

NUEVAS TENDENCIAS SOCIOECONÓMICAS EN LOS ESPACIOS URBANOS. LAS ACTIVIDADES CREATIVAS EN LA AGLOMERACIÓN METROPOLITANA DE SEVILLA *

Caravaca Barroso, I.

caravaca@us.es

González Romero, G.

gemagonzalez@us.es

Universidad de Sevilla

García García A

agargar1@upo.es

Universidad Pablo de Olavide

Resumen: Desde hace unos años, están despertando un creciente interés las actividades ligadas a la creatividad, al considerar que pueden contribuir tanto a la competitividad como al desarrollo de los territorios. Junto a lo anterior, la profunda crisis económica que nos afecta está poniendo en cuestión los fundamentos del modelo de funcionamiento económico territorialmente agresivo ahora dominante. En este contexto general de referencia, el objetivo de esta comunicación es analizar el comportamiento de las actividades creativas en la aglomeración metropolitana de Sevilla.

Palabras clave: Sociedad del conocimiento, Economía creativa, Actividades creativas, Aglomeración metropolitana de Sevilla.

NEW SOCIO-ECONOMIC TENDENCY IN URBAN AREAS. CREATIVE
ACTIVITIES IN THE METROPOLITAN AGGLOMERATION OF SEVILLE

Abstract: Creative activities are objects of attention because they can contribute both to the competitiveness and to the development of the territories. The deep economic crisis is putting in question the foundations of the current econo-

* Este trabajo se integra en el Proyecto de I+D+i del Ministerio de Ciencia e Innovación «Las regiones metropolitanas españolas en la sociedad del conocimiento: Tendencias económicas y transformaciones territoriales» (CSO2009-10888).

mic dominant model, characterized for being spatially aggressive. In this general context of reference, the aim of this paper is to analyze the creative activities in the metropolitan agglomeration of Seville.

Key words: Knowledge Society, Creative Economy, Creative Activities, Metropolitan Agglomeration of Seville.

1. INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años se está produciendo un fuerte debate acerca de la creatividad. Algunos estudiosos entienden que «ha entrado en el razonamiento de la economía solamente por su capacidad de ser generadora de la innovación y, por ende, precursora del cambio tecnológico» (Throrsby, 2001, p. 107), pero hay otros que centran la atención en su capacidad para promover el desarrollo de ciudades y territorios (Bayliss, 2007; Cooke and Lazzaretti, 2008; Pratt, 2008; Evans, 2009; Foord, 2009).

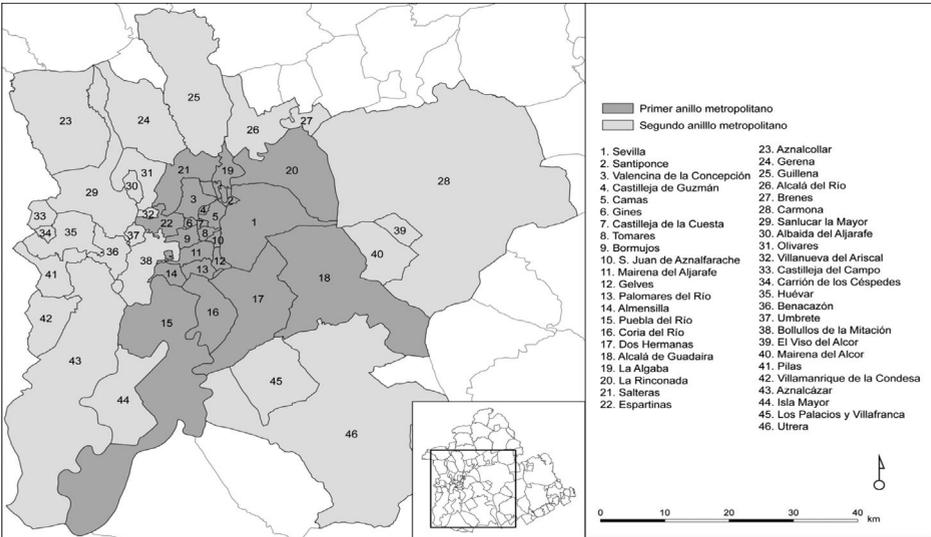
En este último sentido, se destaca el papel de la creatividad entendiendo que se trata de un recurso intangible, en buena medida asociado a la cultura, que puede contribuir decisivamente a la integración de empresas y territorios en la *sociedad del conocimiento* (Caves, 2000; UNCTAD, 2008; Comisión Europea, 2010...).

Así, si la *economía del conocimiento* adquirió el protagonismo que aún mantiene durante el decenio de los noventa, ahora la atención también se focaliza en la llamada *economía creativa* (De Propriis and Hypponen, 2008; Evans, 2009), al entender que puede constituir una de las bases de las políticas socioeconómicas y culturales de determinadas ciudades, hasta el punto de que hay quien la considera no sólo una realidad sino también un mito (Van Heur, 2009). De este modo, cobra especial interés la identificación de las actividades creativas en los espacios urbanos, al ser en ellos donde su presencia suele ser más destacada, lo que ha derivado en la utilización de la categoría conceptual de *ciudad creativa* (Landry, 2000; Hospers, 2003; Costa, 2008; Florida, 2009). Junto a lo anterior, la profunda crisis económica, que viene afectando en los últimos años a buena parte de los países occidentales, está contribuyendo a poner en cuestión los fundamentos del modelo económico hasta ahora imperante, al estar basado en el excesivo protagonismo de sectores intensivos en el uso de recursos genéricos, como es el caso del trabajo barato, mientras no pone en valor aquellos otros intangibles que son específicos al estar estrechamente relacionados con la historia y la cultura de cada ámbito. Ante esta situación, es necesaria la búsqueda de alternativas de desarrollo fundamentadas en la puesta en valor de otro tipo de recursos, como el conocimiento y la creatividad, considerados ahora básicos para superar la crisis y consolidar nuevos modelos económicamente competitivos, ambientalmente sostenibles y territorialmente equilibrados. En este contexto general de referencia, el objetivo de esta comunicación es analizar las actividades creativas en la aglome-

ración metropolitana de Sevilla. Se parte de la base de que la identidad cultural de este ámbito, y los numerosos eventos y manifestaciones asociadas a ella, podrían sustentar el crecimiento de al menos una parte de las actividades clasificadas como creativas, de tal forma que pudieran contribuir a la conformación de una alternativa al modelo económico territorialmente agresivo que ha predominado en las últimas décadas. Como han señalado algunos estudiosos, son los recursos locales, incluyendo entre ellos los ligados a la propia identidad cultural, los que debieran sustentar el modelo de desarrollo de ciudades y territorios (Mas, 2009).

Las fuentes utilizadas para llevar a cabo esta investigación son, por una parte, la afiliación a la Seguridad Social a 31 de diciembre de 2009 (Tesorería General de la Seguridad Social), con datos disponibles sobre número de empresas y de trabajadores y, por otra, los nuevos contratos registrados en el Instituto Nacional de Empleo durante el año 2009, con información sobre modalidades de contratos y nivel académico de los trabajadores contratados. Es de lamentar que no se haya podido disponer de información sectorial suficientemente desglosada, ya que, debido al secreto estadístico, sólo se nos ha proporcionado información a dos dígitos de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE). Esto ha provocado que se incluyan con algunas actividades creativas otras que no lo son, es el caso, de las de *ingeniería* y *estudios de mercado*. Además, ha imposi-

FIGURA 1. Municipios que conforman la aglomeración metropolitana de Sevilla



Fuente: Consejería de Vivienda y Ordenación del Territorio. Junta de Andalucía, 2009. Elaboración propia.

bilitado realizar análisis evolutivos al no coincidir las agrupaciones establecidas en las CNAE de 1993 y 2009¹.

Para la identificación de las actividades creativas se ha utilizado como referencia la propuesta realizada por Naciones Unidas (UNCTAD, 2008). Dicha clasificación ha tenido que ser adaptada a la información disponible en función de las agrupaciones de actividad de la CNAE 2009.

Se ha utilizado como ámbito territorial de referencia la delimitación realizada en el Plan de Ordenación del Territorio de la Aglomeración, que incluye 46 municipios (Consejería de Vivienda y Ordenación del Territorio. J. de Andalucía, 2009) (Fig. 1).

2. LAS ACTIVIDADES CREATIVAS EN LA AGLOMERACIÓN METROPOLITANA DE SEVILLA

La aglomeración metropolitana de Sevilla ocupa una superficie de 4.900 Km² e incluye a una población de 1.508.605 habitantes (Padrón Municipal de Habitantes, 2010). Las debilidades estructurales y las malas prácticas coyunturales que han venido obstaculizando el proceso de desarrollo en esta Comunidad Autónoma, han afectado también a la aglomeración, haciendo necesario un gran esfuerzo de las empresas, de las instituciones y de la sociedad en su conjunto para superar los problemas derivados de tal circunstancia (Caravaca-García, 2009). En estrecha relación con lo anterior, resulta imprescindible la puesta en valor de todos los recursos disponibles, y muy especialmente los vinculados a la creatividad, sustentados en parte en manifestaciones culturales de fuerte presencia en el área.

Centrando la atención en las actividades clasificadas como creativas, en la aglomeración metropolitana de Sevilla eran 2.164 empresas las que daban empleo a 28.655 trabajadores en 2009, suponiendo un 4,15% y un 5,13% del total de la economía. Se trata, pues, de actividades poco significativas en la economía del área (Cuadro 1). Como se observa en el cuadro 1, dentro de las actividades creativas destacan sobre todo las de *Arquitectura e ingeniería*, con 882 empresas y 11.676 trabajadores, superando en ambos casos el 40% de las mismas; a bastante distancia, les siguen en importancia las de *Publicidad y estudios de mercado*, con un total de 358 empresas que dan empleo a 4.370 trabajadores (16,54% y 15,25% de las actividades creativas); se trata en ambos casos de grupos que integran actividades a las que puede cuestionarse su condición creativa (*ingeniería y estudios de mercado*). Teniendo en cuenta lo

¹ Es necesario señalar que el trabajo que aquí se presenta sólo recoge algunos de los primeros resultados de un proyecto de investigación que está en curso de realización. Este hecho, junto a la normativa establecida por el Congreso, ha resultado determinante para limitar los contenidos de esta comunicación al análisis de la información cuantitativa antes citada.

anterior, resulta especialmente reseñable el peso de las ramas de *Artes gráficas y reproducción de soportes grabados* (10,4% de las empresas y 6,66% de los trabajadores), *Diseño y fotografía* (9,29% y 9,83% respectivamente), *Cine, televisión y música* (6,28% y 9,10%) y *Creación artística y espectáculos* (6,05% y 8,13%), todas ellas identificadas como creativas y algunas especialmente relacionadas con manifestaciones culturales propias del ámbito.

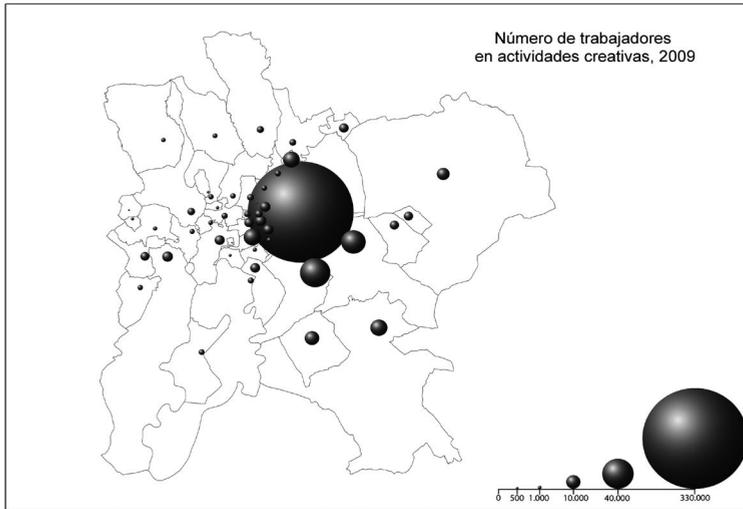
CUADRO 1. *Actividades creativas en la aglomeración metropolitana de Sevilla (2009)*

ACTIVIDADES	EMPRESAS	PORCENTAJE	TRABAJADORES	PORCENTAJE
Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	225	10,40	1.908	6,66
Edición	148	6,84	1.860	6,49
Cine, televisión, música, etc.	136	6,28	2.608	9,10
Programación y emisión de radio y televisión	41	1,89	657	2,29
Arquitectura e ingeniería	882	40,76	11.676	40,75
Publicidad y estudios de mercado	358	16,54	4.370	15,25
Diseño, fotografía...	201	9,29	2.817	9,83
Creación artística y espectáculos	131	6,05	2.330	8,13
Bibliotecas, archivos y museos	42	1,94	429	1,50
	2.164	100	28.655	100
ACTIVIDADES CREATIVAS	2.164	4,15% del total actividades	28.655	5,13% del total actividades
ACTIVIDADES BASADAS EN EL CONOCIMIENTO	7.701	14,77% del total actividades	135.708	24,30% del total actividades
TOTAL ACTIVIDADES	52.124	100	558.550	100

Fuente: Tesorería General de la Seguridad Social.

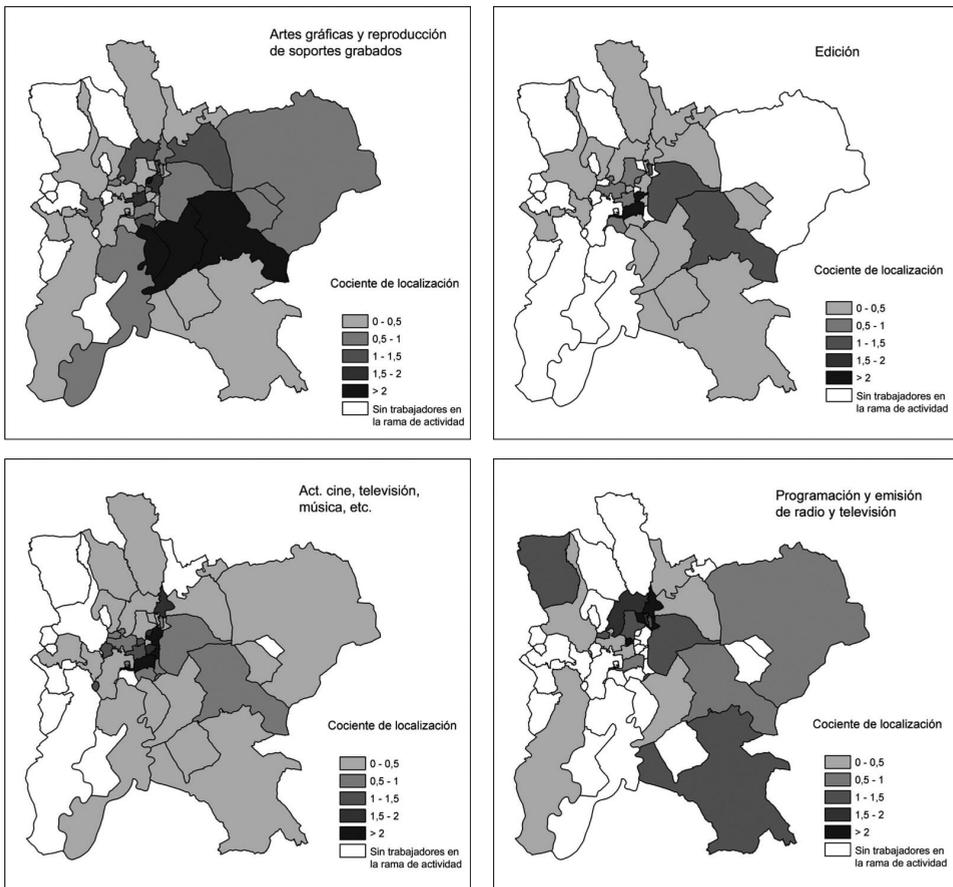
Por lo que se refiere a su comportamiento territorial, la concentración es muy alta en la ciudad de Sevilla, evidenciando su condición de núcleo central de la aglomeración. A considerable distancia de la anterior, destacan así mismo los municipios de Dos Hermanas y Alcalá de Guadaíra, en estrecha coincidencia con las pautas de localización seguidas por las actividades económicas en su conjunto (Figura 2).

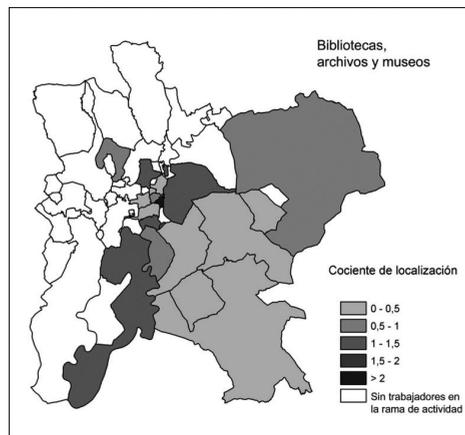
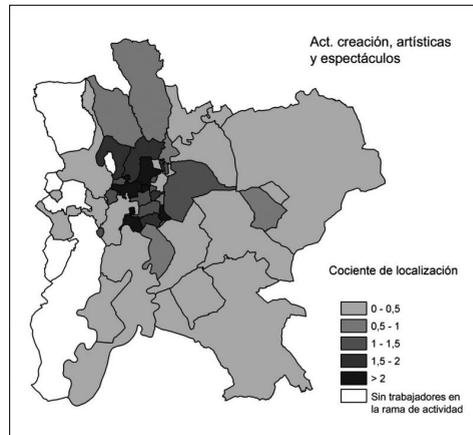
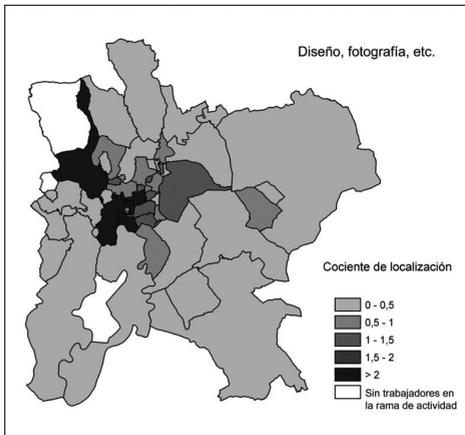
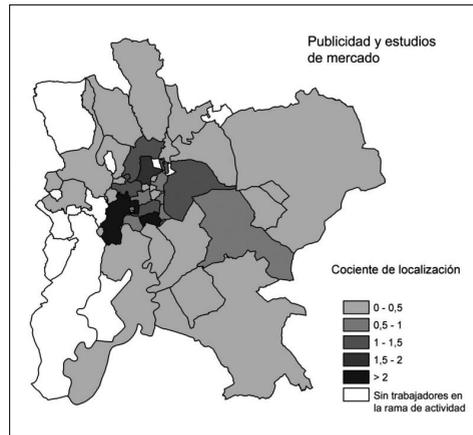
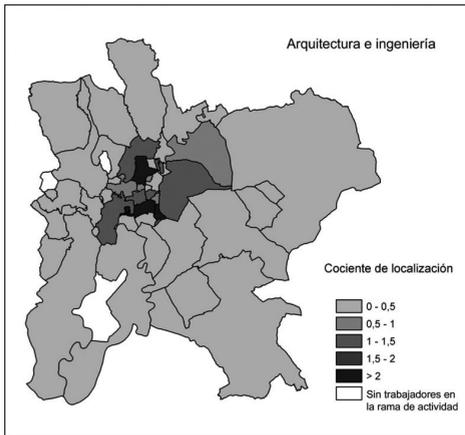
FIGURA 2. Trabajadores en actividades creativas (2009)



Fuente: Tesorería General de la Seguridad Social.

FIGURA 3. Cociente de localización de actividades creativas (nº de trabajadores 2009)





Fuente: Tesorería General de la Seguridad Social.

Para poder matizar las diferencias territoriales, se ha analizado el grado de especialización en cada uno de los nueve grupos que conforman las actividades creativas, utilizando para ello los cocientes de localización del empleo. Según muestra la figura 3, en general, los valores del cociente no son muy altos, lo que es lógico si se tiene en cuenta lo limitado de su peso en la economía del ámbito. Cabe realizar, sin embargo, algunas matizaciones de interés. El grado de especialización de Sevilla capital destaca prácticamente en todas las actividades. Como contrapunto a lo anterior, no existen actividades creativas en buena parte de los municipios occidentales más alejados de la ciudad central, mientras los más cercanos a la misma alcanzan valores significativos en buena parte de los sectores.

3. LA CONTRATACIÓN EN ACTIVIDADES CREATIVAS EN LA AGLOMERACIÓN METROPOLITANA DE SEVILLA

Constituye un importante complemento del análisis anterior, conocer el comportamiento del mercado de trabajo a través de los nuevos contratos realizados. En tal sentido, y pese a que las limitaciones de la información ya antes señaladas se hacen aún más evidentes en el caso de esta fuente, ha parecido oportuno considerar los datos del INEM. El análisis de los nuevos contratos se realiza desde una doble perspectiva: teniendo en cuenta si son de carácter indefinido o temporal y el nivel académico de los contratados. Tal y como recoge el cuadro 2, en el año 2009 se firmaron un total de 32.562 contratos vinculados a actividades creativas (5,80% del total). En cuanto a su distribución sectorial, destacan nuevamente los realizados en *Publicidad y estudios de mercado* (39,5% de las actividades creativas), seguidos de *Arquitectura e ingeniería* (16,17%), precisamente algunas de las ramas cuya consideración como creativas resulta cuestionable. Desde la perspectiva laboral, adquiere especial importancia la modalidad de contratación. Mientras que para el conjunto de las actividades los contratos indefinidos representan únicamente un 6,22%, este valor alcanza el 6,79% para las actividades creativas. Una vez más existen acusadas diferencias entre las ramas, pues mientras que los contratos indefinidos en *Artes gráficas y reproducción de soportes grabados*, y *Arquitectura e ingeniería* suponen respectivamente un 27,70% y un 17,60% del total, los correspondientes a *Creación artística y espectáculos* sólo alcanzan un 1,44%. No puede dejarse al margen que la temporalidad de ciertos contratos debe vincularse al carácter eventual de aquellas actividades ligadas a la música, las artes escénicas y, en general, las relacionadas con el espectáculo (Cuadro 2).

Con objeto de poder matizar el análisis de los contratos, se han relacionado los indefinidos con el nivel académico de los trabajadores (Figura 4). Resulta bastante ilustrativo al respecto que en las actividades creativas los contratos indefinidos se vinculen mayoritariamente a trabajadores con estudios superiores. Dentro de éstas, la estabilidad en la contratación está más relacionada con altos niveles de cualificación en la rama de *Bibliotecas, archivos y museos*, muy ligada

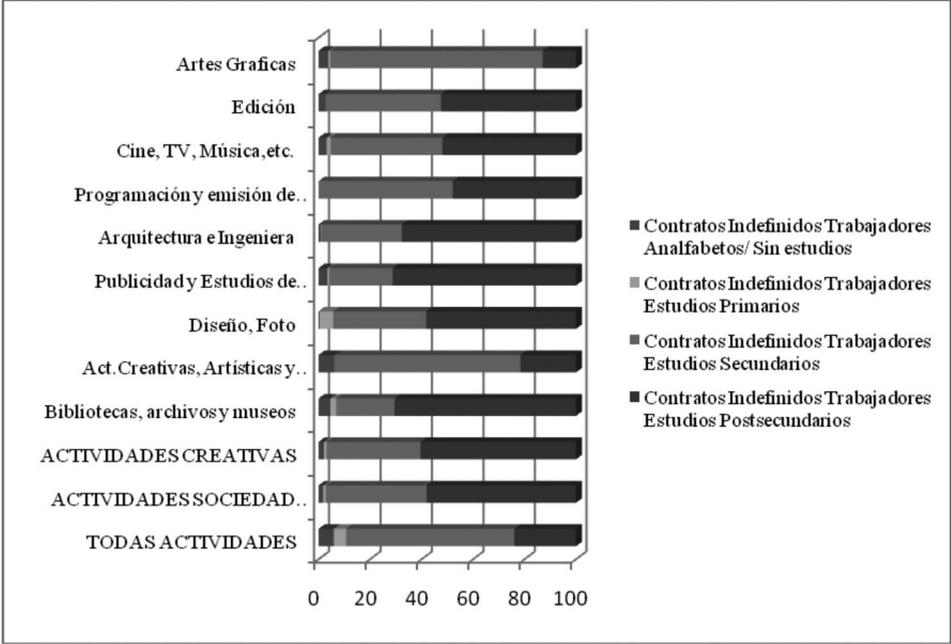
CUADRO 2. Nuevos contratos en actividades creativas (2009)

	INDEFINIDOS		TEMPORALES		TOTAL		% SOBRE EL TOTAL DE LAS ACTIVIDADES
	Nº	% sobre cada rama	Nº	% sobre cada rama	Nº	%	
Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	131	27,70	330	69,77	473	100	1,45
Edición	185	7,98	2.119	91,42	2.318	100	7,12
Cine, televisión, música, etc.	129	3,13	3.992	96,75	4.126	100	12,67
Programación y emisión de radio y televisión	23	3,69	598	95,99	623	100	1,91
Arquitectura e ingeniería	927	17,60	4.062	77,14	5.266	100	16,17
Publicidad y estudios de mercado	462	3,55	12.535	96,36	13.008	100	39,95
Diseño, fotografía...	244	13,86	1.503	85,40	1.760	100	5,41
Creación artística y espectáculos	65	1,44	4.457	98,56	4.522	100	13,89
Bibliotecas, archivos y museos	44	9,44	422	90,56	466	100	1,43
ACTIVIDADES CREATIVAS							100
	2210	6,79	30018	92,19	32562	100	(5,80 del total)
ACTIVIDADES SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO							(13,55 del total)
	7449	9,80	67005	88,11	76043	100	
TOTAL ACTIVIDADES	34914	6,22	522219	93,05	561221	100	100

Fuente: Instituto Nacional de Empleo.

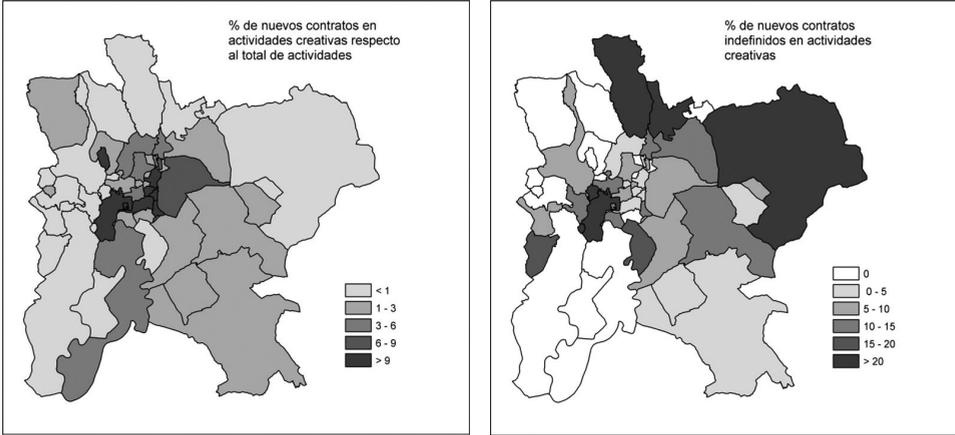
a equipamientos culturales de carácter público, así como de *Publicidad y estudios de mercado* y *Arquitectura e ingeniería*, estas últimas con problemas de clasificación, tal y como ya se ha señalado reiteradamente (Figura 4).

FIGURA 4. Nuevos contratos indefinidos según cualificación de los trabajadores (% en 2009)



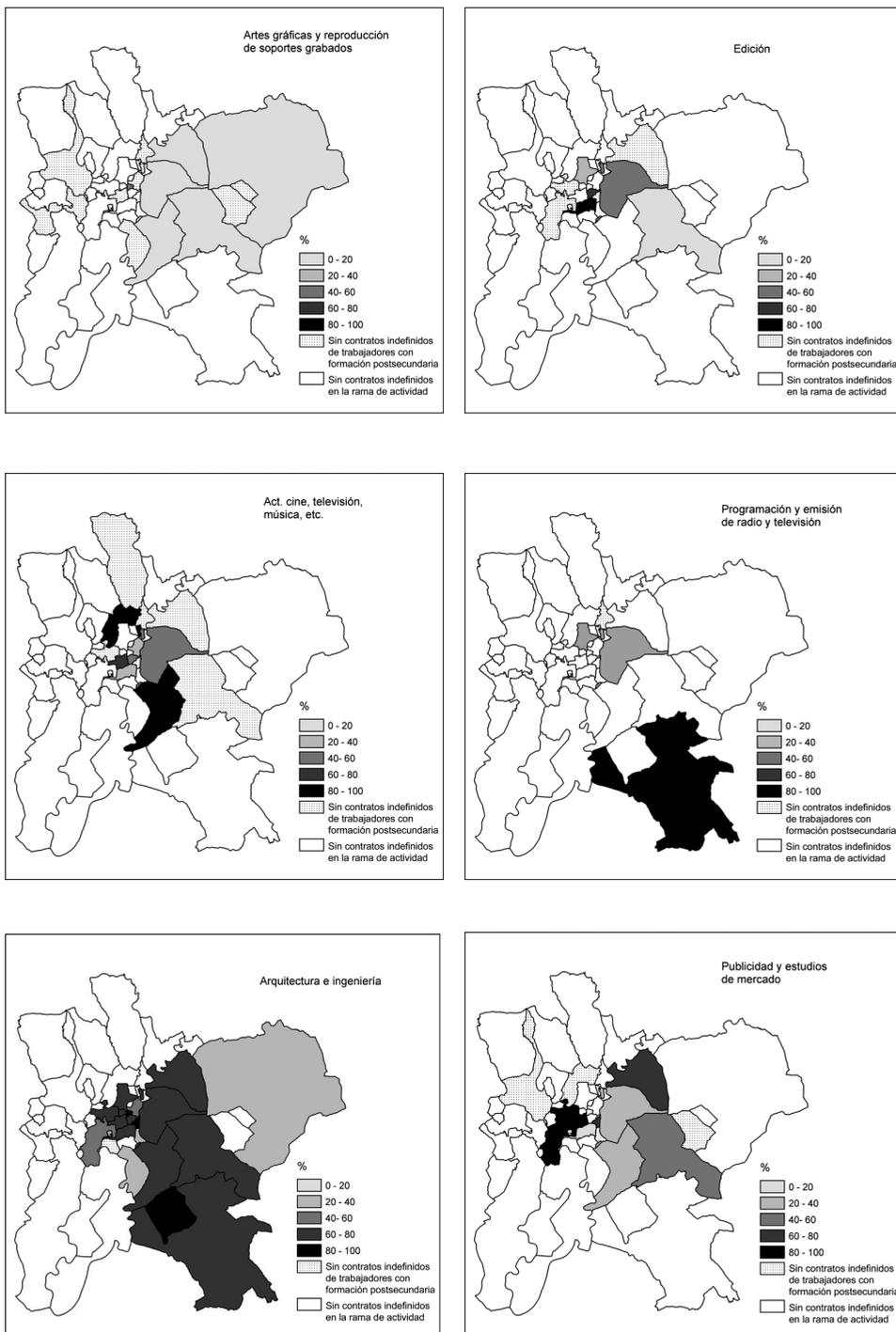
Fuente: Instituto Nacional de Empleo.

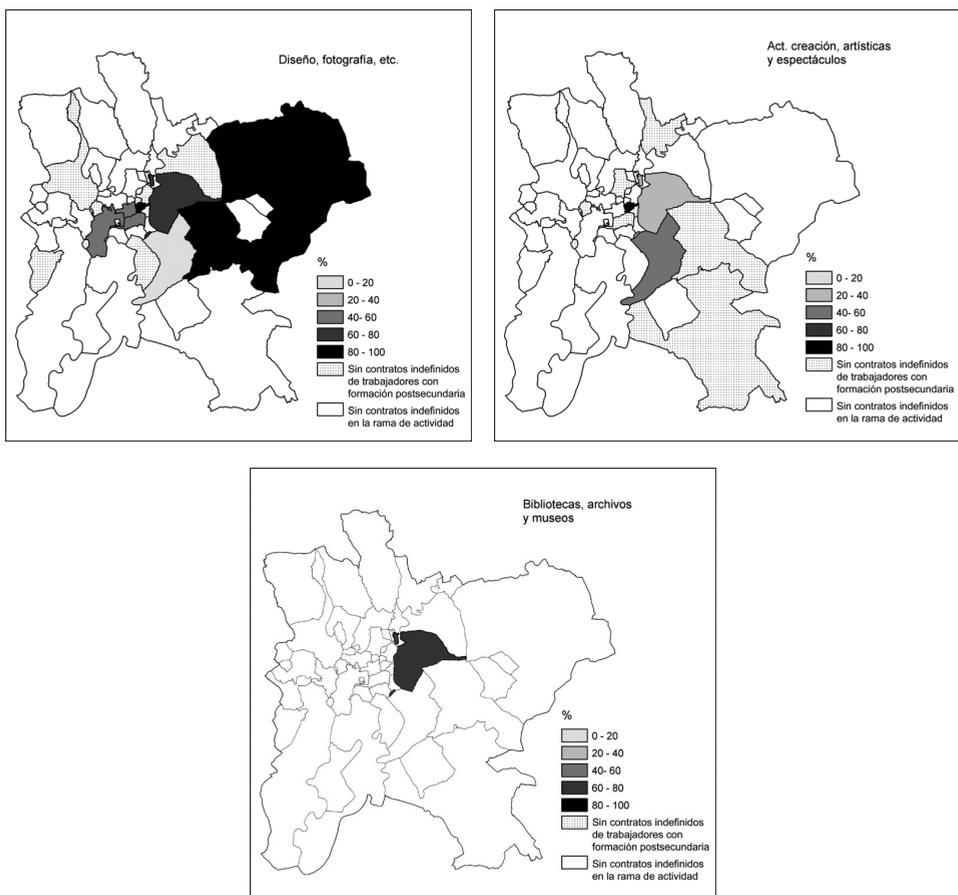
FIGURA 5. Distribución territorial de los nuevos contratos en actividades creativas (2009)



Fuente: Instituto Nacional de Empleo.

FIGURA 6. Distribución territorial de los nuevos contratos indefinidos en actividades creativas de trabajadores con alta cualificación (2009)





Fuente: Instituto Nacional de Empleo.

Según se observa en la figura 5, los contratos en actividades creativas tienen una mayor significación en Sevilla y en los municipios de la primera corona. Si se considera su estabilidad, destacan, sin embargo, ciertos municipios alejados de la ciudad central, como Carmona, Guillena, Alcalá del Río, Bollullos de la Mitación y Umbrete. Es necesario destacar sobre todo la concentración en el extremo occidental del área de los municipios que no cuentan con ningún nuevo contrato indefinido.

Para completar el análisis territorial, la figura 6 recoge el comportamiento de los contratos indefinidos en relación con la cualificación de los trabajadores en las distintas ramas creativas, existiendo diferencias sustanciales entre ellas, por ejemplo, en los casos de Dos Hermanas, Alcalá de Guadaíra o Carmona. Por su parte, en el municipio de Sevilla se han firmado contratos indefinidos por trabajadores de alta cualificación en todas las ramas creativas. Llama de nuevo la atención el que, salvo en el caso de determinados servicios creativos, tales como

Arquitectura e ingeniería, Publicidad y estudios de mercado, y Diseño y fotografía, un número considerable de municipios no haya generado nuevos contratos indefinidos de trabajadores con formación postsecundaria.

4. ALGUNAS CONSIDERACIONES FINALES

Aún con los problemas derivados de la falta de consenso en la definición de la creatividad, a los que hay que añadir, en este caso, el relacionado con la información de la que se ha dispuesto, ha parecido interesante, realizar una primera aproximación al análisis del comportamiento de las actividades creativas en la aglomeración metropolitana de Sevilla, con toda la cautela que ello requiere. Esta investigación no acaba aquí, quedando pendiente la realización de una revisión crítica del estado de la cuestión, así como la búsqueda de otro tipo de fuentes cuantitativas y cualitativas.

Las actividades creativas, medidas según el número de empresas y trabajadores, tienen una limitada presencia en la aglomeración metropolitana de Sevilla. Desde la perspectiva territorial su concentración en el núcleo central es muy alta, aunque también tienen una destacada presencia en los municipios de Dos Hermanas y Alcalá de Guadaíra, coincidiendo así con lo que ocurre para el conjunto de la economía.

En relación a los nuevos contratos, los correspondientes a actividades creativas no llegan al 6% del total, aunque destaca el hecho de que en ellos tengan una mayor presencia los de carácter indefinido. Resulta también de especial interés que en las actividades creativas sea más acusada la asociación entre nuevos contratos indefinidos y trabajadores más cualificados.

En cuanto a su distribución territorial, una vez más se pone en evidencia, por una parte, la centralidad de Sevilla, al ser el único municipio en el que en todas las ramas se han firmado contratos indefinidos por trabajadores de más alta cualificación, y, por otra, la existencia de diferencias sustanciales entre los comportamientos municipales de las distintas ramas de actividad.

Aunque de este primer análisis no es posible inferir si las actividades creativas podrían llegar a convertirse en un sector con cierta relevancia en el conjunto de la aglomeración, que pudiera contribuir a impulsar su competitividad económica, sí permite atisbar que podrían tener un papel reseñable en la estructura económica de algunos de sus municipios.

En cualquier caso, no hay que dejar al margen que el desarrollo de algunas de estas actividades, vinculadas a manifestaciones culturales de fuerte presencia en la aglomeración, podría impulsar la puesta en valor de recursos asociados a la creatividad local; esto no es óbice para impulsar la dinamización y la creación de otro tipo de actividades y manifestaciones creativas. Ello va a exigir que tanto las instituciones públicas como el sector privado reconozcan el valor estratégico de los recursos ligados a la creatividad, de forma que permita ponerlos en valor potenciando a su vez a las actividades a ellos vinculadas. De este modo, sería

posible empezar a alejarse de modelos genéricos de desarrollo, poco respetuosos con el medio ambiente y el territorio, y empezar a avanzar hacia un modelo alternativo más acorde con las condiciones socioeconómicas específicas del ámbito objeto de estudio.

BIBLIOGRAFÍA

- BAYLISS, D. (2007): «The Rise of the Creative City: Culture and Creativity in Copenhagen», *European Planning Studies*, 15 (7), pp. 889-903.
- CARAVACA, I.-GARCÍA, A. (2009): «El debate sobre los territorios inteligentes: el caso del área metropolitana de Sevilla», *EURE Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, Vol. XXX, nº 105, pp. 23-45.
- CAVES, (2000): *Creative industries: Contracts between art and commerce*, Harvard, Harvard University Press.
- COMISIÓN EUROPEA (2010): *Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas. Libro Verde*, Unión Europea, Bruselas.
- CONSEJERÍA DE VIVIENDA Y ORDENACIÓN DEL TERRITORIO (2009): *Plan de Ordenación del Territorio de la Aglomeración Urbana de Sevilla*, Sevilla, Junta de Andalucía.
- COOKE, P. y LAZZERETTI, P. (2008): *Creative cities, cultural clusters and local economic development*, Cheltenham-Northampton, Edward Elgar.
- COSTA, P. (2008): «Creativity, Innovation and Territorial Agglomeration in Cultural Activities: The Roots of the Creative City», in Cooke, P. and Lazzeretti, L. (Eds.) *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, pp. 183-210. Cheltenham-Northampton: Edward Elgar.
- DE PROPRIIS, L. AND HYPPONEN, L. (2008): «Creative Clusters and Governance: The Dominance of Hollywood Film cluster», in Cooke, P. and Lazzeretti, L. (Eds.) *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, pp. 258-286. Cheltenham-Northampton: Edward Elgar.
- EVANS, G. (2009): «Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy», *Urban Studies*, 46 (5&6), pp. 1003-1040.
- FLORIDA, R. (2009): *Las ciudades creativas*, Barcelona, Paidós.
- FOORD, J. (2009): «Strategies for Creative Industries: An International Review», *Creative Industries Journal*, 1 (2), pp. 91-113.
- HOSPERS, G.J. (2003): «Creative Cities. Breeding Places on the Knowledge Economy», *Knowledge, Technology and Policy*, 16 (3), pp. 143-172.
- LANDRY, (2000): *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London, Earthscan.
- MAS SERRA, E. (2009): «Ciudad, identidad y ranking», *EURE*, V. XXXV, 106, pp. 29-49.
- PRATT, A. (2008): «Creative Cities?», *Urban Design*, 106, pp. 35-60.
- THROSBY, D. (2001): *Economía y cultura*, Madrid, Cambridge University Press.

- UNCTAD (2008): *Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy towards informed policy making*, United Nations Conference on Trade Development. <<http://www.unctad.org/creative-economy>> [consulta: 04/04/2011].
- VAN HEUR, B. (2009): «The Clustering of Creative Networks: between Myth and Reality», *Urban Studies*, 46, pp. 1531-1552.