) que concentra un municipio sobre el total existente en España. Por otra parte, la tasa de presencia de la clase creativa (y sus sectores), esto es, su peso sobre el total de la población ocupada en el municipio, lo que daría cuenta del grado de especialización del mercado laboral del municipio en torno a la creatividad. Los descriptivos de los dos indicadores se muestran en la tabla 1.

Tabla 1. Índices de concentración y presencia de la clase creativa en municipios (2001)

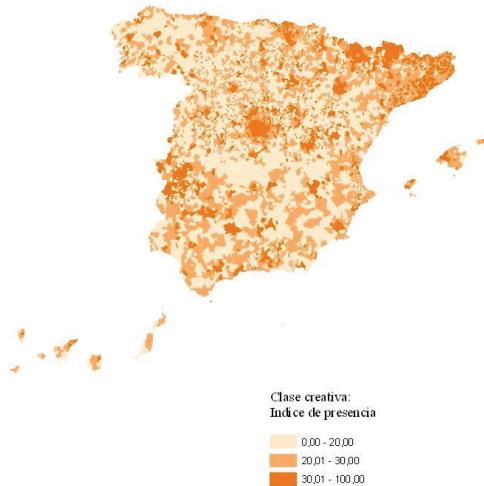
Indicadores	Clase creativa y sectores	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Concentración	Total	0,00	11,41	0,012	0,16
	Profesiones creativas	0,00	10,60	0,012	0,15
	Núcleo	0,00	13,08	0,012	0,18
Presencia	Total	0,00	100,00	20,84	9,58
	Profesiones creativas	0,00	100,00	14,62	7,44
	Núcleo	0,00	50,00	6,22	4,10

Una primera inspección de los indicadores de concentración y presencia muestran una distribución específica. Así, parece claro que la clase creativa tiende a concentrarse en las grandes ciudades y las capitales de provincia (ver FIG. 1). Destacan Madrid, Barcelona, Sevilla o Zaragoza, pero también otras ciudades que son centros de actividad cultural, como Bilbao, Córdoba o Cáceres. Si bien, la gran mayoría del territorio se caracteriza por unos niveles muy bajos. Evidentemente, este esquema en la distribución de la clase creativa reproduce, grosso modo, la jerarquía urbana en España, si se quiere, la concentración de fuerza de trabajo en municipios de mayor tamaño.

En cambio, la inspección de la presencia de la clase creativa, aunque muestra una pauta similar, disminuye la presencia de las grandes ciudades (ver FIG. 2). Aunque parece claro que los municipios de interior se caracterizan por la ausencia de estas ocupaciones, tanto municipios de litoral, como sobre todo los cercanos a los grandes centros urbanos, destacan por tasas de presencia algo mayores. Esto supone que, al menos a nivel descriptivo, los mapas muestran que la presencia de la clase creativa en los mercados de trabajo locales no se corresponde únicamente con el tamaño de éstos.

FIG. 1. Concentración de clase creativa en municipios españoles (2001)

Fuente: elaboración propia partir de Censo de Población y Vivienda (2001).

FIG. 2. Tasa de presencia de la clase creativa en los municipios españoles (2001)

Fuente: elaboración propia partir de Censo de Población y Vivienda (2001).

De hecho, un análisis más detallado de las pautas de concentración, muestra que el índice de Herfindahl para el total de clase creativa es igual a 0,66, lo que da cuenta de un alto nivel de concentración². Pero sobre todo, porque las cinco grandes ciudades españolas concentran el 23% de la clase creativa (el 22% de las profesiones creativas, y el 26% de la población ocupada en el núcleo fuerte de la clase creativa)³. Esto es, la geografía municipal de la clase creativa está sujeta a una fuerte concentración que, a grosso modo, refleja los niveles de concentración de población característicos del sistema municipal español. O más llanamente, la clase creativa se concentra allí donde existen mercados de trabajo más numerosos en cuanto al tamaño de su población ocupada.

Desde esta perspectiva de concentración, cabría señalar que se trata de un fenómeno eminentemente urbano. Esto se evidencia considerando el fenómeno urbano tanto desde una perspectiva puramente demográfica, como en atención a su estructuración en términos de mercados de trabajo-vivienda metropolitanos, como manifestación más específica de ese fenómeno. Respecto al primer criterio hemos clasificado a los municipios en tres grupos: no urbanos (menos de 50 mil habitantes), ciudades (50 a 100 mil habitantes) y grandes ciudades (más de 100 mil habitantes). Respecto al segundo hemos utilizado la clasificación de áreas metropolitanas realizada por Feria (2008), definiendo a partir de ella tres ámbitos: municipios no metropolitanos, municipios de corona metropolitana y ciudades centrales.

Así, atendiendo al primer criterio, puede apreciarse que la concentración de clase creativa aumenta con el tamaño de población, tanto en su conjunto, como sus dos sectores delimitados: profesiones creativas y núcleo (ver tabla 2). Del mismo modo, puede apreciarse que la clase creativa se concentra, fundamentalmente, en los núcleos centrales de las áreas metropolitanas.

En todo caso debe señalarse que esta clasificación atiende al lugar “dónde vive” esta clase creativa, que es lo que se trata de analizar, y no directamente dónde trabaja, ya que estos dos fenómenos no tienen por qué coincidir, y especialmente, lo que se refiere a los municipios de las áreas metropolitanas. De hecho, la mayor concentración del grupo de profesionales creativos en los municipios de la corona metropolitana puede responder a los procesos de suburbanización que se han venido produciendo en España, haciendo del desplazamiento entre residencia suburbana y lugar de trabajo en el núcleo de las áreas metropolitanas una pauta cada vez más característica. De hecho, además de los clásicos municipios metropolitanos surgidos del crecimiento de municipios más pequeños como consecuencia de la inmigración de sectores de clase obrera a las grandes ciudades, más recientemente se han ido consolidado otros municipios o zonas en los anteriores caracterizados por un mayor estatus socio-económico de sus habitantes (Feria y Susino, 2008; Navarro, 2011: 56-57; Navarro, 2012)

² Este índice se calcula como sumatorio del cuadrado del índice de concentración municipal.

³ Se trata de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Zaragoza.

Tabla 2. La concentración de la clase creativa en los municipios españoles (2001)
Medias del índice de concentración

Clase creativa	Tamaño población					
	< 50 mil	50-100 mil	> 100 mil	Total	F	Eta ²
Total	0,005	0,177	0,886	0,012	1202,732	0,229
Profesiones	0,005	0,175	0,851	0,012	1272,950	0,239
Núcleo	0,004	0,182	0,958	0,012	1084,302	0,211
Clase creativa	Dinámica Metropolitana					
	No	Corona	Ciudad central	Total	F	Eta ²
Total	0,003	0,026	0,750	0,012	915,99	0,184
Profesiones	0,003	0,027	0,711	0,012	935,496	0,188
Núcleo	0,003	0,023	0,830	0,012	879,554	0,178

Todas las diferencias son significativas para $p < 0,001$

Fuente: elaboración propia partir de Censo de Población y Vivienda (2001).

Si se considera la presencia de la clase creativa en el mercado de trabajo municipal a partir de las tasas o porcentaje sobre el total de población ocupada, la pauta es similar (ver tabla 3). La clase creativa tiene mayor presencia sobre el total de la población ocupada en los municipios mayores de 100 mil habitantes, aunque la diferencia se produce, sobre todo, con los menores de 50 mil habitantes. No obstante las diferencias según el lugar de los municipios en la dinámica metropolitana es mayor, tal y como muestra el indicador F de Fischer. En concreto, como cabría esperar, son los núcleos o ciudades centrales en donde la presencia de clase creativa es mayor, y en particular, los que se refieren al núcleo de la clase creativa. Esto es, las grandes ciudades no sólo concentran más clase creativa en virtud del tamaño de sus mercados de trabajo, sino que además, existe una mayor especialización de su fuerza de trabajo hacia la creatividad.

Tabla 3. La presencia de la clase creativa en los municipios españoles (2001)
Medias de porcentaje sobre el total de población ocupada en cada municipio

Clase creativa	Tamaño población					
	< 50 mil	50-100 mil	> 100 mil	Total	F	Eta ²
Total	20,670	31,928	33,271	20,845	92,567	0,022
Profesiones	14,522	21,137	21,754	14,624	51,254	0,012
Núcleo	6,147	10,790	11,517	6,221	89,036	0,021

Clase creativa	Dinámica Metropolitana					
	No	Corona	Ciudad central	Total	F	Eta2
Total	19,649	27,030	35,135	20,845	408,087	0,091
Profesiones	13,740	19,349	22,415	14,624	349,304	0,079
Núcleo	5,909	7,681	12,720	6,221	184,153	0,043

Todas las diferencias son significativas para $p < 0,001$.

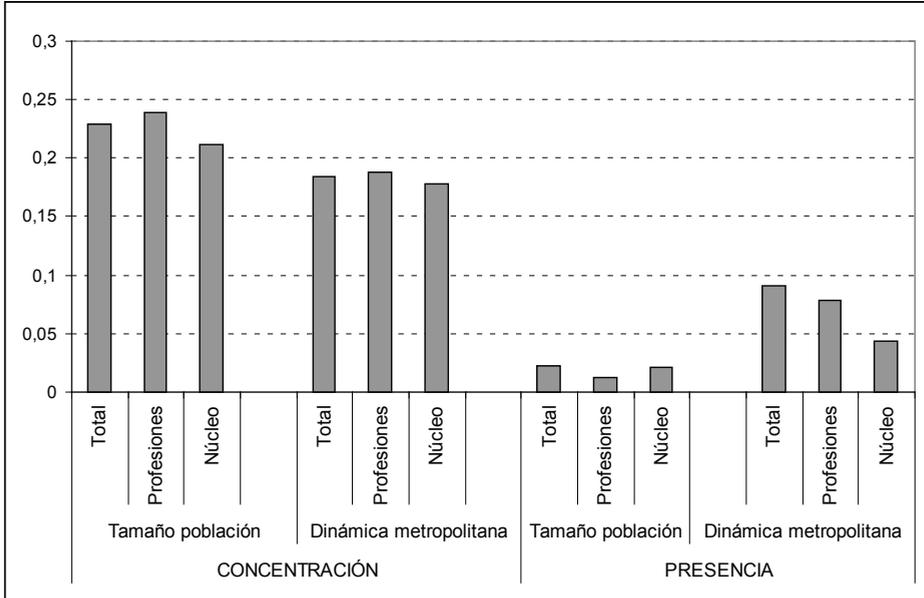
Fuente: elaboración propia partir de Censo de Población y Vivienda (2001).

Los análisis anteriores muestran, pues, que el fenómeno de la clase creativa es, fundamentalmente, de carácter urbano. Reproduce la lógica de concentración presente en el sistema urbano-municipal español, y aunque en menor medida, porque su presencia parece relacionarse con el tamaño municipal y sobre todo, con la dinámica metropolitana. Esto no implica que no exista clase creativa en núcleos de población que no sean urbanos, ya sea por su tamaño, ya sea por no estar integrados en un área metropolitana. De hecho, existen pequeños municipios no metropolitanos en los que la tasa de presencia de la clase creativa es muy alta. Ahora bien, ello se debe, sobre todo, a que se trata de municipios en donde el mercado de trabajo es muy reducido, y donde las ocupaciones suelen estar integradas principalmente en el sector de las profesiones creativas, ya sea ligadas a actividades del sector servicios, ya sea a los servicios de bienestar como producto de la extensión territorial del Estado del bienestar en España (abogados, gerentes hostelería, educación,...).

Pero, tal y como puede apreciarse en la figura 3, que representa el porcentaje de varianza explicada en cada análisis previo, el tamaño y la dinámica metropolitana son dos variables que explican mejor la concentración que la presencia de la clase creativa. En términos generales, aunque el grado de urbanización da cuenta de la concentración de clase creativa sobre el total de la existente en los municipios españoles, lo hace en menor medida de su presencia sobre el total de población ocupada en cada uno de ellos; esto es, la especialización o importancia de la creatividad en sus respectivos mercados de trabajo.

No obstante, cabe hacer dos precisiones, una en cuanto a la capacidad explicativa de tamaño y dinámica metropolitana, y otra en relación a la geografía específica de cada sector de la clase creativa. Por un lado, la presencia de clase creativa es explicada en mayor medida por la dinámica metropolitana que por el tamaño municipal, es decir, la creatividad de la población ocupada de un municipio, su especialización, no se relaciona únicamente con la concentración de población, sino con el hecho de que el municipio esté integrado en un mercado de trabajo metropolitano. Esto se evidencia claramente al comparar la capacidad explicativa de cada variable (tamaño y dinámica metropolitana) sobre la concentración y presencia de clase creativa (total y sus dos sectores).

FIG. 3. Concentración y presencia clase creativa según tamaño y dinámica metropolitana. Varianza explicada (indicador Eta²)

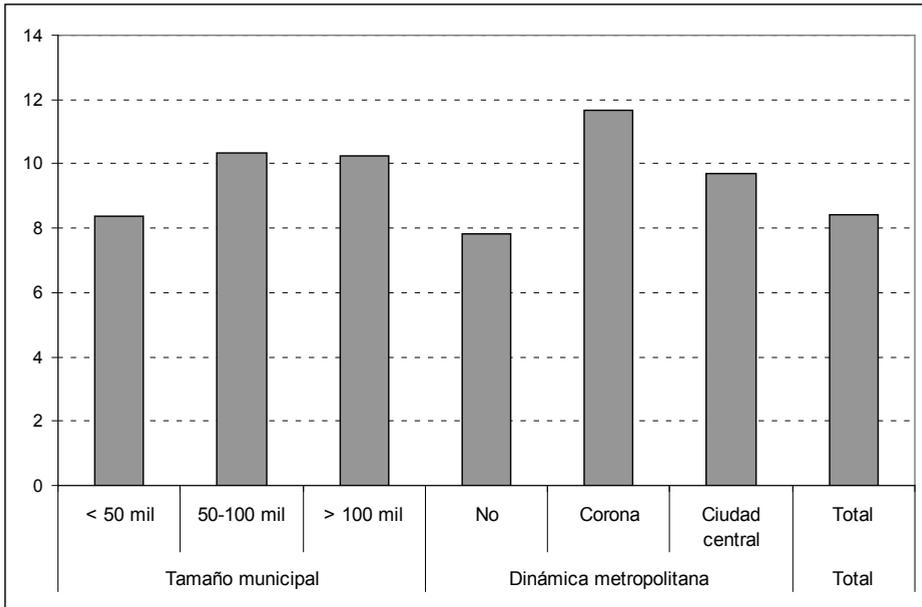


Fuente: elaboración propia partir de Censo de Población y Vivienda (2001)

Por otro lado, cabe señalar que existen diferencias según se consideren todas las profesiones creativas o simplemente el núcleo, a saber: las diferencias por tamaño explican mejor la presencia de ocupaciones que constituyen el núcleo de la clase creativa que del sector de profesiones creativas (indicador Eta² igual a 0,021 frente a 0,012), siendo lo contrario respecto a la dinámica metropolitana (0,043 frente a 0,079). Esto puede apreciarse más claramente si se resta el porcentaje de profesiones creativas del porcentaje del núcleo de la clase creativa para cada categoría de las dos variables: es en los municipios de las coronas metropolitanas donde alcanza el valor máximo (ver FIG. 4). Esto evidencia, sobre todo, que estos municipios metropolitanos destacan por cierta especialización en la presencia de población ocupada que desempeña funciones creativas, pero que no son parte del núcleo de la misma. Se trata, fundamentalmente, de profesiones creativas. De hecho, tal y como señalan otros estudios sobre la movilidad residencial en las áreas metropolitanas españolas, la que tiene lugar desde la ciudad central a las coronas metropolitanas es más características del gran grupo ocupacional de 'profesionales y técnicos' que del de 'directores, jefes y gerentes' (Feria y Susino 2006). Así pues, no se trata únicamente de que exista relación entre clase creativa y ámbitos urbanos, sino que esta relación varía según el sector que se considere, a saber: el núcleo en la ciudad central y las profesiones

creativas en los municipios de la corona metropolitana. Cabe ver en ello que la movilidad de la clase creativa es diferente según qué sector de ella se considere, al contrario de lo que supone esta perspectiva analítica. O de otra forma, existen diferencias internas en función del estatus de cada sector, que cabe relacionar con el precio de la residencia en diferentes ámbitos urbanos. La diferencia entre sectores estaría dando cuenta, pues, de cierta jerarquía ocupacional y de ingresos, no estrictamente en términos de creatividad.

FIG. 4. Diferencia entre núcleo y profesiones creativas según tamaño y dinámica metropolitana (Medias)



Fuente: elaboración propia partir de Censo de Población y Vivienda (2001)

Así pues, tamaño municipal y dinámica metropolitana suponen dos pautas territoriales que dan cuenta tanto de la concentración de la clase creativa en los municipios españoles, como también del peso de ésta en el conjunto de la población ocupada del municipio. Para obtener una visión conjunta de ello se han realizado análisis de varianza incluyendo el efecto principal de cada variable, así como la interacción entre ambas (ver tabla 4)⁴. Como cabía esperar, los resul-

⁴ Para poder realizar el efecto interactivo el tamaño de población se ha dividido en dos grupos (más o menos de 50 mil habitantes), pues entre los municipios no metropolitanos no existen casos con más de 100 mil habitantes. En las tablas de resultados sólo se muestran los efectos de las dos variables independientes (tamaño y dinámica metropolitana) y su efecto interactivo para hacer más fácil la interpretación de los resultados. Para más detalle puede consultarse con los autores.

tados muestran que la concentración de la clase creativa depende, fundamentalmente, del tamaño municipal, mientras que la presencia lo hace, básicamente, de la jerarquía urbana que supone el fenómeno metropolitano (según indicadores F en la tabla 4). Si el primer fenómeno evidencia la concentración de mercados de trabajo que supone el tamaño municipal, el segundo se refiere más bien, a la especialización en ciertas actividades que supone la dinámica metropolitana, y entre éstas, las de carácter creativo.

Tabla 4. El efecto del tamaño y la dinámica metropolitana sobre la concentración y presencia de clase creativa. Indicador F (análisis de varianza)

	Concentración			Presencia		
	Total	Profesiones	Núcleo	Total	Profesiones	Núcleo
Tamaño población	182,564	196,421	157,249	7,740	4,393	6,793
Dinámica metropolitana	57,070	56,575	57,981	14,807	10,834	11,743
Efecto interactivo	33,003	32,970	33,510	0,076	0,196	0,077
R ²	0,208	0,214	0,198	0,093	0,08	0,045

Todos los F son significativos para $p > 0,001$, menos las interacciones cuando los indicadores de presencia son variables dependientes. Fuente: elaboración propia partir de Censo de Población y Vivienda

Los resultados muestran la existencia de un efecto interactivo entre la dinámica metropolitana y el tamaño municipal. Esto supone que para un mismo tamaño municipal, el hecho de estar en un área metropolitana aumenta el índice de concentración. Pero, en cambio, este efecto interactivo no está presente al analizar las tasas de presencia: la diferencia principal está en el hecho de ser (o no) un municipio metropolitano, siendo el efecto del tamaño municipal mucho menor, e independiente de estar o no integrado en un área metropolitana. Esto viene a confirmar que la presencia de clase creativa es un fenómeno urbano, entendido éste último no desde una perspectiva demográfica, sino en función de la integración del municipio en un mercado de trabajo-vivienda metropolitano. Con independencia del tamaño, la lógica metropolitana supone la posibilidad de localización de actividades especializadas en la creatividad, así como los equipamientos y oportunidades de consumo cultural que parecen atraer a la clase creativa. Aunque, como hemos visto anteriormente, con cierta diferenciación entre su núcleo, que tiende a localizarse en mayor medida en las ciudades centrales, y las profesiones creativas que, en menor medida, tiende a hacerlo en los municipios de la corona metropolitana

6. CONCLUSIONES

Tal y como se indica al inicio de este texto, sus objetivos principales eran dos: discutir el concepto de clase creativa para hacer una propuesta de medición para el caso de los municipios españoles, y analizar descriptivamente su localización territorial en éstos. Para ello hemos visto sus pautas de concentración y de presencia. De estos análisis, cabría derivar las siguientes conclusiones.

En primer lugar, respecto a la definición conceptual y operativa de la clase creativa, cabe señalar que debe diferenciarse del concepto de ‘sector o industrias creativas’, pues se refieren a dos procesos diferentes (ocupación y proceso productivo, respectivamente), y con ello, a distintos criterios operativos (ocupación del trabajador/a y actividad económica de la empresa donde desempeña su trabajo).

En segundo lugar, cabe señalar que el uso de la ocupación como indicador puede ser un buen proxy para su medición, especialmente porque es un indicador existente y comparable. De hecho, ésta es la forma en que las propuestas revisadas suelen hacerlo. Ahora bien, debe considerarse que este acercamiento se refiere, principalmente, a las cualificaciones más que a la creatividad. No existe un indicador específico que permita medir la ‘creatividad’ de las ocupaciones, sino que sus categorías toman como criterio diferenciador la cualificación requerida para su desempeño. Este hecho, desde una perspectiva analítica, pudiera restar validez al argumento sobre la distinción entre el enfoque de la clase creativa y el más clásico del capital humano para explicar el desarrollo territorial. A ello debe añadirse que, ligado a lo comentado, en el marco de los análisis de las clases sociales, el concepto de clase creativa no parece aportar una idea realmente novedosa, pues clasificaciones existentes, ya clásicas, permitirían conocer este fenómeno desde una perspectiva centrada en el análisis de la estructura social. Se trataría, por ejemplo, de un grupo incluido en el seno de la denominada ‘clase de servicios’. La novedad reside más bien en llamar la atención sobre el papel específico que este grupo ocupacional juega de cara al desarrollo territorial. Es por ello que, en general, pueda ser preferible en otros análisis el uso del término ‘ocupaciones creativas’ la de ‘clase creativa’, habiendo aquí preferido usar el segundo en atención a la perspectiva de la que parte el concepto que hemos tratado de describir aquí.

En tercer lugar, desde una perspectiva analítica, los análisis han mostrado que la clase creativa es, sobre todo, un fenómeno urbano y en particular, de ámbitos metropolitanos. Esto supondría que, al menos analíticamente, la movilidad de la clase creativa podría responder en mayor medida a los patrones de localización y especialización del mercado de trabajo, así como a los patrones de localización residencial acordes a la calidad de vida, la disponibilidad de equipamientos u otros aspectos sobre lo que insiste la literatura de la clase creativa. Para tratar de avanzar en esto último deberían incluirse otros indicadores sobre estos aspectos, así como centrar el análisis de este tipo de fenómenos comparando diferentes ámbitos urbanos, o bien, diferentes zonas de un mismo municipio. También es importante establecer diferencias entre diversos sectores de la clase

creativa, pues no sólo dan cuenta de la naturaleza del empleo relacionado con la creatividad, sino de estructuración o jerarquía ocupacional, que evidentemente se relaciona con las diferencias de ingresos y, por lo tanto, con los comportamientos de los mercados inmobiliarios municipales. En este sentido, el análisis de la clase creativa y sus efectos podría beneficiarse del estudio de sus pautas de movilidad residencia-trabajo, en la medida que ello podría mostrar más detalladamente el lugar en el que se producen sus supuestos efectos sobre el desarrollo territorial.

No obstante lo anterior, también se ha podido evidenciar que existe clase creativa en el ámbito rural, en municipios que ni por su tamaño, ni por estar integrados en un área metropolitana, pueden ser considerados como urbanos. Esto supone que los ámbitos rurales también pueden estar sujetos a los procesos que sostiene la tesis de la clase creativa, aunque debiera especificarse para este ámbito tanto la definición del concepto en sí mismo, así como los mecanismos explicativos que dan cuenta de su localización en estos ámbitos y sus potenciales efectos sobre sus dinámicas de desarrollo. Aunque la realidad mayoritaria parece evidenciar la existencia de ‘ciudades creativas’, debería indagarse también la existencia de lo que podrían denominarse ‘pueblos creativos’, aunque sus componentes y dinámicas sean diferentes.

Esto último va más allá de los objetivos planteados en este trabajo que pretende, sobre todo, ofrecer una definición conceptual y operativa de la clase creativa para el análisis comparado en municipios españoles, así como un análisis descriptivo de sus patrones de concentración, mostrando un primer acercamiento a la especialización de los mercados de trabajo municipales en términos de creatividad, tal y como es posible analizarla a través de las ocupaciones. Sin duda, desde 2001 a la actualidad se han dado cambios que pueden haber afectado al fenómeno, pero las pautas mostradas, que se muestran consistentes respecto al tamaño y dinámica metropolitana, pueden indicar que los cambios puede que no hayan sido demasiado relevantes, pues tampoco lo han sido en la jerarquía urbana española.

ANEXO

En la tabla se puede apreciar las distintas clasificaciones utilizadas y la concordancia establecida entre las mismas para terminar basándonos en una clasificación adecuada para el análisis de la clase creativa en España según la CNO_94

TABLA DE CORRESPONDENCIAS ENTRE CLASIFICACIONES. SCO-00, ISCO-88, CNO-94.

Florida (2002)	Mcgranahan and Wojan (2007)	Boschma, Fritsch (2007) Lorenze and Vaarst Andersen (2000)	Navarro, C y Mateos, C
CÓD. SCO-00	CÓD. SCO-00	CÓD. ISCO-88	CÓD. CNO-94
CREATIVE CLASS	RECASTING CREATIVE CLASS	THE CREATIVE OCCUPATIONS	LA CLASE CREATIVA EN ESPAÑA
Computer and mathematical occupations	Computer and mathematical occupations	Mathematicians, statisticians and related professionals	Matemáticos, actuarios, estadísticos y asimilados
15	15	212	202
Architecture and engineering occupations	Architecture and engineering occupations	Architects, engineers and related professionals	Profesionales asociados a una titulación de 1er ciclo universitario en matemáticas, estadística y asimilados
17	17	214	262
Engineers	Engineers	Computing professionals	Profesionales de la informática de nivel superior
		213	203
			Profesionales de nivel medio de informática
			263
			Arquitectos, urbanistas e ingenieros planificadores de tráfico
			204
			Ingenieros superiores
			205
			Arquitectos técnicos
			264

Social scientists and related workers	Social scientists and related workers	221	Life, science professionals	211	Profesionales en ciencias naturales
Life, physical, and social science technicians				271	Profesionales asociados a una titulación de 1er ciclo universitario en ciencias naturales
		346	Social work associate professionals	353	Profesionales de apoyo de promoción social
Education, training, and library occupations		231	College, university and higher education teaching professionals	221	Profesores de universidades y otros centros de enseñanza superior
Post-secondary teachers	Post-secondary teachers	232	Secondary education teaching professionals	222	Profesores de enseñanza secundaria
Teachers, primary, secondary, and special education	Teachers, primary, secondary, and special education	25	Primary and pre-primary education teaching professionals	281	Profesores de enseñanza primaria e infantil
Teachers, pre-school, kindergarten, elementary, and middle school	Teachers, pre-school, kindergarten, elementary, and middle school	25		283	Profesorado técnico de formación profesional
Teachers, secondary school	Teachers, secondary school	234	Special education teaching professionals	282	Profesores de educación especial
Teachers, special education	Teachers, special education	235	Other teaching professionals	223	Otros profesionales de la enseñanza
Librarians, curators, and archivist	Librarians, curators, and archivist	243	Archivists, librarians and related information professionals	252	Archiveros, bibliotecarios y profesionales asimilados
Other teachers, instructors, education, training, and library occupations	Other teachers, instructors, education, training, and library occupations			292	Ayudantes de archivo, biblioteca y asimilados

Advertising, marketing, promotions, public relations, and sales managers	Advertising, marketing, promotions, public relations, and sales managers	Administrative associate professionals	Profesionales de apoyo de la gestión administrativa, con tareas administrativas generales
Financial managers	Financial managers	343	341
Operations specialties managers, except financial managers	Operations specialties managers, except financial managers		
Farmers and faro managers			
Other management occupations, except farmers and farm managers	Other management occupations, except farmers and farm managers		
Business and financial operations occupations			241 Profesionales en organización y administración de empresas
Business operations specialist	Business operations specialist	241 Business professionals	291 Diplomados en contabilidad y graduados sociales y técnicos de empresas y actividades turísticas
Accountants and auditors	Accountants and auditors	342 Business services agents and trade brokers	351 Consignatarios y agentes en la contratación de mano de obra
Other financial specialist	Other financial specialist		

Legal occupations	242	231	Abogados y fiscales
Lawyers	242	232	Jueces y magistrados
Judges, magistrates, and other judicial workers	242	239	Otros profesionales del derecho
Legal support workers			
Healthcare practitioners and technical occupations	222	212	Médicos y odontólogos
Physician and surgeons		213	Veterinarios
Registered nurses	29	214	Farmacéuticos
Therapists			
Other health diagnosing and treating practitioners and technical occupations	223	219	Otros profesionales de nivel superior de la sanidad
		272	Enfermeros

32	311	Técnicos de las ciencias naturales y profesionales auxiliares asimilados
	312	Técnicos de sanidad
	313	Diversos técnicos de sanidad no clasificados en rubricas anteriores
	352	Técnicos especialistas de las Fuerzas de Seguridad y detectives privados
	341	Profesionales de apoyo en operaciones financieras y algunas operaciones comerciales
	332	Representantes de comercio y técnicos de venta
	341	Profesionales de apoyo en operaciones financieras y algunas operaciones comerciales
	331	Profesionales de apoyo en operaciones financieras y algunas operaciones comerciales
	332	Representantes de comercio y técnicos de venta

7. BIBLIOGRAFÍA.

- ASHEIMN; B. y HANSEN, H.K. (2009): “Knowledge Bases, Talents, and Contexts: On the Usefulness of the Creative Class Approach in Sweden”, *Economic Geography*, 85.4, pp. 425-442
- BODEN, M.A. (1990): *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*, London, Weindendeld and Nicolson.
- BOSCHMA, R. y FRISCH, M. (2007): “Creative Class and Regional Growth”, *Jena Economic research Papers* No. 2007-066.
- ESQUIVIAS, M.T (2004): “Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones”, en *Revista Digital Universitaria*, 5: (1).
- FERIA, JM (2008): “Un ensayo metodológico de definición de las áreas metropolitanas españolas a partir de la variable residencia-trabajo”, *Investigaciones Geográficas*, 46, pp. 49-68.
- FERIA, JM Y SUSINO, J. (2006): “La dimensión regional y los nuevos referentes espaciales de la movilidad migratoria”, en Leal J. y Fernández Cordón, J.A. (eds.): *Análisis territorial de a demografía española*, Madrid, Fundación Abril Martorell, pp. 319-360.
- FERNANDEZ ENGUITA, M. (1993): “Redes económicas y desigualdades sociales”, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 64, pp. 41-79.
- FIEST, G.J. (1999): ‘The influence of personality in artistic and scientific creativity’, en Sternberg, R.J. (ed.): *handbook of Creativity*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 273-296.
- FLEW, T. (2004): “Creativity, Cultural Studies, and Service Industries”, *Communication and Critical/cultural Studies*, 1.2, pp. 176-193.
- FLORIDA, R. (2008): *Who’s your city?* New York, Basic Books.
- FLORIDA, R. (2007): *The Flight of the Creative Class*, New York , Harper Collins Publishers.
- FLORIDA, R. (2002): *The Rise of the Creative Class*, New York, Basic Books.
- FLORIDA, R. (2002a): “Bohemia and economy geography”, en *Journal of Economic Geography*, 2, pp. 55-71.
- FLORIDA, R; MELLANDER, C. y STOLARICK, K. (2008): “Inside the black box of regional development –human capital, the creative class and tolerance”, en *Journal of Economic Geography*, 2, pp. 1-35.
- GLEASER, (1994): “Cities, Information and Economic Growth”, *Cityscape*, 1, pp 9-47.
- GOLDTHORPE J.(1993): “Sobre la clase de servicio: su formación y su futuro” en: Carabaña J, De Francisco A (ed). *Teorías contemporáneas de clases sociales*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias, pp. 229-263.
- GOLDTHORPE, J. y HOPE, K. (1974): *The Social Grading of Occupations*, Oxford, Clarendon Press.
- GOLDTHORPE, J. y MCKNIGHT, A (2004): “The economic basis of social class”. London: Centre for Analysis of Social Exclusion, London School of Economics.
- GONZÁLEZ, J.J. (1992): “La construcción empírica de las clases sociales”, en *Política y Sociedad*, 11, pp. 99-112.
- HESMONDHALGH, D. y PRATT, A. (2005): “Cultural industries and cultural policy”, en *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), pp. 1-13.
- KRÄTKE, S. (2010): ‘Creative cities’ and the Rise of the Dealer Class: A Critique of Richard Florida’s Approach to Urban Theory, *International Journal of Urban and Regional Research*, 34.4, pp.835-853.

- LORENZEN, M. y VAARST ANDERSEN, K. (2009): "Centrality and Creativity: Does Richard Florida's Creative Class Offer New Insights into Urban Hierarchy?" *Economic Geography*, 85 (4), pp.363-390.
- MARKUSEN, A.; WASSAL, G.H.; DENATALE, D. y COHEN, R. (2008): "Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches", *Economic Development Quarterly*, 22.1, pp. 24-45.
- MCGRANAHAN, D. y WOJA, T. (2007): "Recasting the Creative Class to Examine Growth in Rural and Urban Counties", *Regional Studies*, 41.2, pp.197-216.
- NACIONES UNIDAS.(2008): 'Creative Economy. Report', Naciones Unidas.
- NAVARRO, C.J. (2011): *Comunidades locales y participación política en España*, Madrid, CIS
- NAVARRO; C.J. (2012): 'The political ecology of metropolitan Spain', en Sellers, J. (ed.): *The political ecology of metropolis*, London, Routledge/ECPR.
- NUUR, C. y LAESTADIUS, S. (2009): "Is the 'Creative Class' Necessarily Urban? Putting the Creativity Thesis in the Context of Non-urbanised, Regions in Industrialised Nations", *European Journal of Spatial development*, 2009 (<http://www.nordregio.se/EJSD/debate200906.pdf>).
- O' CONNOR, J. (2007): *The cultural and creative industries: a review of the literature*, Leeds, The University of Leeds.
- PECK, J. (2005): "Struggling with the Creative Class", en *International Journal of Urban and Regional Research*, 29.4, pp. 740-770.
- SANTAGATA, W. (2004): "Creativity, fashion, and market behaviour," en Poer, D. y Scott, A.J. (eds.): *Cultural Industries and the Production of Culture*, New York, Routledge, pp. 75-90.
- SCOTT, A. (1997): "The cultural economy of cities", en *International Journal of Urban and Regional Research*, 21(2), pp. 323-339.
- SEMBLER, C (2006): "Estratificación social y clases sociales. Una revisión analítica de los sectores medios", en *Serie políticas sociales*, 125, Naciones Unidas.
- WRIGHT, E.O. (1985): *Classes*, London, Verso.
- WRIGHT, E.O (1993): "Reflexionando, una vez más, sobre el concepto de estructura de clases" en Carabaña J, De Francisco A (ed). *Teorías contemporáneas de clases sociales*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias.
- WRIGHT, E.O (1997): *Class Counts: comparative studies in class analysis*, Cambridge University Press.