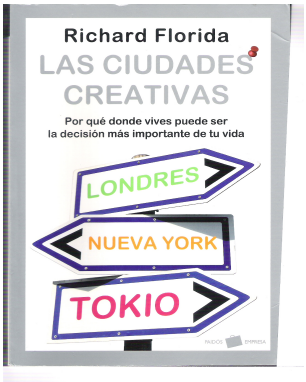
# La elección de tu vida: el lugar donde vivir

POR **FRANCISCO VACAS AGUILAR**

*Las ciudades creativas*
Richard Florida
Paidós, Barcelona, 2009, 368 p.
ISBN: 978-84-493-2204-4

Richard Florida es uno de esos economistas de referencia que trata de explicar el desarrollo socioeconómico desde una perspectiva nueva, analizando minuciosamente que papel juega la nueva 'clase creativa', formada por profesionales urbanos, artistas, creadores en general y bohemios.




Sus dos libros anteriores sobre el tema, *The rise of the creative class* (2002) y *The flight of the creative class* (2005), lo convirtieron en una suerte de estrella mediática a ambos lados del Atlántico. Su famosa tesis de las tres 'T' (tecnología, tolerancia y talento) como base para explicar el auge de determinadas ciudades y regiones y el declive de otras, se convirtió en una especie de fórmula avalada por las administraciones más progresistas de los Estados Unidos.



Fundación Telefónica

Telefónica

No obstante, las críticas a Florida se extienden a ambos lados del espectro ideológico en su país natal, ya que para los conservadores es inadmisible, por ejemplo, el papel que asigna al colectivo gay en el desarrollo o incluso -como sostiene en su último libro- en la revalorización de determinadas zonas urbanas; mientras que para otros, su discurso rezuma un elitismo que no refleja la verdadera composición socioeconómica de los EEUU, únicamente dirigido a 'pijos y yupies', parafraseando al propio Florida.

Lo cierto es que, ya sea por la fama o la relevancia de Florida, el hecho de no tener ninguna de sus obras traducida al español era ya del todo anormal y por eso es importante que Paidós se haya decidido a publicar su último libro, originalmente titulado *Who´s your city?* y convertido aquí en *Las ciudades creativas*, título más relacionado con sus dos anteriores obras que con la actual.

**Un manual de economía urbana**

La tesis básica de *Las ciudades creativas* es que la elección del lugar donde vivir es la más importante que una persona afronta a lo largo de su vida; más que la elección del trabajo o de la pareja (!). Obviamente, esta idea no deja indiferente a nadie, ya que trastoca la visión convencional sobre las prioridades vitales de los individuos y abre todo un debate sobre qué condiciones debe reunir un lugar para ser elegido como residencia.

El libro está centrado en los EEUU, un país donde casi 40 millones de personas (prácticamente la población de España) se mudan de ciudad anualmente, lo que explica la importancia de esta decisión, bajo una perspectiva económica, social e incluso de autorrealización personal.

Las ideas y conclusiones a las que llega Florida a lo largo de los dieciséis capítulos de fácil lectura que forman el libro están respaldadas con numerosos datos estadísticos, lo que a priori podría convertirlo en un manual de economía urbana, aunque sin desdeñar la faceta de 'libro de autoayuda para encontrar el sitio adecuado', que el propio Florida asume como válida y que, sin duda, es la que más estimula las ventas.

Para el lector poco avezado en la economía regional estadounidense o en las nuevas condiciones sociales del país en este principio de siglo, la lectura puede resultar un poco aburrida, ya que la referencia a ciudades, Estados y corredores industriales es constante. Aunque quizá las conclusiones más interesantes del libro se extraigan de aquéllas, ya que contradicen muchos prejuicios popular y académicamente extendidos sobre el perfil socioeconómico de los EEUU.

En este sentido, los argumentos más poderosos de todo el libro los encontramos en la primera parte, donde se cuestiona abiertamente la conocida tesis de Friedman sobre que el mundo es plano: la triple convergencia de factores tecnológicos, de gestión empresarial y horizontal, junto a la integración al comercio mundial de países antaño cerrados como China, India y Europa del Este, están efectivamente 'allanando el mundo'.



Fundación Telefónica
Telefónica

## La ubicación geográfica como factor de la economía global

Para Florida, el mundo -lejos de aplanarse- cada día es más puntiagudo, ya que las actividades de alto valor añadido se concentran en unas pocas mega-regiones y ciudades, externalizándose al resto (los valles) las de bajo valor añadido.

Con todo, la idea más paradójica que encontramos en Florida -y en este libro en concreto- es que, pese a las predicciones sobre la irrelevancia de la localización, debido al auge de las Tecnologías de la Información (TI) y el desarrollo de infraestructuras de comunicación (aeropuertos, líneas de alta velocidad, etc.), «la ubicación geográfica sigue siendo un factor esencial en la economía global» (p. 285).

En resumen, para aquellos que desconozcan la obra de Florida, este libro sirve bien de iniciación ya que refleja buena parte de las tesis que lo han convertido, sin duda, en una estrella que trasciende el ámbito académico. Aunque para un estudio más exhaustivo deberán recurrir a sus obras anteriores, que incomprensiblemente siguen sin estar disponibles en español.

La traducción del libro está muy lograda respecto al original, teniendo en cuenta la dificultad de traducir conceptos socioeconómicos plenamente norteamericanos, aunque choca un poco que se hayan traducido términos como *blog* (bitácora) y *on line* (en línea), tan integrados a estas alturas en el vocabulario general español que para el lector medio les resultan más incomprensibles los términos traducidos que los originales; algo a tener en cuenta para futuras ediciones del libro.



Fundación Telefónica
Telefónica