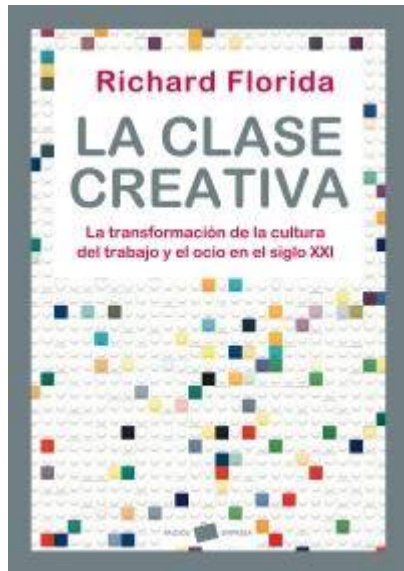


PUBLICADO EN CASTELLANO EL LIBRO “LA CLASE CREATIVA”, DE RICHARD FLORIDA

Posted on 03/02/2010 by Naider



Una nota breve para anunciar la reciente publicación en castellano del libro [La clase creativa](#), de [Richard Florida](#), publicado originalmente en inglés en 2002. **Paidós** ha editado este libro dentro de una serie que acaba de lanzar sobre los pensadores más influyentes para afrontar los retos de 2010, entre los que destacan [Mundo consumo](#) de [Zygmunt Bauman](#), [La civilización empática](#), de [Jeremy Rifkin](#) o [Hacia el abismo](#), de [Edgar Morin](#).

Ya hemos comentado en este blog suficiente sobre Richard Florida y las [ciudades creativas](#), un autor que tuvo la virtud de dar forma a una serie de conceptos y presentarlos de forma estructurada, elementos que al presentarlos hacen que suene obvio -como pasa casi siempre- pero que en su momento supuso una importante contribución para las teorías sobre el desarrollo económico regional y urbano. Con el tiempo, sus críticos han ido creciendo, de forma paralela a su éxito y [caché como conferenciante](#), mezclándose argumentos de fondo con otros más ad hominem (como en sus [disputas con Joel Kotkin](#)). Incluso en el prólogo a la edición inglesa de 2004 el autor incluyó una especie de pliego de descargo a las críticas que tradicionalmente ha recibido, especialmente en cuanto a su falta de reconocimiento de las evidentes tendencias de desigualdad que generan las políticas activas de promoción de la clase creativa.

Leer el libro ahora, tras varios años tras la versión inglesa, sirve para descubrir que hay contenidos que quizá han pasado desapercibidos y son menos conocidos en la aproximación de Richard Florida a la descripción de las actuales tendencias sociales y de organización del trabajo. En especial, el libro adelantó algunas tendencias relacionadas con lo que llama "[agentes libres](#)", como tipología emergente de trabajadores protagonistas de esa clase creativa, con formas alternativas de acercarse a la relación con la empresa, con el tiempo de ocio, etc.

Hoy Florida está preparando su próximo libro, [The great reset](#), en el que se centra en cómo la actual crisis económica va a suponer una completa modificación de la geografía económica urbana en los Estados Unidos, pero de mientras conviene recordar cómo también se están poniendo en cuestión algunas de las premisas de la economía creativa: los procesos de [gentrification](#) que se han producido en la última década (como en el [caso de Hamburgo](#)), el determinismo de la [aplicación práctica](#) de algunas de sus [recetas](#), la perfecta coexistencia de políticas de promoción de la clase creativa con [problemas sociales de desigualdad](#), etc.

Índice

1. La transformación de la vida cotidiana

Primera parte. La era creativa

2. El espíritu creativo

3. La economía creativa

4. La clase creativa

Segunda parte. Trabajo

5. El taller de estructuras metálicas y la peluquería

6. El mercado laboral horizontal

7. El puesto de trabajo sin corbata

8. La gestión de la creatividad

9. El túnel del tiempo

Tercera parte. La vida y el tiempo libre

10. Una vida colmada de experiencias

11. La gran metamorfosis (un desahogo)

Cuarta parte. Comunidad

12. El poder de la ubicación

13. La geografía de la creatividad

14. Tecnología, talento y tolerancia

15. Del capital social al capital creativo

16. Construir la comunidad creativa

17. La clase creativa madura

Apéndice A: De dónde han salido los números

Apéndice B: Información sobre las actualizaciones

Apéndice C: El Manifiesto de Memphis

https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=WavTSjjkLOU

There are no comments yet.