



Desde Canadá

Un lugar para cada persona

Elegir la ciudad en la que viviremos es la decisión más importante e influyente de nuestra vida, asegura el escritor Richard Florida. En su libro, *Las ciudades creativas*, se atreve a decir que hasta determina nuestro grado de felicidad.

Dime dónde vives y te diré quién eres. Y no sólo eso, también te diré qué oportunidades laborales y económicas tienes y cuántas posibilidades de encontrar pareja y amigos. El lugar de residencia no sólo influye en el éxito profesional y económico, y en las redes sociales que se establecen, sino que afecta a todos los aspectos de nuestra existencia e incluso determina hasta qué grado se puede llegar a ser feliz. Así lo asegura el norteamericano Richard Florida, considerado uno de los grandes intelectuales de la actualidad por sus teorías sobre urbanismo y crecimiento económico, en su último libro *Las ciudades creativas*. Por qué donde vives puede ser la decisión más importante de tu vida.

Richard Florida, quien también dirige el Martin Prosperity Institute en la Facultad de Gestión de Negocios de la Universidad de Toronto, se hizo conocido por su teoría sobre la “clase creativa”, que presentó en el best seller: *The Rise of the Creative Class*. Para él, las ciudades que concentran a los talentos más destacados tienen lo necesario para desarrollarse económicamente. Así, se fomenta un entorno abierto y dinámico, que a su vez atrae a más empresas y a más personas con un alto grado de capacitación, y se

potencia la prosperidad y el éxito de esa área. Además, asegura que, contrario a la idea de un mundo globalizado cada vez más chato, la localización es fundamental. La teoría de que podemos ser igual de eficientes trabajando desde cualquier lugar recóndito del mundo, siempre que dispongamos de teléfono e Internet, para él es errónea. Hoy por hoy, los factores de desarrollo económico –es decir, la clase creativa–, no están distribuidos de manera uniforme, sino que se aglutinan en ciertas regiones. “La fuerza de concentración permite que seamos más productivos, lo que a su vez hace que los lugares en los que vivimos también lo sean, generando un incremento en la producción y la riqueza”, dice.

–¿Quiénes integran esta clase creativa?

–El término clase creativa describe a 150 millones de trabajos en el mundo entero y es la fuerza central del crecimiento económico a futuro y la prosperidad. Esta clase agrupa dos tipos de trabajadores: los profesionales creativos, que son los clásicos trabajadores basados en el conocimiento, entre ellos, quienes trabajan en la asistencia sanitaria, los negocios y las finanzas, el sector legal y la educación. También está el núcleo de los supercreativos, que son los científicos, ingenieros, fanáticos de las tecnologías, innovadores e investigadores, así como los artistas, diseñadores, escritores y músicos.

–En estos tiempos de globalización, ¿puede explicar en qué sentido importa el lugar físico?

–En Las ciudades creativas, describo la importancia que tiene la ubicación en la economía global y cómo está creando un mundo puntiagudo. Elegir el lugar donde queremos vivir es la decisión más importante de nuestras vidas. Tiene un profundo impacto en los trabajos que podremos encontrar y a los que tengamos acceso, en el camino que toma nuestra carrera profesional, nuestras redes sociales, nuestra familia y nuestro estilo de vida, y, en última instancia, la riqueza que acumulemos, así como nuestra felicidad en general. La proximidad física proporciona, y en abundancia, tanto la comunicación cara a cara como el intercambio de información y la colaboración necesarios para innovar y mejorar la productividad. El trabajo creativo depende, en gran medida, del conocimiento innato del tipo que sólo puede encontrarse en y entre las mentes de las personas. Las redes sociales son las conexiones humanas que hacen posible que personas y empresas compartan esa información vital.

–¿Podría ahondar en su teoría del mundo puntiagudo, contraria al “mundo plano” de Thomas Friedman?

–La actividad económica se está concentrando en un grupo selecto de megaregiones, que son nuevas y se trata de unidades económicas increíblemente poderosas. Una megaregión es un área en la que se realiza una actividad económica y de negocios a gran escala, generando así una parte de la actividad económica mundial e incluso una parte más grande de la innovación y los descubrimientos tecnológicos del mundo. En todo el Planeta, sólo hay unas 40 megaregiones, donde habita un quinto de la población total, se generan dos tercios de la producción económica mundial y el 85% de toda la innovación. Comparándolas entre ellas, estas regiones son relativamente planas, compiten entre sí por las tecnologías y por un puesto más alto en la economía global. Sin embargo, la brecha entre las megaregiones y el resto del mundo es extremadamente puntiaguda.

–¿De qué manera se beneficia una ciudad al tener clase creativa? ¿Y qué puede hacer para evitar que su clase creativa se mude a otro lado?

–Como decía, la clase creativa es la fuerza central del crecimiento económico a futuro. Para que un lugar prospere en la Era de la Creatividad, las comunidades deben encarar la economía global con un plan sistémico para el desarrollo de la comunidad y la economía. En *The rise of the creative class*, presenté el plan de las 3T para el desarrollo económico, que les brinda a las comunidades una estrategia para posicionarse y crecer dentro de la economía globalizada. Básicamente, para prosperar, una ciudad necesita: Talento, Tecnología y Tolerancia (ver recuadro).

–¿Qué aspectos aconseja tener en cuenta al evaluar cuál es el mejor lugar para vivir?

–Lo principal es tener presente que cuando se trata del sitio, al igual que en todos los aspectos importantes de la vida, no se puede tenerlo todo. La realidad es que habrá que sacrificar una cosa por otra. Muchos, si no todos los que se mudan en pos de una mejor carrera dejan atrás la alegría de estar cerca de la familia y los amigos de toda la vida. Quienes elijamos quedarnos cerca de nuestros seres queridos, probablemente, estaremos renunciando a oportunidades económicas. Lo importante es establecer cuál es la prioridad para cada uno y para el estilo de vida que se desea (ver recuadro).

–En su teoría de la importancia de la ubicación, llega incluso a asegurar que el lugar donde se elige vivir determina la felicidad de una persona. ¿Podría explicarlo?

¿Cuáles son las características de un sitio que pueden hacernos más o menos felices?

–Hemos llegado a dar por sentado que las comunidades han de satisfacer las necesidades básicas. Damos por descontado que el agua fluirá cuando abramos la canilla o que nuestra basura ya no estará en el contenedor a la mañana siguiente de haberla depositado. Sin embargo, por suerte o por desgracia, hemos subido el listón. Para poder ser felices de verdad, queremos y necesitamos más, y dos nuevas necesidades encabezan la lista: la estética y la apertura. Y son necesidades, no son lujos. Es lo que hemos aprendido a esperar de nuestras comunidades. Esto se desprende de una encuesta que realizamos junto con Gallup sobre la ubicación y la felicidad, en la que participaron 27.000 personas. Nuestro equipo de investigación identificó cinco factores principales que asocian la felicidad con el lugar de residencia: oportunidad, servicios básicos, liderazgo, valores y estética (ver recuadro).

Ciudades para todos los gustos

La población del siglo XXI es la más móvil en la historia de la humanidad. Como nunca antes, tenemos la posibilidad de elegir el lugar donde queremos vivir. No se trata de algo que fija el destino, y esto no es un dato menor. Es importante tener en cuenta que sobre gustos no hay nada escrito, y que lo que hace feliz a uno no tiene por qué hacer felices a todos. Lo que es más, una persona cambia de necesidades según los ciclos de su vida. Por suerte, hay ciudades de todos los tipos: las hay con mercados laborales en apogeo; otras se destacan en los servicios básicos, como la educación o la seguridad; algunas son el paraíso de los solos y solas; y otras están más enfocadas a la vida familiar. Como bien dice Florida, a la hora de potenciar al máximo todas las posibilidades, se trata de no dar por sentado nuestro lugar de residencia. “El sitio donde vivimos es cada vez más

importante para todas las facetas de nuestras vidas. Nos debemos a nosotros mismos el reflexionar sobre la relación entre la ubicación geográfica y nuestro futuro económico, así como sobre nuestra felicidad personal, de un modo más sistemático y, probablemente, distinto”, cierra.



Cualidades de las ciudades que nos hacen felices

Oportunidad: ¿Acaso nuestra ciudad ofrece las posibilidades de establecer relaciones, el negocio adecuado o de encontrar una pareja?

Servicios básicos: ¿Cómo es la infraestructura básica? ¿Y el tipo de viviendas es el adecuado? ¿Funciona el transporte público, son buenos los colegios?

Liderazgo: Nos importan las cualidades de los líderes de nuestra ciudad.

Valores: Que el lugar nos permita ser nosotros mismo, que sea abierto y que comparta aquellos valores que cada uno de nosotros sostiene.

Estética: también afecta nuestra felicidad si el lugar es bonito, si resulta estimulante pasear por sus calles y barrios.

Tu lugar ideal

A la hora de elegir una ubicación donde establecerse, Richard Florida recomienda seguir los siguientes pasos:

1-Ordená tus prioridades. Determiná qué es lo importante para vos y para el estilo de vida que querés llevar.

2-Creá una breve lista. ¿Qué sitios encajan con tus necesidades y tus deseos?

3-Evaluá utilizar un “Buscador de lugar”. Probá el que tenemos en www.whos-yourcity.com

4-Hacé la tarea: ¿Cómo está el mercado laboral? ¿Cuál es el sentimiento del público según lo que transmiten los diarios? Hablá con gente de esa ciudad.

5-Evaluá: ¿Qué te ofrece tu ubicación? ¿Un fácil acceso a tu lugar de trabajo (si eso es importante para vos)? ¿O un estilo de vida de primera categoría (acceso a actividades artísticas o al aire libre, buen servicio de transporte público, etc.)?

6-Corroborá lo básico: Determiná si el lugar ofrece servicios de salud, seguridad, educación y de vivienda. Analizá también qué calidad tienen.

7-Averiguá los valores. ¿Los precios del lugar en cuestión coinciden con los tuyos?

8-Cotejá tu lista de prioridades con lo que encontraste. ¿Coinciden?

9-Visitá la ciudad. Hablá con la gente por la calle.

La estrategia de las 3T

Cómo se aplica, según Richard Florida, en el caso concreto de la Argentina:

Talento: la fuerza impulsora detrás de cualquier estrategia económica son las personas talentosas. Vivimos en tiempos más móviles que nunca. La gente, especialmente el talento más creativo, se mueve mucho de lugar en lugar. La habilidad de una comunidad de atraer a los talentos más destacados es la clave determinante de la era creativa. A medida que la economía global se hace más competitiva, la Argentina, al igual que otras naciones a su par, debe afrontar el desafío de atraer y retener a las personas más capaces, así como asegurarse de ofrecer las oportunidades educativas y de capacitación para mantenerse competitiva.

Tecnología: La innovación y la tecnología son componentes cruciales para que una comunidad o una organización tengan la capacidad de desarrollarse económicamente. Para ser exitosas, estas entidades deben encontrar los caminos necesarios para transformar las investigaciones, ideas e innovaciones en productos comercializables y sostenibles. Las universidades en la Argentina tienen en esto un rol primordial, deben proveer la infraestructura necesaria para la innovación y para la transferencia de creatividad y tecnología.

Tolerancia: la prosperidad económica depende de la creatividad cultural, empresarial, cívica, científica y artística. Los trabajadores creativos con estos talentos necesitan comunidades, organizaciones y pares que estén abiertos a nuevas ideas y a gente diferente. La Argentina debe ser un lugar receptivo a la inmigración, a estilos de vida alternativos, a nuevos enfoques sobre el estatus social y la estructura de poder.