

Les ciutats creatives*

RICHARD FLORIDA

Classes creatives

El concepte “classes creatives” inclou dos segments de treballadors. D’una banda, els professionals creatius, que són treballadors de coneixement clàssic i, entre altres, inclou els professionals de la medicina, dels negocis i les finances, advocats i educadors. D’altra banda, tenim el nucli supercreatiu on s’hi inclouen científics, enginyers, innovadors i investigadors, però també dissenyadors, escriptors i músics. Les classes creatives són les forces centrals del creixement econòmic en la nostra economia futura.

Les tres “t”: talent, tecnologia, tolerància

Al meu llibre *The Rise of Creative Class*, vaig presentar tres “t” fonamentals per al desenvolupament econòmic, que proveeixen als ciutadans d’una estratègia de posicionament per encarar els reptes de l’economia global: la primera és el talent.

Sense cap mena de dubtes, la força motor darrera qualsevol estratègia econòmica efectiva és la gent amb talent. La gent, especialment aquella amb un alt nivell de talent creatiu (*top talent*), té tendència a moure’s. Una manera per atraure i retenir aquest *top talent* és definint i proveint les eines necessàries per ser competitius.

Barcelona s'emmarca totalment dins les ciutats creatives. El gran repte dels nostres temps i de Barcelona també, clar, és trobar la manera de fer sortir la creativitat intrínseca de cadascun dels seus ciutadans

La segona “t” és la de tecnologia. Tecnologia i innovació són components claus en qualsevol grup o organització per tal d’aconseguir un creixement econòmic. En aquest sentit, les universitats juguen un paper bàsic com a agents proveïdores de la infraestructura necessària per al traspàs de creativitat i tecnologia.

I, en darrer lloc, la tolerància, en el sentit que la prosperitat econòmica va lligada a la creativitat cultural, cívica, científica, artística i d’emprenedoria, i al mateix temps, a grups que estan oberts a noves idees i nova gent.

La geografia de la felicitat

En la lluita global per aconseguir el talent creatiu, cada cop se li donarà més importància a la qualitat de les ciutats. Les ciutats i regions que vulguin competir per als treballadors de talent i amb experiència hauran d’oferir un lloc que assegurí tots els elements necessaris d’una veritable ciutat completa: un bon mercat de treball, abundant oferta per al temps d’oci (gastronomia, art, espais verds...), barris segurs, estètica atractiva, un bon transport públic i amb total connectivitat, etcètera. Més que mai, el talent anirà allà on hi hagi creixement, però també allà on hi trobi la felicitat.

Barcelona

Barcelona s'emmarca totalment dins les ciutats creatives. Barcelona ha sabut invertir en recerca i indústria creativa, establint sistemes de suport a la investigació i a l’emprenedoria. Aquests tipus d’inversions en innovació i noves tec-

nologies són claus per conduir el creixement econòmic d’una comunitat. Per aconseguir avenços en aquest camp, Barcelona ha de continuar obrint camins per fer de la recerca, les idees, el disseny i la creativitat un mercat de productes sostenible. Cal que Barcelona s’apropi a l’economia global utilitzant un marc propici per al desenvolupament social i econòmic. Barcelona és i ha de ser un lloc receptiu a tot allò que aporta la immigració, ha d’estar atenta a les formes de vida alternatives i, en definitiva, a possibles canvis en l’estructura social.

En la lluita global per aconseguir el talent creatiu, cada cop se li donarà més importància a la qualitat de les ciutats. Més que mai, el talent anirà allà on hi hagi creixement, però també allà on hi trobi la felicitat

El creixement econòmic futur de Barcelona vindrà encapçalat per la creativitat; o sigui, que si volem incrementar-la cal treballar en la creativitat de cadascun dels seus ciutadans. El fet que el desenvolupament econòmic requereixi bàsicament de les habilitats i capacitats de creativitat dels homes em fa mirar de manera optimista el futur. El gran repte dels nostres temps –i de Barcelona també, clar– és trobar la manera de fer sortir la creativitat intrínseca de cadascun dels seus ciutadans. ■

*Text elaborat a partir de les respostes de l'autor a un breu qüestionari de *frc REVISTA DE DEBAT POLÍTIC*, en ocasió de la recent publicació de l’edició espanyola del seu darrer llibre. **Richard Florida** (Newark, 1957) és professor i director del *Martin Prosperity Institute* a la *Rotman School of Management* (Universitat de Toronto) i fundador i director de l’empresa privada de consultoria

Creative Class Group. És autor de *The Rise of the Creative Class, Cities and the Creative Class* i *The Flight of the Creative Class*. El seu darrer llibre, centrat entorn a la renovació urbana i la migració del talent, es titula *Who's Your City?*, i acaba de sortir publicat a Espanya sota el títol *Las ciudades creativas* (Paidós, 2009).

NOVETAT EDITORIAL

Municipàlia Reflexions al voltant de la gestió municipal a Catalunya

Com indica en el pròleg l’alcalde de Barcelona, Jordi Hereu, “per als socialistes, el municipalisme resulta essencial. Ho entenem com la manera d’introduir els valors polítics a la realitat més propera, com la transformació de la realitat a partir del contacte directe i sense intermediaris. Per als socialistes, el municipalisme és socialisme a peu de carrer”.

Municipàlia recull les experiències acumulades de qui ha gestionat durant anys un ajuntament, donant resposta als reptes sorgits arran de l’augment de la immigració, dels canvis que ha generat globalització econòmica o de l’evolució cap a noves formes de família.



PVP: 12 euros

SUMARI:

- Jordi Hereu** Pròleg
- Manuela de Madre** La participació ciutadana: una oportunitat per a l’enfortiment de la democràcia local
- Sixte Moral** Sentiment de pertinença i creixement
- Manuel Royes** La immigració, un fenomen global d’incidència local
- Jordi Valls** La realitat de la subsidiarietat
- Manel Mas** Impressions subjectives, i des de fora, sobre l’estat actual de l’hisenda local
- Daniel Terradellas** La gestió municipal dels ajuntaments de menys de 5.000 habitants