

LA CLASSE CREATIVA

APLICABILITAT, CONSEQÜÈNCIES
I PROPOSTES

ÍNDEX

Resum	04
01. La classe creativa	07
02. Classe creativa i capital social	08
03. Aplicabilitat, característiques i patrons de mobilitat de la classe creativa europea	10
04. Barcelona i el 22@	12
05. Conseqüències: polarització del mercat laboral, desigualtat, segregació i la nova crisi urbana	13
06. Conclusió i propostes	15
Bibliografia	18

RESUM

La presència de la classe creativa ha resultat ser una explicació suficientment vàlida del desenvolupament de certes metròpolis dels Estats Units en l'àmbit de l'economia del coneixement, en detriment d'altres ciutats. A Europa, l'evidència disponible mostra que els estats del benestar, la fragmentació cultural i lingüística, la menor escala demogràfica i la menor mobilitat i variació en els nivells de tolerància dins un mateix

país debiliten el concepte, però encara és aplicable a les grans capitals europees. L'aposta de Barcelona pel districte del 22@ s'adapta a aquesta idea, i ha facilitat un important desenvolupament industrial en sectors tecnològics i creatius. Aquest procés, però, també ha generat gentrificació i ha disminuït la mescla social de la ciutat. Fora de Barcelona, la resta de municipis no són suficientment grans per atreure la classe creativa, de manera que s'ha de seguir apostant per altres fórmules com l'actual sistema de clústers sectorials.

En temps de replantejament de la política industrial creiem que cal enfocar el desenvolupament local i regional català des de múltiples perspectives. Calen polítiques que permetin afinar el "matching" entre graduats i llocs de treball, reduir la polarització residencial, reduir els temps de trajecte entre ciutats i la pressió immobiliària sobre Barcelona amb una millora de la xarxa de transport públic. També aconsellem descentralitzar l'economia i les competències municipals, fomentar la possibilitat de

teletreballar a municipis despoblats i potenciar les ciutats universitàries mitjanes amb polítiques de desenvolupament regional comprensives però ambicioses, que aconseguixin sinergies entre els actors locals i una diversificació de l'economia que redueixi el pes del turisme en el conjunt de Catalunya.

01. LA CLASSE CREATIVA

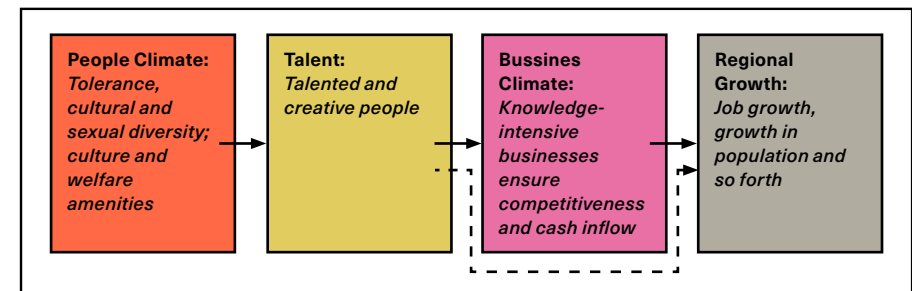
Hi ha múltiples hipòtesis sobre quins són els ingredients del desenvolupament local i regional. Els factors de producció tradicionals (capital, treball i terra) van ser rellevants durant la industrialització, però amb l'economia del coneixement ha augmentat la importància de la creativitat per fomentar la innovació, fenomen que uneix tant les ciències com les arts (Westlund & Calidoni, 2010).

La classe creativa és una classe socioeconòmica que es caracteritza per fer servir aquesta creativitat com a avantatge comparatiu. Es pot considerar que és una classe en si mateixa pel fet de compartir uns valors hedonistes, una ètica de treball disciplinat i un estil de vida inconformista que es caracteritza per una alta mobilitat. També solen ser solters o estar en parella sense fills en una major proporció que la resta de la població (Florida, 2014).

Florida distingeix tres subgrups dins la classe creativa (Florida, 2004). El nucli creatiu té com a funció crear noves idees, tecnologies o contingut creatiu, i es troba en professions en els àmbits de la ciència i l'enginyeria, l'arquitectura, el disseny, l'educació, les arts, la música i l'entreteniment. Els professionals creatius es dediquen a la resolució de problemes complexos que requereixen judicis independents i una formació elevada, i treballen en sectors com els negocis, les finances, el dret i la sanitat. Finalment, els bohemis es dediquen al món de la cultura i l'art, i també són importants a l'hora d'atreure les altres dues categories a la ciutat.

Avui en dia la creativitat i la innovació que se'n deriva tenen lloc en contextos més amplis com poden ser les ciutats, anant molt més enllà de les empreses. A la ciutat és on es produeixen les externalitats de capital humà que acaben afavorint el creixement, doncs sense clústers de capital humà la ciutat només seria un aglutinament de factors de producció i perdria la seva raó de ser, ja que per exemple el factor terra és més assequible fora de la ciutat (Lucas, 1988).

▼ Figura 1: Línia argumental de la relació entre la classe creativa i el creixement regional (Asheim & Hansen, 2009).



L'especialització també ha aparegut des dels temps d'Adam Smith com una de les claus del desenvolupament. Quant a l'especialització espacial, tradicionalment les polítiques industrials de clústers, que permeten la creació de sinergies i la compartició de coneixement entre empreses dels mateixos sectors, s'han centrat en aconseguir un bon clima de negocis, intentant seduir les empreses mitjançant avantatges fiscals, infraestructurals o de recursos naturals. Això implica que, un cop les empreses s'estableixen a cert lloc, els treballadors segueixen els llocs de treball.

Tot i això, Florida argumenta que per atreure la classe creativa i que aquesta capti les inversions empresarials és més desitjable aconseguir un bon clima de persones, doncs en aquest cas els llocs de treball segueixen els treballadors. Això s'aconsegueix reduint les barreres d'entrada a la ciutat, amb una alta tolerància que promogui una atmosfera de diversitat i obertura que fomenti l'intercanvi d'idees i la innovació, i també amb una oferta d'elements que satisfacin aquesta diversitat. Florida ho basa en preguntar-se què hi ha, qui hi ha i què està passant a la ciutat (Florida, 2014). La Figura 1 mostra la relació entre climes de persones i negocis, talent i creixement regional que implica la teoria de la classe creativa. La tolerància és la primera de les tres T que Florida considera claus per captar aquest tipus de treballadors. La següent és el talent, representat per un elevat nombre de persones amb estudis superiors. Finalment, la tecnologia és una funció de la concentració d'innovació i alta tecnologia en una certa regió (Florida, 2003).

02. CLASSE CREATIVA I CAPITAL SOCIAL

Sovint infravalorats per la dificultat de mesurar-los, els factors intangibles propis de cada territori (com la cultura, els valors i normes socials i les xarxes informals) també són clau per fomentar o no el desenvolupament d'un cert territori. Westlund i Calidoni proposen aquests factors propis intangibles i la consegüent interacció entre homogeneïtat i heterogeneïtat com l'element que ha permès o frenat les innovacions de tipus schumpeteriana que s'han anat produïnt al llarg de la història, de manera que els valors oberts a la diversitat i el creixement econòmic seguirien una corba en forma d'U invertida (Westlund & Calidoni, 2010).

El concepte classe creativa s'ha enfrontat al capital social, l'anterior idea popular del moment en aquestes línies d'investigació. Ambdues visions comparteixen la importància de les normes i xarxes socials com a facilitadors del desenvolupament regional, però de maneres diferents (Westlund & Calidoni, 2010).

Per Florida, una societat civil heterogènia, tolerant, individualista i amb diversitat de valors afavoreix el creixement regional, mentre que

per Putnam és una societat civil homogènia, cohesionada, amb valors i normes compartides la que n'afavoreix el desenvolupament. El capital social es basa en la confiança mútua, de manera que en principi permet la reducció dels costos de transacció a l'economia i per tant facilita el desenvolupament.

Segons les observacions de Florida, però, els temps han canviat, i actualment les comunitats cohesionades no són adequades en les noves indústries de l'economia del coneixement, doncs el capital social és exclouent i dificulta la diversitat i per tant la innovació, i la classe creativa es beneficia d'uns vincles interpersonals més dèbils (Florida, 2003).

El cas del Japó mostra com el rol de la societat civil no sempre és igual d'important pel desenvolupament regional a tots els països. El seu desenvolupament regional no s'adequa del tot ni al concepte de classe creativa ni al capital social (Westlund & Calidoni, 2010). La homogeneïtat grupal, la societat civil poc desenvolupada, i la manca d'individualisme i creativitat anirien en la línia de Putnam i de la importància del capital social en el gran creixement experimentat fins els anys 90, però des de llavors l'estancament japonès també podria ser degut a una manca d'innovació en indústries d'alta tecnologia degut al tipus de societat descrita, en la línia de la classe creativa de Florida i les conseqüències de la manca de la mateixa.

La validesa del capital social pot sobreviure en altres entorns si es distingeix entre els dos tipus de capital social de Putnam (Putnam, 2000). Per una banda, el capital social criticat per Florida seria el cohesiu (bonding), que uneix amb forts vincles els membres d'una mateixa comunitat, de manera que es pot considerar exclouent per qui no formi part d'aquesta la comunitat. D'altra banda, el capital social connectiu (bridging) reforça els vincles socials més enllà de les diferències entre membres de la comunitat, i per tant el fet de generar uns vincles menys intensos el fa més inclusiu.

Tal i com mostra Asheim en detall, un elevat capital social connectiu com a resultat d'innovacions organitzacionals i institucionals seria aplicable al cas danès, on el rol de la societat civil i del capital social segueix essent important sense anar en detriment de la innovació (Asheim, 2009). Dinamarca és encara avui un dels països més innovadors del món, basant-se en innovacions incrementals (en lloc de schumpeterianes) en petites i mitjanes empreses que es beneficien de l'aprenentatge col·lectiu dins i entre les empreses, així com del model propi d'estat del benestar. La innovació descrita no té lloc ni en sectors d'alta tecnologia ni en centres urbans, i disposar d'una societat heterogènia tampoc és una condició necessària pel sorgiment d'idees innovadores.

03. APLICABILITAT, CARACTERÍSTIQUES I PATRONS DE MOBILITAT DE LA CLASSE CREATIVA EUROPEA

Els Estats Units des d'on Florida desenvolupa la seva teoria es caracteritzen per una elevada mobilitat laboral, facilitada per una homogeneïtat lingüística i cultural, una alta competitivitat entre ciutats per captar inversions i talent, i un règim de benestar liberal, que implica nivells de protecció social pública molt baixos, en especial el subsidi d'atur. En canvi, Europa es caracteritza per una baixa mobilitat laboral bàsicament deguda a limitacions idiomàtiques i culturals, així com a l'existència de subsidis d'atur i estats del benestar més desenvolupats amb orígens històrics relacionats amb un major poder del moviment obrer (Asheim, 2009).

A Europa, les restriccions institucionals també tenen importància durant el procés de decidir si moure's i on fer-ho. Per exemple, els diferents sistemes sanitaris i educatius, dificultats d'integració a un altre país i diferències en la legislació poden modificar els patrons de mobilitat laboral europea, així com les diferències en les pròpies trajectòries personals de la classe creativa (Martin-Brelet, Grossetti, Eckert, Gritsai, & Kovács, 2010).

La majoria de regions europees no són suficientment grans com per atreure totes les feines altament qualificades que atreuen les metròpolis dels Estats Units. Lorenzen i Andersen han investigat l'adequació de la classe creativa dins el concepte urbanístic de la centralitat (Lorenzen & Andersen, 2009). La centralitat implica que hi ha una jerarquia entre les diferents ciutats, doncs cal una mida mínima del mercat local en termes de béns i serveis que poden oferir per tal que l'especialització econòmica i la presència de llocs de treball altament qualificats i creatius sigui viable. Això demana un mínim de població. Per sota d'aquest mínim, la classe creativa no troba feines especialitzades adequades a la seva formació. Investigant 444 ciutats europees de 8 països, els autors mostren que la jerarquia urbana de la classe creativa segueix uns patrons diferents dels de la població en general, degut a diferents límits de mercat necessaris per la garantir la viabilitat dels serveis creatius i dels que estan menys especialitzats, respectivament. En aquest context, a mesura que augmenta el rang de la ciutat la classe creativa creix més ràpidament que la població general.

A Alemanya, dins el grup que forma la classe creativa, els subgrups de treballadors del nucli creatiu i els bohemis són molt més mòbils que la població treballadora en general, mentre que els professionals creatius no

mostren patrons diferenciats (Vossen, Sternberg, & Alfken, 2019). Els autors mostren com factors "tous" com ara l'oferta cultural d'una ciutat són importants a l'hora seduir la classe creativa, però encara ho són més els factors "durs" (oportunitats laborals, accessibilitat o costos). A més, les regions més tolerants han atret menys membres de la classe creativa que les altres. Això podria ser degut al fet que la tolerància té una menor variació territorial que als Estats Units i per tant no resulta un factor decisiu en la mobilitat de la classe creativa.

A nivell Europeu, estudiant més de 500 regions de set països, Boschma i Fritsch troben que una major tolerància i obertura està associada a proporcions més altes de treballadors creatius, essent més important que el factor urbà (Boschma & Fritsch, 2009). En general, els autors troben una relació positiva entre ocupacions creatives i variables com el creixement de l'ocupació regional i l'emprenedoria, però en altres àmbits molts resultats no són concloents i varien segons el país.

En aquest estudi, el 37.7% dels treballadors de les regions estudiades formaven part de la classe creativa l'any 2002, i els Països Baixos eren l'estat més ben dotat, seguit d'Anglaterra. La classe creativa estava distribuïda de manera desigual per Europa, amb una major concentració a Escandinàvia, on possiblement les activitats creatives estan més centralitzades que a Alemanya, els Països Baixos o Anglaterra i Gal·les, on la distribució regional de l'atribut era relativament uniforme.

El cas concret de Suècia també va ser estudiat per Asheim i Hansen (Asheim & Hansen, 2009). Assumint que les preferències ubicacionals d'una part tan important de la població no poden ser les mateixes, fan servir una separació de la base creativa segons els diferents tipus de necessitats que tenen les indústries, implicant diferents tipus d'innovació, processos i competències requerits. Distingeixen entre bases de coneixement analític, aplicable en àmbits basat en coneixement científic formal com la biotecnologia, bases de coneixement sintètic (enginyeria mecànica) i simbòlic (disseny, cultura).

	Creatives	No Creatives	Total
2009	151.619	1.378.454	1.530.073
2010	151.878	1.372.180	1.524.058
2011	149.798	1.335.212	1.485.010
2012	141.743	1.291.612	1.433.355
2013	143.984	1.291.766	1.435.750
2014	152.732	1.326.069	1.478.801
2015	163.865	1.367.806	1.531.671
2016	173.688	1.418.730	1.592.418
2017	183.218	1.464.676	1.647.894
2018	194.755	1.504.689	1.699.444
2019	204.103	1.527.810	1.731.913

◀ Taula 1: Treballadors afiliats al RGSS i autònoms en indústries creatives a l'AMB. (SIMBA, IERMB)

A les regions sueques, els autors mostren que el clima de negocis tradicionalment desitjable pel creixement regional domina en indústries que es nodreixen de bases de coneixement sintètic, mentre que el clima de persones proposat per Florida domina en l'analític i sobretot en el simbòlic. En conseqüència, defensen la validesa de les polítiques de clústers com a no discriminatòries entre les dimensions urbana i rural, i com a especialment útils en indústries que es nodreixen de coneixement sintètic, de manera que el concepte classe creativa s'hauria de redefinir en aquests termes per poder-lo adaptar millor a les característiques de cada lloc. En la mateixa línia crítica, Andersen et al. mostren que la classe creativa es pot adequar a la jerarquia urbana nòrdica sobretot a les grans ciutats, mentre que en regions més petites l'adequació és molt més limitada (Andersen, Hansen, Isaksen, & Raunio, 2010).

04. BARCELONA I EL 22@

Almenys durant la primera dècada del segle XXI la classe creativa barcelonina estava entre les menys mòbils de les onze ciutats Europees estudiades exhaustivament per Martin-Brelot et al. (Martin-Brelot et al., 2010). Milà i Poznan també tenien una baixa mobilitat, de manera que es podria intuir una classe creativa més autòctona i menys cosmopolita al sud i l'est d'Europa. El 70% de la població creativa havia nascut a la ciutat o a la regió, i el 80% hi havia estudiat.

En general, a totes les ciutats estudiades pels autors la majoria de gent es queda a la ciutat on neix o estudia, posant en qüestió l'alta mobilitat predita per Florida als Estats Units, si bé això no implica que no siguin més mòbils que la resta de la població. Les raons de trajectòria personal eren les més mencionades pels entrevistats a l'est d'Europa però també a Milà i Barcelona, com l'haver nascut o estudiat a la ciutat o tenir-hi família i amics. Entre les persones que no havien nascut ni estudiat a la ciutat el clima, les universitats i la diversitat cultural i obertura eren les raons que més van tenir en compte a l'hora de triar Barcelona. A més, els factors "tous" (qualitat de l'aire, oferta cultural), a diferència de la teoria, no eren determinants per l'atracció de la classe creativa, si bé podien influir en la decisió de quedar-se a la ciutat un cop ja havien estat atrets.

L'any 2001 es va aprovar a Barcelona la transformació del districte industrial del Poblenou en un "districte de la innovació", centrat en activitats econòmiques intensives en coneixement relacionades amb la quarta revolució industrial, el 22@. A més, es volia integrar-lo en l'entorn urbà, amb habitatges, equipaments i zones verdes, i amb la intenció de cultivar un ecosistema d'innovació. Al cap de deu anys s'hi havien instal·lat 1441 empreses i institucions, el 44.6% de les quals de nova creació, i el 70% en els clústers de multimèdia, TIC, tecnologia mèdica, energia i disseny promoguts per l'Administració, doncs el projecte es va implementar de dalt cap a baix (Cohendet,

Grandadam, & Simon, 2011).

Durant la primera dècada es van crear 42000 llocs de treball i es van atreure diversos serveis complementaris al districte. Segons l'Ajuntament, l'any 2018 hi havia 136000 llocs de treball en sectors creatius a Barcelona ciutat (Cia, 2020). Quant al conjunt de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, la Taula 1 mostra l'evolució dels darrers 10 anys, amb un lleuger però constant increment de la proporció de treballadors en indústries creatives sobre el total.

Malgrat les dades positives, molt del talent del districte no viu al Poblenou i els seus habitants no solen treballar en els clústers del 22@, de manera que Cohendet et al. consideren que queda pendent el foment de la integració i la interacció entre les comunitats de la zona, així com una major presència d'activitats culturals. A més, el desenvolupament del districte ha generat gentrificació, expulsant les classes populars tradicionals del barri (Sorando & Leal, 2019)

Vint anys després, el districte s'està consolidant internacionalment, i es fa palesa la seva importància en temps de crisi com l'actual, havent ofert innovacions ràpidament i efectives com el respirador imprès en 3D o el sistema de control d'aforaments a les platges (Urreta, 2020). El 22@Network BCN planteja tres reptes de futur de cara a la recuperació econòmica i el manteniment de l'èxit: augmentar la cooperació publicoprivada, traspasar les fronteres del districte, oferint solucions a l'AMB i en d'altres municipis de Catalunya, i teixir aliances internacionals amb diversos districtes tecnològics.

Més enllà del 22@, l'Ajuntament està planejant la creació d'un clúster del disseny i la creativitat, per poder unir el potencial de les nombroses escoles de disseny de la ciutat amb la indústria, i per repensar la marca Barcelona (Cia, 2020).

05. CONSEQÜÈNCIES: POLARITZACIÓ DEL MERCAT LABORAL, DESIGUALTAT, SEGREGACIÓ I LA NOVA CRISI URBANA

Durant les darreres dècades s'ha produït un fenomen de polarització als mercats de treball locals dels Estats Units, on s'han reduït els salaris dels treballadors menys qualificats i han augmentat els dels treballadors més qualificats (Autor, 2019). Autor ho atribueix al canvi tecnològic i al comerç internacional, que han fet disminuir els llocs de treball a la part central de la distribució, com seria el cas de les feines administratives, fent que treballadors amb qualificacions mitjanes acabin en feines poc qualificades.

A Espanya també s'ha produït aquesta polarització, però sobretot deguda a factors demogràfics (envelliment de la població i augment de la participació femenina, dels graduats universitaris i de la immigració) més que tecnològics (Sebastian, 2017). El progrés tecnològic ha afectat tasques rutinàries de la part central de la distribució, però no la part alta, que és complementària amb la tecnologia (Sebastian, 2018). Els treballadors sense qualificació universitària que estaven situats al centre de la distribució s'han vist desplaçats cap a feines poc qualificades i s'han tornat més mòbils. D'altra banda, els que tenien qualificació universitària s'han desplaçat cap a feines altament qualificades.

Als Estats Units la polarització dels mercats laborals locals, amb l'arribada de la classe creativa als centres de les ciutats, ha generat estratificació i gentrificació, doncs disminueixen els espais urbans on es barregen diferents tipus de treballadors, perquè la classe creativa no sol relacionar-se amb treballadors menys qualificats (Florida, 2014). A Barcelona l'any 2001 el 60.8% d'espais eren mixts, on es barrejaven una classe alta de directius i professionals amb la classe treballadora restant, mentre que l'any 2011 aquesta xifra va caure fins el 52.6%, degut a la proliferació d'espais homogenis als extrems de la distribució de les categories socials (Sorando & Leal, 2019). Aquest fenomen s'atribueix a la globalització i als guanyadors i perdedors que aquesta implica, així com al creixement del mercat immobiliari, augmentant les diferències de prestigi social segons el barri de residència. Tot i això, la mescla a Barcelona segueix essent relativament alta degut al passat industrial de la ciutat si ho comparem amb Madrid (46,5% i 38,6% respectivament).

Florida ha acabat admetent moltes de les conseqüències de l'aplicació indiscriminada de la seva teoria per part de moltes ciutats i regions, titllant-les de nova crisi urbana, en un llibre homònim publicat el 2014. Oriol Estela va sintetitzar les diverses dimensions d'aquesta crisi que planteja Florida:

1. La profunda i creixent escletxa entre un petit nombre de ciutats superstar i les altres ciutats del món.
2. La crisi d'èxit que afecta a aquestes ciutats superstar (preus de l'habitatge altíssims i grans nivells de desigualtat).
3. La creixent desigualtat, segregació i separació que té lloc en pràcticament qualsevol ciutat i metròpolis, sigui exitosa o no.
4. La incipient crisi dels suburbis, on la pobresa, la inseguretat i el crim creixent i la segregació econòmica i racial es fa més profunda.
5. La crisi de la urbanització en el món en desenvolupament, on la gent emigra cada cop més a la ciutat però no hi troba una millora

en les condicions de vida (urbanització sense creixement).

La idea fonamental és que la mateixa força (urban clustering) que empeny el creixement de les ciutats i l'economia és la que genera les desigualtats. Com més gran, més densa i més intensiva en coneixement i basada en les tech és una ciutat, més desigual serà. Els més desavantatjats queden al marge no només de les oportunitats econòmiques, sinó de les institucions que els permetrien una certa mobilitat social. Tot i així, els pobres i les classes treballadores tenen més oportunitats de prosperar en les ciutats que en qualsevol altre lloc (fins i tot en els països més pobres) i cal lluitar perquè no les abandonin.

(Estela, 2017)

06. CONCLUSIÓ I PROPOSTES

Les conseqüències negatives i tal vegada inesperades d'obrir-se plenament a la classe creativa haurien de portar les ciutats a replantejar-se el model de desenvolupament que es vol assolir o, com a mínim, a adaptar-ne el concepte de classe creativa al context europeu, tenint en compte els desequilibris que generen per poder-los compensar. És el moment d'apostar per la diversificació industrial, doncs no és recomanable que, especialment en els temps actuals, les quatre províncies catalanes destaquin en una mateixa indústria com és el turisme (Smit, Tacke, Lund, Manyika, & Thiel, 2020). A partir d'aquí, sorgeixen un conjunt de propostes:

- La centralitat de la ciutat de Barcelona en la generació de riquesa a Catalunya ocasiona desequilibris econòmics i demogràfics, amb superàvit a Barcelona i un èxode d'estudiants i treballadors joves cap a la capital, deixant els municipis d'origen orfes de talent que pugui diversificar les respectives economies locals. En temps de replantejament del model industrial català creiem necessari fomentar la diversificació de les diferents economies locals fora de Barcelona, per exemple aprofitant i potenciant les sinergies que les nostres universitats poden generar en ciutats universitàries de l'Àrea Metropolitana de Barcelona (Cerdanyola del Vallès, Sant Cugat del Vallès, Mataró, Sabadell, Terrassa), però sobretot en les que estan fora d'aquest àmbit territorial (Girona, Lleida, Reus, Tarragona, Vic, Manresa, Vilanova i la Geltrú), doncs tenen potencial per generar molts més llocs de treball qualificats en nous sectors i empreses de nova creació a les respectives comarques.

- Les polítiques de desenvolupament regional han de tenir en compte les característiques pròpies de cada indret en quant a indústries i formació dels treballadors abans d'imposar directament la doctrina de la classe creativa. A Barcelona, les indústries creatives necessiten consolidar-se plenament, però fora de la costa les jerarquies urbanes de Catalunya són d'una escala relativament petita, de manera que no es pot aspirar a que tota la indústria es basi en l'economia del coneixement i en intentar atreure la classe creativa, però sí en la mesura que ho permetin les dimensions i característiques dels municipis.
- Durant les darreres tres dècades Catalunya, mitjançant ACCIÓ, ha desenvolupat un sistema de clústers pioner, potent i descentralitzat, amb una trentena d'agrupacions en àmbits com l'alimentació, la moda, la logística, l'energia i l'automoció, de les quals en formen part prop de 3000 empreses. Catalunya és un país de petites i mitjanes empreses, de manera que s'ha de seguir potenciant i expandint els clústers existents, adaptar-los a canvis en els patrons de consum (carn, vehicle privat de combustió, compres per internet) i pensar més enllà de les indústries existents per diversificar l'economia en sectors amb potencial (intel·ligència artificial, indústria farmacèutica, biomedicina, biomassa...).
- Per evitar la polarització dels mercats de treball cal incidir sobre l'educació. Té sentit atreure la classe creativa, però abans d'importar talent internacional és important fomentar el talent local i poder retenir-lo millorant l'aparellament entre graduats universitaris i llocs de treball, adaptant l'oferta acadèmica a les necessitats del moment i potenciant les universitats de ciències aplicades, la formació professional i la seva popularitat.
- Quant a la polarització residencial, cal intentar promoure la mescla social a partir de polítiques inclusives d'habitatge i en l'espai urbà en general que facilitin les relacions socials entre les diferents classes socials. La segregació residencial, però, és una conseqüència de les desigualtats de renda i de la manca de capital social, de manera que les polítiques públiques també han d'intentar incidir en aquesta vessant.
- Catalunya disposa de bones infraestructures, però la dispersió geogràfica de molts municipis dificulta la interacció social, la difusió d'idees i innovacions generades a les indústries creatives i l'assoliment d'economies d'escala que facin rendible la presència de la classe creativa. A això s'hi suma l'èxode dels habitants amb estudis universitaris que abandonen el seu municipi d'origen per anar a treballar a Barcelona. Per aquests motius creiem necessària una xarxa de transport públic ambiciós i fiable que redueixi els temps de trajecte i que connecti les principals ciutats catalanes, permetent a les persones anar a treballar diàriament a Barcelona o a

d'altres ciutats grans i tornar al seu municipi més enllà de l'AMB, reduint la pressió demogràfica a la capital i rodalies i mantenint el talent tècnicament dins el municipi, amb les externalitats que això pot generar en termes d'idees i mercats. L'objectiu final ha de ser una articulació més evident del transport públic a les diverses àrees metropolitanes al voltant de ciutats grans i mitjanes, incrementant les jerarquies urbanes i potenciant el capital social connectiu.

- La diversitat d'interessos i objectius econòmics dels diferents municipis i l'avantatge del govern local en termes d'informació i coneixement sobre fortaleses, debilitats i necessitats del municipi fa recomanable augmentar els mecanismes de cooperació entre els mateixos i descentralitzar competències. La intenció és que els municipis disposin de més autonomia decisòria i fiscal i la ciutadania tingui un poder de decisió més directe que fomenti una major implicació i responsabilitat en el procés democràtic i en l'economia regional.
- En municipis experimentant dificultats demogràfiques o despoblació es pot aprofitar la situació actual per promoure el trasllat temporal o permanent de treballadors de residents qualificats de l'AMB que tinguin possibilitat de teletreballar, oferint tranquil·litat i descongestionant la ciutat, sempre que es puguin garantir les condicions que atreuen la classe creativa i una bona connexió a internet. Això generarà dinamisme al municipi i possibles beneficis futurs, amb alguns nous habitants permanents o amb segona residència, fet que justificaria la creació de serveis i el relleu de l'economia local.

BIBLIOGRAFIA

- Andersen, K. V., Hansen, H. K., Isaksen, A., & Raunio, M. (2010). Nordic city regions in the creative class debate - Putting the creative class thesis to a test. *Industry and Innovation*, 17(2), 215–240. <https://doi.org/10.1080/13662711003633496>
- Asheim, B. (2009). Guest editorial: Introduction to the creative class in European city regions. *Economic Geography*, 85(4), 355–362. <https://doi.org/10.1109/TSE.1999.761441>
- Asheim, B., & Hansen, H. K. (2009). Knowledge bases, talents, and contexts: On the usefulness of the creative class approach in Sweden. *Economic Geography*, 85(4), 425–442. <https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2009.01051.x>
- Autor, D. H. (2019). Work of the Past, Work of the Future. *AEA Papers and Proceedings*, 109, 1–32. <https://doi.org/10.1257/pandp.20191110>
- Boschma, R. A., & Fritsch, M. (2009). Creative class and regional growth in Europe. *Economic Geography*, 85(4), 391–423.
- Cia, B. (2020, April 2). Una nova marca Barcelona. Retrieved from https://cat.elpais.com/cat/2020/04/02/cultura/1585817279_761663.html
- Cohendet, P., Grandadam, D., & Simon, L. (2011). Rethinking urban creativity: Lessons from Barcelona and Montreal. *City, Culture and Society*, 2(3), 151–158. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2011.06.001>
- Estela, O. (2017). Richard Florida s'ho repensa. Retrieved from https://pemb.cat/ca/blog/richard_florida_sho_repensa/17/
- Florida, R. (2003). Cities and the creative class. *City & Community*, 2(1), 3–19. <https://doi.org/10.4324/9780203997673>
- Florida, R. (2004). *The rise of the creative class* (Revised paperback). New York: Basic Books.
- Florida, R. (2014). The creative class and economic development. *Economic Development Quarterly*, 28(3), 196–205. <https://doi.org/10.1177/0891242414541693>
- Lorenzen, M., & Andersen, K. V. (2009). Centrality and creativity: Does Richard Florida's creative class offer new insights into urban hierarchy? *Economic Geography*, 85(4), 363–390.
- Lucas, R. E. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics*, 22(1), 3–42. [https://doi.org/10.1016/0304-3932\(88\)90168-7](https://doi.org/10.1016/0304-3932(88)90168-7)
- Martin-Brelot, H., Grossetti, M., Eckert, D., Gritsai, O., & Kovács, Z. (2010). The spatial mobility of the “creative class”: A European perspective. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34(4), 854–870. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2010.00960.x>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- Sebastian, R. (2017). *Job polarisation and the Spanish local labour market*. University of Salamanca.
- Sebastian, R. (2018). Explaining job polarisation in Spain from a task perspective. *SE-RIEs*, 9(2), 215–248. <https://doi.org/10.1007/s13209-018-0177-1>
- Smit, S., Tacke, T., Lund, S., Manyika, J., & Thiel, L. (2020). The future of work in Europe: Automation, workforce transitions, and the shifting geography of employment. *McKinsey Global Institute*, (June). Retrieved from <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/the-future-of-work-in-europe>
- Sorando, D., & Leal, J. (2019). Distant and unequal: The decline of social mixing in Barcelona and Madrid. *Revista Espanola de Investigaciones Sociologicas*, 167, 125–148. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.167.125>
- Urreta, E. (2020). El 22@ i la resposta a la crisi econòmica. Retrieved from https://www.ara.cat/economia/resposta-cri-si-economica-coronavirus-covid-19-22_0_2484351609.html
- Vossen, D., Sternberg, R., & Alfken, C. (2019). Internal migration of the ‘creative class’ in Germany. *Regional Studies*, 53(10), 1359–1370. <https://doi.org/10.1080/00343404.2019.1566699>
- Westlund, H., & Calidoni, F. (2010). The creative class, social capital and regional development in Japan. *Review of Urban and Regional Development Studies*, 22(2/3), 89–108. <https://doi.org/10.1111/j.1467-940X.2010.00171.x>

