

Richard Florida:

“La Era de la Creatividad
necesita desarrollar el potencial creativo
de todos los trabajadores,
desde el oficinista hasta el informático”

Karen Christensen

Directora de *Rotman Magazine*.



Richard Florida es un reconocido gurú sobre creatividad. Catedrático de Política Pública de la George Mason University, científico de la Gallup Organization y miembro de la Brookings Institution, ha impartido cursos en la Carnegie Mellon University y ha sido profesor visitante en el MIT y en la Kennedy School of Government de Harvard. En esta entrevista habla de por qué el capital creativo se concentra en determinados lugares, del destino que les aguarda a las ciudades "de segunda" y de los peligros de un mundo en el que abundan cada vez más los que él llama "picos".

Karen Christensen: Por primera vez en la historia, las personas esperan trabajar en lo que les gusta y vivir en un entorno en el que puedan ser ellas mismas. ¿Cómo se ha llegado a esta situación?

Richard Florida: Eso se debe a la economía creativa. En el siglo xx la gente vivía y trabajaba en una economía industrial, a menudo relacionada con las manufacturas, de modo que tenía que vivir rodeada de materias primas y de grandes complejos de fábricas; trabajaba en lo que tenía que trabajar para ganar dinero. Todo esto empezó a cambiar a finales de los años cincuenta y a principios de los sesenta, cuando empiezan a surgir las industrias de alta tecnología. Con la revolución de la alta tecnología y la aparición de Silicon Valley, este cambio fue cada vez más pronunciado. En torno a 1980, la naturaleza de la economía industrial empezó a cambiar de modo significativo y la economía creativa entró en funcionamiento. Entre 1980 y hoy día se ha producido una auténtica explosión: sólo en Estados Unidos, unos 40 millones de personas trabajan en la economía creativa, lo cual mueve 2.000 millones de dólares –casi la mitad de todos los salarios que se pagan en el país–. Los 3,8 millones de trabajadores creativos que hay en Canadá hacen que este país tenga un porcentaje de personas que trabajan en la economía creativa aún mayor (25%) que el de Estados Unidos.

Durante este período, la naturaleza de nuestra economía ha cambiado de forma dramática. Una de las cosas buenas que esto ha supuesto es que muchos de nosotros –no todos, pero sí un porcentaje cada vez mayor– podemos trabajar en algo que nos resulta atractivo. A mis alumnos, lo primero que les pregunto es “¿Qué es lo que te gusta y lo que no te gusta de tu experiencia de trabajo hasta la fecha?” y “¿Qué esperas del sitio en el que vives?”. Nunca me responden cosas como

“No gano suficiente dinero”, sino más bien cosas del estilo de “No supone ningún desafío para mí”, “No tengo suficientes responsabilidades”, “Mi jefe me lo quiere controlar todo”, “No aprendo bastante”, etc.

Con la economía creativa, lo que ocurrió fue que, como la riqueza y el conocimiento empezaron a provenir de la mente de las personas y de su capacidad creativa, la naturaleza del puesto de trabajo dejó de ser la misma, como también dejó de serlo la naturaleza de lo que la gente esperaba del lugar en el que vivía. Estas dos cosas no tardaron en confundirse entre sí, hasta el punto de

“En torno a 1980, la naturaleza de la economía industrial empezó a cambiar de modo significativo y la economía creativa entró en funcionamiento”

que hoy día es cada vez más difícil diferenciar cuándo uno está trabajando de cuándo no lo está. Estas líneas divisorias que estaban perfectamente claras en la economía industrial se han vuelto borrosas hasta el punto de ser invisibles: cuando estás en el trabajo, parece que no estás trabajando, mientras que, cuando estás en casa, parece que siempre estás trabajando. En el fondo, esto se debe al auge de la economía creativa, que crea valor y riqueza, genera puestos de trabajo, innova con nuevas tecnologías y crea nuevos sectores solamente aprovechando las capacidades creativas de las personas.

Usted ha dicho que los miembros de la “clase creativa” global forman parte de un mercado de trabajo que les permite moverse por el mundo con libertad. ¿Dónde los podemos encontrar?

A diferencia de lo que defiende Thomas Friedman —que el mundo es plano y que la gente puede conectarse y estar presente desde cualquier parte del mundo—, lo que en realidad hacen los más de 150 millones de miembros de la clase creativa es migrar de una gran ciudad a otra. Su “mundo” está formado por una veintena de ciudades como Toronto, Vancouver, Nueva York, Washington, San Francisco, Chicago, Miami, Ámsterdam, París, Bangalore, Shanghái, Tokio, Sydney y Melbourne. Está claro que no es un mundo al que se pueda acceder tan fácilmente desde cualquier parte del planeta; de hecho, la gran ironía de la economía creativa global es que el mundo es cada vez más desigual, con más picos que nunca.

¿Qué tipo de trabajo tienen estas personas?

Buscan tres cosas. En primer lugar, un trabajo que las atraiga y que les suponga un desafío, que les deje responsabilidad para hacer su trabajo y que esté libre de las restricciones de la burocracia que todo lo quiere controlar, así como un mercado de trabajo con grandes posibilidades. En segundo lugar, buscan un lugar para vivir que también sea un reto. En estos momentos estoy trabajando con la Gallup Organization, realizando estudios en cientos de países del mundo, y estamos descubriendo que, cada vez más, la gente quiere vivir en un lugar con belleza natural. También quiere una baja tasa de criminalidad y buenos colegios, qué

“La gran ironía de la economía creativa global es que el mundo es cada vez más desigual, con más picos que nunca”

duda cabe, pero sobre todo quiere vivir en un sitio bonito, con parques estupendos y con una buena conservación de los edificios históricos. En tercer lugar, estas personas buscan un sitio en el que puedan ser ellas mismas.

Una de las invenciones clave de la Era de la Creatividad es que requiere que la gente utilice sus capacidades creativas e intelectuales individuales. Si echamos

la vista atrás, la gente que trabaja en el mundo del arte y el entretenimiento, la ciencia, la tecnología y la vida académica siempre ha tenido la capacidad de expresarse libremente. A veces se les consideraba excéntricos, bohemios o, incluso, un poco raros. La gente reclama cada vez más la capacidad de expresar libremente quién es.

¿Qué sectores ofrecen mejores perspectivas a la clase creativa?

Según nuestros cálculos, basados en las últimas previsiones de la Bureau of Labor Statistics (Oficina de Estadísticas Laborales), en los próximos diez años, la economía estadounidense creará 10 millones de nuevos puestos de trabajo en el sector creativo. De ellos, 950.000 estarán en el sector informático y 195.000 en ingeniería. Sin embargo, el mayor avance, con mucho, se producirá en el sector de la sanidad y la educación, con más de 3,5 millones de puestos de trabajo. El sector del entretenimiento, que incluye desde la música hip-hop hasta los videojuegos, producirá 400.000 empleos, el doble que el sector de la ingeniería. No obstante, en general, la competitividad económica en la Era de la Creatividad se basa en el desarrollo al máximo del potencial creativo de todos los trabajadores, desde el oficinista de almacén y el jardinero hasta el informático o el arquitecto.

En su obra *El mundo es plano*, Friedman sostiene que los efectos igualadores de la tecnología han creado un mundo “plano”, en el que se puede innovar sin tener que emigrar. ¿Está usted de acuerdo con esto?

Creo que Friedman ha efectuado grandes aportaciones al mundo, como digo en un artículo mío publicado en *Atlantic Monthly* [octubre, 2005]. Acertó de pleno en la mitad de la ecuación: el comercio más libre, los avances en las comunicaciones y en la tecnología y los avances en el transporte han hecho que el mundo sea mucho más “plano”, es decir, han permitido que la actividad económica se descentralice, se aleje de las antiguas regiones industriales de Norteamérica y de Europa y se desplace a un montón de sitios nuevos que antes no estaban verdaderamente integrados en la economía mundial. Por tanto, en ese sentido, esta increíble tendencia a la descentralización forma parte de la nueva economía global.

La importancia de dicha tendencia es innegable, pero, como en casi todo, lo que tenemos aquí es una relación dialéctica, de dos caras. Y la contra-tendencia es que, al tiempo que la economía global permite la descentralización de la actividad económica, si se eliminan

esas constricciones de ubicación, lo que ocurre es que la gente sigue concentrándose a unos niveles mucho mayores de lo que nunca lo había hecho antes. La contra-tendencia en la economía global es la cada vez mayor concentración de personas con talento, altamente cualificadas y preparadas.

Esto no es algo que haya descubierto yo; lo dijo el premio Nobel Robert Lucas en su ya clásico ensayo sobre los mecanismos del crecimiento económico. Ed Glaeser, un brillante economista de Harvard, ha demostrado la disparidad del capital humano, en el sentido de que, antes, en torno al 10% o al 12% de la población de todas las ciudades del Norte de África tenía un título universitario. Hoy día, ese porcentaje se eleva al 50% en algunas ciudades, mientras que en otras no llega al 10%.

Se puede observar la misma tendencia en los mercados de la vivienda. Joseph Gyourko, el gran economista inmobiliario de Wharton, ha demostrado la subida del precio de la vivienda en 15 "superciudades" de Estados Unidos. Sin embargo, la gente no se está yendo de estas superciudades megacaras para volver a Cleveland, Pittsburg o Saint Louis; no está abandonando Toronto o Vancouver para irse a otras ciudades canadienses. ¿A qué se debe esto, dado el gran coste que conlleva la vida en estas ciudades? Lo que ocurre es que nosotros, como seres humanos, conseguimos un enorme incremento de la productividad cuando nos situamos unos junto a otros. Cuando nos juntamos en ciudades concentradas y populosas como Toronto, Nueva York o Bangalore, aumentamos nuestra productividad; ése es el verdadero motor del crecimiento económico. Como resultado de ello, el mundo está desarrollando una veintena de picos.

Usted ha dicho que el desarrollo de estos picos en el mapa global es extremadamente preocupante. ¿Por qué? Por muchos motivos. Estos picos se están convirtiendo en los "polos de crecimiento" de la economía mundial, pero también están cada vez más desconectados por completo del resto de sus países. De hecho, lo que tenemos en realidad son dos economías mundiales: una economía de picos y una economía de depresiones. En lugar del mito del mundo plano, en el que la gente puede ubicarse en cualquier parte y participar, el mundo de picos es increíblemente irregular e inestable. Mi opinión es que debemos entender el mundo tal como es y no dejarnos seducir por ideas románticas sobre la globalización. Hay gente a la que le cuesta entender que el mundo puede ser a la vez llano y lleno de picos –es decir, que tiende a la descentralización y

a la concentración al mismo tiempo–, pero el mejor ejemplo de esta dualidad lo tenemos en China.

A nada que uno se pare a analizar la economía china, enseguida se da cuenta de que no es plana en absoluto: hay dos o tres picos principales, en Shanghái, en Pekín y en la Costa Este. Una vez trabajé con un alumno chino recogiendo datos a escala regional y descubrimos que literalmente todo el talento, las univer-

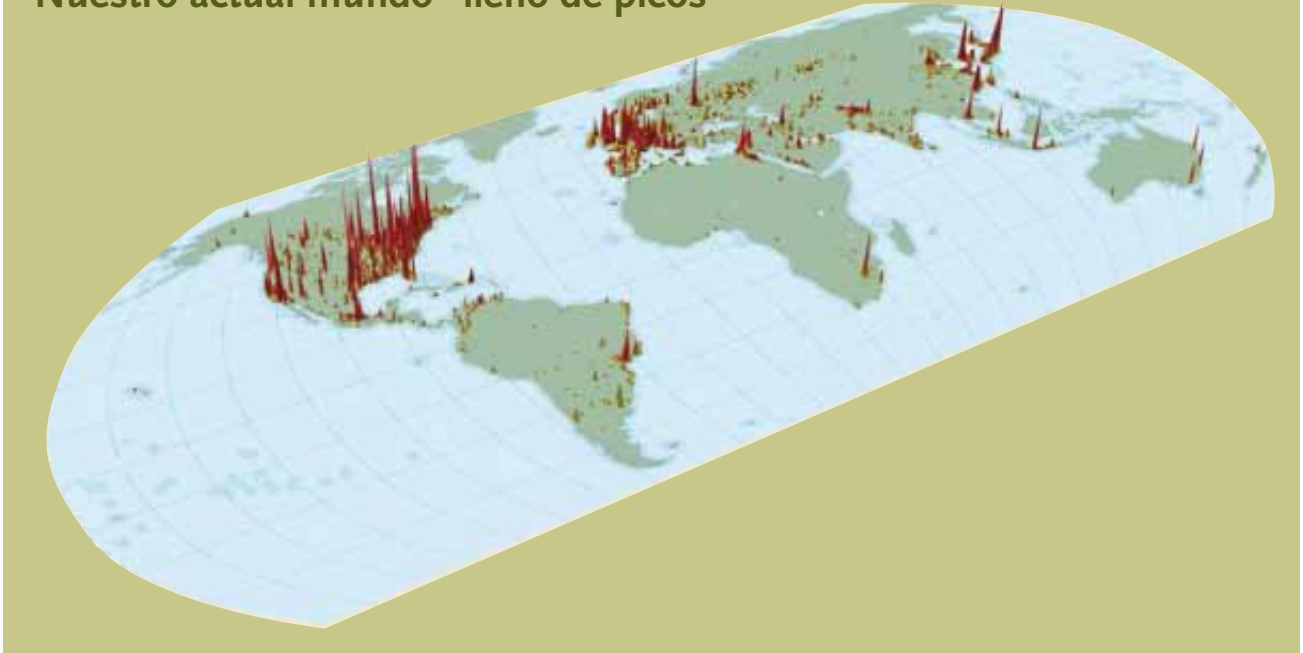
“La contra-tendencia en la economía global es la cada vez mayor concentración de personas con talento, altamente cualificadas y preparadas”

sidades, las personas creativas altamente cualificadas y la actividad económica se concentran en estos picos; luego está la China rural, que ya es otra historia. Cuando le pregunté a mi alumno, me dio una respuesta reveladora. Me dijo: “Profesor Florida, en Shanghái, donde soy yo, la gente como yo vive mucho mejor de lo que vive usted –tenemos un mayor nivel de vida–. Sin embargo, la gente de las zonas rurales vive en condiciones de pre-civilización”. A eso me refiero cuando hablo de los picos que está creando esta economía creativa global. Es algo que debe preocuparnos.

Desde un punto de vista global, ya no vamos a ser capaces de llevar una economía mundial si una proporción cada vez mayor de nuestro talento y de las personas creativas se agolpa en una veintena de picos urbanos. Vamos a tener que desarrollar instituciones que permitan a los mercados –y a las ciudades de segunda y de tercera categoría– absorber más gente creativa para construir sus economías. Hablando sobre esto con Jane Jacobs, que es genial, me dijo que Canadá, en realidad, sólo tiene dos o tres grandes ciudades y que la clave de su prosperidad de cara al futuro está en reforzar sus ciudades de segunda. Lo que yo intento defender es que, si no se controla, la economía creativa va a crear todavía más concentración, más densidad, más agrupamiento del talento y de la creatividad en unos cuantos picos, y más desigualdad. Por eso, va a hacer falta un auténtico esfuerzo global para construir nuevas instituciones que garanticen que las ciudades de segunda sean competitivas y ofrezcan oportunidades a la gente.

CUADRO I

Nuestro actual mundo "lento de picos"



Ésas que llama "ciudades de segunda", como Detroit, Nagoya y Ciudad de México, ¿verdaderamente tienen alguna posibilidad en la competencia global por el talento y la inversión?

Sí, pero sólo si asumen el desafío de forma activa. La mayoría de las ciudades de primera parecen bastante estables: Londres, Nueva York, París, Tokio (aunque estas dos últimas están cayendo un poco), San Francisco, Boston, etc. No obstante, está claro que en los últimos tiempos unas cuantas ciudades se han incorporado

"Nosotros, como seres humanos, conseguimos un enorme incremento de la productividad cuando nos situamos unos junto a otros"

a la lista: Washington, donde yo vivo, ha saltado a la palestra en los últimos diez o veinte años; Toronto siempre había sido un sitio estupendo para vivir y ofrecía una gran calidad de vida, pero ahora se ha convertido

en uno de los cinco principales centros creativos de Norteamérica; y Dublín, hace veinte años, era el sitio al que había que ir para tomarse una buena Guinness, pero hoy día se ha convertido en un auténtico centro de producción de *software*.

Estamos asistiendo a un cambio de posiciones en algunas de las ciudades que antes eran consideradas "de segunda". Fue una sorpresa para mí ver que Gyourko había incluido entre sus superciudades a Austin (Texas), que solía ser una apacible ciudad universitaria que se ha transformado en un importante centro tecnológico y de entretenimiento de la economía mundial. En Australia, ciudades como Sydney y Melbourne también han pasado a primera línea en los últimos veinte años. Incluso la pequeña ciudad de Wellington (Nueva Zelanda) está cobrando auge, debido principalmente a que se ha convertido en la sede principal del negocio de producciones cinematográficas de Peter Jackson, que genera miles de millones de dólares. Por tanto, la respuesta es que sí, las ciudades pueden cambiar su destino, pero sólo si verdaderamente ponen empeño en ello.

¿Qué es lo que hace que muchas ciudades de segunda no acaben de despegar?

Una cosa que no favorece a las ciudades de segunda es que verdaderamente *no quieren* hacer sitio a las clases

creativas. A pesar de lo que sus líderes dicen en público, en estas ciudades abundan los líderes que Jane Jacobs llama "aguafiestas". La verdad es que la economía de una de estas ciudades "pico" implica todo tipo de desafíos: los jóvenes tienen que estar comprometidos, al igual que las mujeres y la comunidad de gays y lesbianas; los artistas y la gente culturalmente creativa tienen que estar involucrados; y los empresarios también se benefician del impulso. Sin embargo, en muchos sitios les asusta este tipo de dinámica social y cultural. Los "aguafiestas" dicen: "No gracias, preferiríamos seguir con nuestro estilo de vida de los años cincuenta". Por eso, lo que hace falta es que las ciudades de segunda y de tercera acepten de verdad la era creativa. Tienen que hablar con los jóvenes, "conectar" con las mujeres, con los inmigrantes, con la población gay y lesbiana y con la comunidad artística y cultural, y transmitirles claramente el mensaje de que verdaderamente son necesarios para reconstruir la ciudad.

¿Cómo encajan los MBA con la clase creativa?


Es un verdadero dilema y pienso que lo que se está haciendo en la Rotman School bajo el mandato de Roger Martin es ayudar a redefinir el MBA de cara al futuro. Por desgracia –y digo esto con humildad, puesto que yo mismo doy clases en un programa de máster para profesionales–, el MBA ha sido considerado durante demasiado tiempo una garantía para conseguir una posición estable y segura en el mundo de la burocracia corporativa. Los programas de MBA estaban diseñados precisamente para eso, para crear promociones y promociones de gerentes y directivos para dirigir las antiguas corporaciones industriales. Como dice mi buen amigo Gary Hamel, una de las grandes aberraciones de la historia de la humanidad fue el auge de la gran corporación industrial: aunque cumplía muy eficientemente con su cometido –consistente en procesar información y en transformar la mano de obra en productos de consumo–, en muchos sentidos también deshumanizaba y alienaba a las personas. Ahora es el momento de rectificar: tenemos que cambiar el rumbo de las organizaciones y transformarlas para que sean más humanistas y valoren al individuo y su libertad para expresarse a sí mismo.

Hace algún tiempo, mi amigo Carl Schramm, de la Kauffman Foundation, llevó a cabo una investigación sobre las iniciativas y el espíritu empresarial. Llegó a la conclusión de que las iniciativas empresariales pro-

cedentes de las universidades no salían de las escuelas de negocios. ¿Por qué? Porque en las escuelas de negocios estaban demasiado ocupados formando a la siguiente generación de gerentes, mientras que la gente que intentaba inventar cosas o ser pionera en nuevas tecnologías procedía de la ingeniería o la ciencia,

**“Como dice mi buen amigo
Gary Hamel, una de las
grandes aberraciones de la
historia de la humanidad fue
el auge de la gran corporación
industrial”**

o de los programas de arte y cultura. También es importante saber cuántos de los grandes empresarios de nuestra sociedad son personas que nunca llegaron a terminar la universidad. No olvidemos que, hace ya tiempo, el gran Peter Drucker, ya difunto, predijo que, como institución, la universidad de investigación no sobreviviría al auge de la economía del conocimiento.

Creo que nos toca a nosotros reinventar el MBA para adaptarlo a la economía creativa. Ahora, en Rotman y en algunos sitios más han empezado a ponerse manos a la obra. Rotman es la escuela de negocios en la que yo siempre me fijo, porque lo que está haciendo es intentar reinventar el MBA para el siglo XXI, cosa que hace mucha falta. 

«Richard Florida: "La Era de la Creatividad necesita desarrollar el potencial creativo de todos los trabajadores, desde el oficinista hasta el informático"». © Rotman School of Management. Este artículo ha sido publicado anteriormente en *Rotman Magazine* con el título "Interview with a Creativity Guru: Richard Florida". Referencia n.º 3090.

Si desea más información relacionada
con este tema, introduzca el código 17741
en www.e-deusto.com/buscadorempresarial