



Perfiles latinoamericanos

ISSN: 0188-7653

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede
Académica de México

Pac Salas, David; Rodríguez de la Fuente, José Javier
Ocupaciones creativas y movilidad social en la ciudad de Buenos Aires
Perfiles latinoamericanos, núm. 55, 2020, Enero-Junio, pp. 277-300
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Académica de México

DOI: 10.18504/pl2855-011-2020

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11565209010>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

Ocupaciones creativas y movilidad social en la ciudad de Buenos Aires

Creative occupations and social mobility in Buenos Aires

David Pac Salas,* José Javier Rodríguez de la Fuente**

D.R. © 2019. Perfiles Latinoamericanos
Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar (CC BY-NC-ND) 4.0 Internacional

Perfiles Latinoamericanos, 28(55) | 2020

doi: 10.18504/pl2855-011-2020

Recibido: 8 de febrero del 2017

Aceptado: 30 de enero del 2019

Resumen

El objeto de este artículo es analizar la composición y los procesos de movilidad social intergeneracional que presenta la denominada “clase creativa” (Florida, 2014) en la ciudad de Buenos Aires. Para llevar a cabo el estudio se utilizará como fuente de datos los resultados de la “Encuesta sobre movilidad social y opiniones sobre la sociedad actual” realizada en 2012-2013. Inscriptiéndose en la tradición de los estudios de estratificación y movilidad social, se parte de un abordaje metodológico cuantitativo, utilizando técnicas de análisis de movilidad absoluta y relativa, así como regresiones logísticas para comprender la incidencia de determinados factores sobre las probabilidades de acceso a la clase creativa.

Palabras clave: innovación, ocupaciones creativas, estilos de vida, clase social, movilidad social, Buenos Aires.

Abstract

This article aims to analyze the composition and processes of intergenerational social mobility presented by the so-called “creative class” (Florida, 2014) in Buenos Aires. To carry out the study we will used the data source of the “Survey on social mobility and views on the current society” implemented in 2012-2013. Enrolling in the tradition of studies of social stratification and mobility, we use techniques of absolute and relative mobility analyzes, as well as logistic regressions to understand the incidence of certain factors on the probabilities of access to the creative class.

Keywords: Innovation, creative occupations, lifestyles, social classes, social mobility, Buenos Aires.

* Doctor en Sociología. Profesor Titular de Sociología en la Universidad de Zaragoza, España. Miembro del grupo de investigación “Sociedad, creatividad e incertidumbre” | davidpac@unizar.es

** Doctor en Ciencias Sociales. Profesor en la carrera de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA). Miembro del grupo de “Estudios sobre movilidad y desigualdad social” en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, UBA | jfuente@sociales.uba.ar

Introducción¹

En las sociedades actuales se están produciendo transformaciones sociales que requieren nuevos elementos explicativos. Castells (1996) señala el surgimiento de un nuevo modelo de desarrollo a partir del informacionalismo, el cual surge de la tecnología informacional, la reestructuración económica y los nuevos movimientos sociales. Para Tezanos (2001), el nuevo paradigma social se caracteriza por la emergencia de las sociedades tecnológicamente avanzadas. Las metáforas de “lo líquido” (Bauman, 2001) o “lo flexible” (Harvey, 1998) sirven para reflexionar sobre la nueva fase de la modernidad caracterizada por el individualismo (fluidez, volatilidad, etcétera).

En nuestro caso consideramos que en la actualidad, como señala Florida (2014), la fuente decisiva de la ventaja competitiva de las sociedades avanzadas viene determinada por la creatividad, entendida como la capacidad de crear nuevas formas significativas. Aunque siempre este aspecto ha sido muy importante, en la actual economía basada en el conocimiento, la creatividad y la innovación se sitúan en el centro del escenario económico.

El objetivo de este artículo es analizar la composición y los procesos de movilidad social hacia la clase creativa en Buenos Aires, para los años 2012-2013. Esto implica, al menos, el planteo de los siguientes interrogantes: ¿cómo se compone intergeneracionalmente la clase creativa? ¿Desde qué otras clases hay más probabilidades de acceso a ella? ¿Cuán abierto es este acceso? ¿Qué otros factores resultan condicionantes para tal acceso? ¿Qué rol juegan el sexo, la edad, el nivel educativo o la zona de residencia?

En este sentido, aquí se plantean tres objetivos específicos que contemplan dichos interrogantes: 1) describir la composición —según tamaño, sexo, edad, lugar de residencia, nivel educativo— de la estructura de clases de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), con especial énfasis en la clase creativa; 2) analizar los procesos de movilidad social intergeneracional hacia la clase creativa, y 3) identificar qué factores condicionan y posibilitan —sexo, edad,

¹ Este texto tiene su base en el proyecto “Creatividad y ocupaciones creativas: estilos de vida de clase media en la ciudad de Buenos Aires” (CAS14/00334) financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España a través del programa de becas para estancias de movilidad en el extranjero “José Castillejo” (Convocatoria 2014). Para ello, David Pac Salas realizó una estancia de investigación, entre los meses de junio y agosto de 2015, en el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires (Argentina), integrándose en las actividades desarrolladas por el grupo de investigación sobre “Desigualdad y movilidad social” (Programa Cambio Estructural y Desigualdad Social) dirigido por el Dr. Eduardo Chávez Molina. José Rodríguez de la Fuente se desempeña como investigador en dicho grupo.

lugar de residencia, nivel educativo del(a) encuestado(a) y del origen social—el acceso a la clase creativa.

La estructura del artículo quedará conformada de la siguiente manera: en primer lugar analizaremos las distintas ocupaciones creativas y el papel de la creatividad en la fase actual del capitalismo; en segundo, presentamos el diseño metodológico utilizado y las técnicas empleadas; a continuación mostramos los principales resultados obtenidos y, finalmente, establecemos algunas conclusiones tentativas finales.

Las ocupaciones creativas

En relación con las ocupaciones creativas, Florida (2014) no habla de clase creativa como clase económica en términos de posesión de propiedades, capital o medios de producción, tal como podría abordarse desde perspectivas marxianas o weberianas. La clase creativa no posee ni controla la propiedad de los medios de producción en el sentido físico. En palabras de Florida (2014, p. 116), sus propiedades “proceden de su capacidad creativa, son intangibles, porque literalmente, están en sus cabezas”. Su delimitación está en proceso y viene dada por el tipo de trabajo que desarrollan sus miembros, el cual consiste en “crear nuevas formas significativas”. Según su definición, la clase creativa tiene dos componentes: *a*) núcleo supercreativo: científicos e ingenieros, profesores de universidad, poetas y escritores, artistas, animadores, actores, diseñadores y arquitectos, y líderes de pensamiento de la sociedad moderna, y *b*) profesionales creativos: sectores de alta tecnología, servicios financieros, profesiones legales y sanitarias, y gestión de las empresas. Por tanto, en el enfoque de Florida las clases sociales se explican como agrupamientos principalmente ocupacionales.

Para Bergua, Pac Salas, Báez & Serrano (2016), el planteamiento de Florida arranca del hecho de que en los últimos tiempos la creatividad se ha convertido en un importante objeto de reflexión, análisis y controversia. Se habla de ella desde un punto de vista económico (Howkins, 2005), sociológico (Joas, 1996, 2002) o psicológico (De Bono, 2006; Csikszentmihalyi, 1996) y ha entrado en los debates sobre las clases sociales, la ciudad, la industria y la educación entre otros asuntos. Dice Howkins (2005), a propósito de la economía creativa, que a finales de los años noventa se hablaba mucho de tecnología, de informática y de tecnologías de la información, pero se estaba perdiendo mucho de vista lo que en muchos negocios es el punto de partida: *el hecho de tener ideas*. En cierto modo, la innovación, en tanto que “ruptura con las rutinas establecidas en el ámbito productivo”, según la formulación ya clásica de Schumpeter (1964), parece referirse a eso. Sin embargo, la innovación supone que las ideas deben

tener efectos prácticos, por ello se la distingue de la invención, resultado de una actividad gratuitamente creativa. De hecho la innovación está dirigida a colocar nuevos dominios —ciencia, tecnología e información— bajo el control de la esfera productiva y del mercado.

En el marco de los procesos de innovación emerge la conceptualización sobre las clases creativas. En este sentido, son conocidas las aportaciones de Florida (2014). La tesis principal de este autor es que en la actualidad la creatividad es la fuente decisiva de la ventaja competitiva. Pero, ¿dónde se cultiva la creatividad? Según este autor depende de la conectividad de las redes entre las que se desenvuelven los creativos, por lo que el capital social es fundamental. Sin embargo, también agrega que la tolerancia es fundamental y añade que la creatividad necesita, por un lado, un entorno económico caracterizado por un elevado gasto en investigación y desarrollo, un gran número de compañías de alta tecnología y un extenso territorio para las “aventuras financieras”. Por otro, argumenta Florida que el estilo de vida de las clases creativas es similar al de los bohemios y creadores clásicos (artistas, científicos, etc.), construido alrededor de experiencias creativas, que compaginan trabajo y ocio. Esto es así porque la creatividad mezcla el trabajo con el juego y no puede ser “enchufada” y “desenchufada” como la actividad laboral convencional.

¿Cómo mide la creatividad Florida (2014)? Este autor inicia sus trabajos empíricos en Estados Unidos y los prosigue en Europa. Aunque de diferente manera, en ambos casos obtuvo un índice de creatividad combinando tres dimensiones: talento, tecnología y tolerancia. Para la operacionalización del concepto talento utiliza tres indicadores básicos: *a*) el índice de ocupaciones creativas (ioc), *b*) el índice de capital humano (ich), y *c*) el índice de talento científico (rtc).² En relación al índice tecnológico, lo basa en tres medidas: el gasto en I+D como porcentaje del PIB, el número de patentes por millón de habitantes, y el número de patentes en alta tecnología por millón de habitantes, en campos como la biotecnología, la tecnología de la información, farmacia e industria aeroespacial. En relación al índice tolerancia hay que subrayar que es el indicador más original para efectuar la medición de la creatividad que realiza Florida, a la vez que le da un carácter más específicamente sociológico. El problema técnico que nos encontramos para analizar la tolerancia es que ha sido abordada de dos modos diferentes. En su primer estudio sobre la creatividad en Estados Unidos, Florida (2014) prestó atención a ciertas características estructurales de la sociedad que, en su opinión, la generaban. En concreto, se

² En su reedición de *The rise of the creative class*, en 2010, Florida utiliza únicamente el índice de ocupaciones creativas para dar cuenta del talento (2014, p. 402).

fijó en la proporción de bohemios, extranjeros o inmigrantes, y homosexuales (Bergua, Pac Salas, Báez & Serrano 2016).

Es obvio que con esa información Florida no midió la tolerancia, pues la alta o baja cantidad de esos colectivos no habla en absoluto del nivel de integración o convivencia y si estas son espontáneas o forzadas. Por lo tanto estamos ante una medida de la tolerancia que, con mucha benevolencia, podemos calificar de indirecta. El otro tipo de medición lo aplicó a su estudio sobre Europa. En este caso puso directamente en el centro de su interés el clima moral al que nos referíamos antes. Los tres índices que utilizó fueron: las actitudes hacia las minorías, la autoexpresión, y el índice de valores. De los tres indicadores solo el primero (actitudes hacia las minorías), que profundiza en su interpretación original de la tolerancia, no requiere ninguna aclaración. En cambio, los otros dos sí.

La conceptualización sobre la clase creativa se apoya en una serie de investigaciones. Entre otras, las que el propio Florida ha realizado o dirigido en Europa (Florida & Tinagli, 2004), la competición a nivel mundial por atraer profesionales creativos (Florida, 2005a), y la relación de la clase creativa con el desarrollo y cambio de las ciudades y regiones (Florida, 2005b). También se ha analizado la relación entre la desigualdad y el auge de la economía creativa. La tesis de Florida es que el incremento de la clase creativa aumenta la desigualdad, debido a que los hábitos de consumo de aquella fomentan el desarrollo de servicios en los que por norma general se pagan salarios bajos. Donegan & Lowe (2008) indagaron esta cuestión a través de un análisis estadístico. Su principal interrogante en este tema era si la clase creativa era mejor predictor de la desigualdad que otros factores más clásicos: el cambio tecnológico, las diferencias educativas, o la inmigración. Ellos concluían que efectivamente existe una relación significativa entre desigualdad y clase creativa. Pero poco después, como suele ocurrir con propuestas arriesgadas y de tan alto impacto, aparecieron también las críticas de Lang & Danielsen (2005), Peck (2005), Uzzi & Spiro (2005), Scott (2006), Pilati & Tremblay (2007) y Boschma & Fritsch (2009), entre otros.

Igualmente aparecieron trabajos que encontraron útil el indicador para, por ejemplo, mostrar que combinaba bien con las políticas de sostenibilidad urbana (Budd, Lovrich, Pierce & Chamberlain, 2008). También algunas decisiones políticas se inspiraron en los trabajos de Florida, como la decisión de la BBC de trasladar ciertas actividades clave al noroeste de Inglaterra (Christophers, 2008). En cambio otras políticas, como la aplicada en Escocia, sobreestimaron el ambiente creativo de los territorios para atraer talentos (Houston, Finlay, Harrison & Mason, 2008). También se ha indagado en las relaciones entre suicidio y clases creativas (Moore, Recker & Heirigs, 2014). En Bergua, Báez & Pac Salas (2014) mostramos que la principal debilidad del índice (y

probablemente del conjunto de las tesis de Florida) está en el subíndice de tolerancia. En la misma línea se sitúan las críticas de Glaeser (2005), aunque centradas en el porcentaje de población bohemia. Para Bergua, Báez & Pac Salas (2014), la creatividad cuestiona cualquier orden instituido, pues consiste en hacer aparecer algo imprevisto. En este sentido está relacionado con el riesgo (Beck, 2002), pues ambos tienen un carácter contingente. En los dos casos, del mismo modo que ocurre en términos más generales con el “acontecimiento”, se interrumpe “el curso rutinario y habitual de las cosas” (Badiou, 1990). Esa interrupción no solo tiene que ver con el límite o fin de algo sino con la apertura a/de otra cosa que para Badiou (1999) es, en general, el “exceso del ser” y para nosotros el exceso de lo social. Pero si el riesgo teme ese exceso que desborda el orden instituido y exige precaución, la creatividad lo desea y proyecta “adoración” (Nancy, 2010).

Desde otro punto de vista, la creatividad continúa y profundiza el interés que hay por el conocimiento (Fumagalli, 2010), resultado de un incremento de las inversiones en este apartado y del abaratamiento de los costes de codificación, transmisión y adquisición de información, lo cual hizo que fuera cada vez más accesible, replicable, móvil e independiente. Pero lo importante es que la explotación económica del conocimiento ha exigido incluir la base social que lo producía, compuesta por las habilidades lingüísticas y comunicativas depositadas en la propia vida de las gentes e imposibles de desencarnar de ella. Lo mismo ocurrió en el ámbito del consumo de la mano de la publicidad, caracterizada por intentar participar tanto en la opinión y comunicación públicas como en la propia presentación social del individuo. La apuesta por la creatividad que realiza el capitalismo contemporáneo, participa de ese mismo impulso pero lo lleva algo más lejos, pues no solo necesita incorporar la sociabilidad y comunicación cotidianas, sino que requiere recursos sociales más básicos y ontológicos como son las “experiencias de autotranscendencia” (Joas, 2002), relacionadas con lo sagrado, y la intervención de lo imaginario (Castoriadis, 1989). Ambos recursos tienen que ver con el exceso de lo social que mencionábamos antes. Aunque Florida tiene en cuenta los estilos de vida, los valores e incluso menciona la imaginación, sus análisis son, en este punto, bastante superficiales. De todas formas, tampoco la sociología ha escapado a este problema. Las dos tradiciones dominantes en la reflexión sobre la acción social, la que enfatiza la acción normativamente orientada y la que subraya su carácter racional, son incapaces de dar cuenta de la creatividad (Joas, 1996). Más allá de la acción social, para Noya (2010), en el ámbito de la producción cultural, la sociología tampoco ha sabido tratar la creatividad, pues siempre ha preferido prestar atención a lo que la limita, encauza e institucionaliza (Bergua, Carretero, Báez & Pac Salas, 2016).

Las ocupaciones creativas en la ciudad de Buenos Aires

En los últimos veinte años, coincidiendo con el capitalismo líquido (Bauman, 2001), el discurso de la innovación ocupa un lugar central en los relatos de diferentes organizaciones públicas y privadas. Tanto las empresas, las instituciones públicas y los gobiernos señalan la importancia de la innovación. Esta mitificación se estructura en tres elementos: “importancia de la creatividad en los procesos, cómo deben adaptarse los agentes sociales, y el papel reservado a los gobiernos e instituciones para fomentar la innovación” (Alonso & Fernández, 2013, p. 98).

En el caso de Buenos Aires, las industrias creativas contribuyeron con el 9% del PIB y con el 9.5% de los empleos (más de sesenta mil nuevos puestos en el periodo 2003-2007) (UNCTAD, 2010). Este apoyo institucional se vio confirmado con la creación del Observatorio de Industrias Culturales (OIC) que depende del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, mismo que desde 2006 se denomina Observatorio de Industrias Creativas. Esta apuesta se vio apoyada con el nombramiento de la ciudad como “Ciudad del Diseño” por la Unesco el 24 de agosto de 2005. Para comprender estos procesos de creatividad e innovación en relación con la economía cultural —que se produjeron en Buenos Aires durante el periodo 2001-2010— y su influencia en las industrias creativas, debemos tener en cuenta dos cuestiones: la coyuntura económica nacional, así como el contexto de producción internacional y la necesidad de atender sus anclajes geográficos (Rubinich & Miguel, 2011, p. 54).

Según el reciente informe en el Overall Global Creativity Index Ranking (Florida, Mellander & King, 2015), Argentina ocupa el puesto 27 a nivel mundial. El índice global de creatividad lo realiza el Martin Prosperity Institute de la Universidad de Martin Prosperity Institute de Toronto. En esta ocasión han utilizado distintos indicadores. En concreto, las tres T de desarrollo económico: el talento (poblaciones con estudios universitarios), la tecnología (patentes registradas y las inversiones en investigación y desarrollo) y la tolerancia (aceptación de las minorías étnicas y los homosexuales y lesbianas).

Metodología

Fuente de datos y análisis de la movilidad social

El abordaje metodológico que se presentará en este trabajo es de tipo cuantitativo. Se utilizan como fuente de datos los resultados de la “Encuesta sobre movilidad social y opiniones sobre la sociedad actual” realizada en 2012-2013

en la ciudad de Buenos Aires.³ La muestra utilizada es de tipo probabilística estratificada proporcional,⁴ consta de setecientos casos y la población encuestada estuvo conformada por personas mayores a treinta años, ocupadas, que residían en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Principalmente lo que se busca con este rango es captar a individuos que con mayor probabilidad se encuentren en una etapa de madurez ocupacional (Echeverría, 1999; Erikson & Goldthorpe, 1992), es decir, una edad en la que normalmente los sujetos ya han recorrido la mayor parte de su carrera ocupacional, o al menos están ingresando al periodo de consolidación laboral.

El abordaje del fenómeno de la movilidad social es posible a través de la encuesta ya que en la misma se recaba información acerca de la inserción ocupacional del(a) encuestado(a), y en forma retrospectiva, acerca de la situación ocupacional del principal sostén del hogar (PSH) en el que residía el/la encuestado/a cuando tenía 16 años de edad. De este modo, teniendo información sobre el origen y el destino social de los individuos estudiados, es posible analizar la movilidad social intergeneracional a partir de tablas de contingencia, conocidas en esta tradición como “tablas de movilidad” (Cachón, 1989; Goodman, 1965; Lipset & Bendix, 1963).

Particularmente, en este artículo se analizarán las tasas de movilidad absoluta y relativa, en función de las especificidades que ambos análisis permiten iluminar. El análisis de las tasas absolutas permite obtener un fácil y rápido diagnóstico de las principales tendencias de movilidad, a partir de los porcentajes de entrada y salida de la tabla de movilidad (Cachón, 1989, pp. 250-256). En este sentido, este tipo de análisis refiere a la movilidad que es causada por el cambio en la distribución de clases de origen y destino, es decir, por el cambio en el tamaño relativo de las clases a través del tiempo. Esto se produce “inevitablemente por los cambios en la demanda de la fuerza de trabajo, por lo que no refleja el grado de apertura de una sociedad sino las oportunidades disponibles” (Kessler & Espinoza, 2007, p. 269). Sin embargo, si bien esto en principio no es una limitación, las conclusiones que puedan extraerse de este tipo de análisis no significan necesariamente que las personas de diferentes orígenes tengan oportunidades más igualitarias de acceder a diferentes destinos, sino que su movilidad pueda deberse al cambio estructural, es decir, a las oscilaciones económicas y demográficas.

³ La encuesta se hizo en el marco del Proyecto 2011-2189, financiado por el Fondo para la Investigación Científica y Tecnológica (Foncyt) de la República Argentina y dirigido por el Dr. Eduardo Chávez Molina. Para más información, véase <http://desigualdadymovilidadsocial.sociales.uba.ar/>

⁴ Los estratos se definieron a partir de la composición barrial según necesidades básicas insatisfechas (NBI), los casos fueron seleccionados sistemáticamente, y la asignación fue proporcional por sexo, edad y comuna.

El análisis de la movilidad relativa, en cambio, permite neutralizar el efecto producido por el cambio en el tamaño de los estratos o clases. Esta refiere a las oportunidades relativas de personas de orígenes diferentes para acceder a determinados destinos controlando la movilidad estructural, lo que permite conocer el régimen de fluidez social. Dicho concepto entonces hace referencia a “la propensión que existe a pasar de determinados orígenes a determinados destinos, independientemente de los cambios que se hayan producido en la estructura de clases” (Kerbo, 1998, p. 161). Estos tipos de análisis fueron los que comenzaron a tomar preponderancia en el campo de estudios de la movilidad social a partir de la década de los setenta con las aportaciones de Featherman, Jones & Hauser (1975) y posteriormente de Erikson & Goldthorpe (1992, 1979). Esta forma de observar la movilidad social será relevante en nuestro estudio ya que nos permitirá conocer cuáles son las probabilidades relativas que tienen individuos de distintos orígenes sociales de acceder a la clase creativa (o a una fracción de la misma) en comparación con aquellos que pertenecen a dicha clase.

Finalmente, de forma exploratoria, se propone un análisis multivariante para conocer la incidencia conjunta que adquieren diversos factores en las probabilidades de acceso a la clase creativa. De este modo, se utilizará la técnica de regresión logística binomial (Agresti, 1996; Powers & Xie, 2000), en la que la variable dependiente es el posicionamiento o no del(a) encuestado(a) en la clase creativa, y las variables independientes son la posición de clase de origen (PSH), los años educativos alcanzados por el PSH, los años educativos alcanzados por el(a) encuestado(a), el sexo, la edad y el lugar de residencia.

La operacionalización de la clase creativa

Para estudiar cuantitativamente el concepto de clase creativa, es decir, poder medir el fenómeno, es necesaria su operacionalización. Ahora bien, como este trabajo se propone estudiar los procesos de movilidad hacia la clase creativa, se hace necesario definir y operacionalizar a los otros grupos o clases existentes en el sistema de estratificación social del cual partimos. De esta forma, de lo que se trata es de definir y elaborar un esquema de clasificación que permita estratificar a la población estudiada en diferentes clases. Si bien internacionalmente pueden hallarse diferentes escalas y esquemas distinguidos en función de su rai-gambre teórica y la naturaleza de aquello que pretenden analizar (Bergman & Joye, 2001; Clemenceau, Fernández & Rodríguez de la Fuente, 2016; Francés, 2009), en este trabajo, debido a la especificidad de la problemática en estudio, nos basaremos en la propuesta de Florida (2014). Este autor parte de un esquema de cuatro clases que se compone de la clase creativa, la clase trabajadora, la clase

de servicios y la clase agrícola. A su vez, dado su particular interés en el análisis de la clase creativa, Florida la subdivide en un estrato de “núcleo supercreativo” y otro de “creativos profesionales” (2014, pp. 401-402).

Debido a que en la encuesta con la cual se ha trabajado la variable ocupación, central en este tipo de análisis, se ha codificado a partir del “Clasificador Internacional Uniforme de Ocupaciones” (CIUO) versión 2008, se tomaron las adaptaciones propuestas por Fritsch & Stuetzer (2009) que operacionalizan el concepto de clase de servicios utilizando el CIUO en su versión 1988. En el cuadro 1 se presenta cómo ha quedado conformado el esquema de clasificación y las ocupaciones que integran cada clase.

Cuadro 1. Esquema de clases según Florida

Clases	Ocupaciones
Clase creativa	<i>Núcleo supercreativo</i> Puestos de alta dirección; empresa y finanzas; sector jurídico; profesiones sanitarias y técnicas; ventas de alto nivel y gestión de ventas
	<i>Creativos profesionales</i> Arte, diseño, entretenimiento, deporte y medios de comunicación
	<i>Bohemios*</i> Personal de apoyo administrativo; trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados**
Clase de servicios	Personal de apoyo administrativo; trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados**
Clase trabajadora calificada	Trabajadores forestales calificados, pescadores y cazadores; oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios; operadores de instalaciones y máquinas y ensambladores
Clase trabajadora no calificada	Ocupaciones elementales

* Si bien para analizar la estratificación social se ha optado por considerar a los bohemios como un estrato autónomo, por una cuestión de economía de datos en el análisis de la movilidad se ha colapsado dicha categoría con el núcleo supercreativo, tal como lo realiza Florida (2014).

** Se excluyen los “modelos de moda, arte y publicidad” que forman parte del estrato de bohemios.

Fuente: Elaboración propia con base en Florida (2014) y Fritsch & Stuetzer (2009).

Vale aclarar que el esquema de clases propuesto por Florida, clasificación que le permite diferenciar a las ocupaciones consideradas creativas de aquellas que no lo son, no debe confundirse con el índice de creatividad anteriormente reseñado. La clasificación de las ocupaciones creativas conforma una de las variables que dan cuenta del “talento”, dimensión constituyente del índice.

Análisis de los resultados

La clase creativa en la estructura social

Una vez definida la herramienta de medición empírica es posible caracterizar la configuración de la estructura de clases de la CABA, haciendo énfasis en la

clase creativa. En este sentido, considerando a la misma a partir de sus estratos constituyentes, puede verse en el cuadro 2 cómo se distribuye la población ocupada mayor de treinta años en función de su posición social.

Cuadro 2. Distribución de la población según clases sociales. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2012-2013

Clases	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Clase creativa	Núcleo supercreativo	220134	17.41
	Creativos profesionales	202685	16.03
	Bohemios	46169	3.65
Clase de servicios	484400	38.3	75.38
Clase trabajadora calificada	204024	16.13	91.51
Clase trabajadora no calificada	107318	8.49	100
Total	700	100.0	

N= 700. N (expandido)= 1.264.730.

Fuente: Encuesta FONCYT 2012-2013.

En primer lugar, como puede observarse, la clase creativa en su totalidad alcanza a un 37% de la población en estudio, manteniendo aproximadamente la misma proporción que la clase de servicios, lo que evidencia el hecho de que la Ciudad de Buenos Aires se configura como una ciudad de servicios. Por otro lado, cuando se analiza la composición interna de la clase creativa, se encuentra que el núcleo supercreativo es el que adquiere mayor participación relativa en ella (abarca al 17% del total de la población encuestada), mientras que el grupo de creativos profesionales tiene una participación algo menor (16%). El estrato de bohemios es el que adquiere menor peso, pues representa casi un 4% de la población total y 10% de la clase creativa.

Cuadro 3. Clases sociales según sexo. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2012-2013
(en porcentajes)

Clases	Varón	Mujer	Total
Núcleo supercreativo	14.43	20.44	17.41
Creativos profesionales	15.23	16.83	16.03
Bohemios	3.87	3.42	3.65
Total clase creativa	33.53	40.69	37.09
Clase de servicios	33.25	43.45	38.3
Clase trabajadora calificada	28.12	3.9	16.13
Clase trabajadora no calificada	5.09	11.95	8.49
Total	100	100	100

N= 700. N (expandido)= 1.264.730.

Fuente: Encuesta FONCYT 2012-2013.

Luego de esta primera caracterización de la especificidad que adquiere la clase creativa en la estructura de clases CABA, es relevante analizar cómo la misma se configura a partir de tres aspectos centrales: sexo, estructura etaria y lugar de residencia⁵ (cuadros 3, 4 y 5).

Cuadro 4. Clases sociales según grupo etario. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2012-2013 (en porcentajes)

Clases	<= 36	37 - 45	46 - 53	54+	Total
Núcleo supercreativo	17.61	20.32	19.71	13.62	17.41
Creativos profesionales	14.47	14.97	15.23	18.48	16.03
Bohemios	6.27	2.3	3.36	2.82	3.65
Total clase creativa	38.35	37.59	38.3	34.92	37.09
Clase de servicios	41.93	37.08	35.24	38.55	38.3
Clase trabajadora calificada	12.03	13.58	18.64	19.24	16.13
Clase trabajadora no calificada	7.69	11.74	7.83	7.29	8.49
Total	100	100	100	100	100

N= 700. N (expandido)= 1.264.730.

Fuente: Encuesta FONCYT 2012-2013.

Cuadro 5. Clases sociales según zona de residencia. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2012-2013 (en porcentajes)

Clases	Norte	Centro	Sur	Total
Núcleo supercreativo	23.48	17.62	11.81	17.41
Creativos profesionales	20.99	16.24	11.36	16.03
Bohemios	6.26	4.08	0.5	3.65
Total clase creativa	50.73	37.94	23.67	37.09
Clase de servicios	39.53	38.68	36.44	38.3
Clase trabajadora calificada	7.87	15.83	23.79	16.13
Clase trabajadora no calificada	1.87	7.55	16.11	8.49
Total	100	100	100	100

N= 700. N (expandido)= 1.264.730.

Fuente: Encuesta FONCYT 2012-2013.

Cuando se analizan las distribuciones según sexo (cuadro 3), las mujeres aparecen liderando la participación en los estratos creativos, principalmente en el núcleo supercreativo, con seis puntos porcentuales de diferencia. En el caso de los creativos profesionales y los bohemios, la participación se vuelve más equi-

⁵ Se ha utilizado la clasificación elaborada por la Dirección General de Estadísticas y Censos de CABA, que zonifica a la ciudad de la siguiente forma: zona norte: comunas 2, 13 y 14; zona centro: comunas 1, 3, 5, 6, 7, 11, 12 y 15, y zona sur: comunas 4, 8, 9 y 10 (Mazzeo & Roggi, 2012).

librada entre varones y mujeres. La mayor incidencia del sexo femenino en las ocupaciones creativas puede explicarse, a su vez, por el mayor nivel educativo que presentan las mujeres, condición obligatoria para ocupar principalmente los puestos de trabajo que componen al núcleo supercreativo (informática, ciencias básicas y aplicadas, arquitectura, enseñanza, etcétera).⁶

Al analizar la vinculación entre la estructura de clases y la estructura etaria (cuadro 4), puede notarse que tanto la clase creativa como la clase de servicios agrupan a la población de mayor edad. Mientras que en el núcleo supercreativo, la población que adquiere mayor proporción es la del grupo de 30 a 53 años, los creativos profesionales, adquieren una mayor representación en el estrato más envejecido (mayores de 54 años). Los bohemios, en cambio, encuentran una mayor representación en el estrato más joven (30 a 36 años), si bien su participación en la clase creativa es ínfima.

Por último en esta sección, se intentó captar si había diferencias significativas entre las clases sociales en función del lugar de residencia de la población encuestada (cuadro 5). En este sentido, la distribución geográfica de la ciudad se correlaciona en una escala macro con la distribución de las desigualdades, principalmente en términos estructurales: mientras que las comunas que conforman la zona norte presentan menores niveles de pobreza medidos por ingresos o por necesidades básicas insatisfechas (NBI), las comunas de la zona sur muestran mayores niveles de estos indicadores, estableciéndose como la región más postergada de la ciudad. Hecha esta aclaración, puede observarse que la mitad de la población que reside en la zona norte tiene inserción en la clase creativa, perdiéndose dicha intensidad a medida que el foco se aplica en las otras zonas. A su vez, al interior de la clase creativa, la mayor polarización entre los estratos se da para la zona norte, en donde el núcleo supercreativo escala a 23%, los creativos profesionales a 21% y los bohemios a 6%.

Análisis de la movilidad social

Ahora bien, una vez caracterizada la estructura de clases, haciendo hincapié en las particularidades de la clase creativa, puede pasarse al análisis de la movilidad social. En primer lugar se abordará el análisis de la movilidad absoluta y, en este sentido, puede realizarse la lectura de dos aspectos distintos que los cuadros 6 y 7 arrojan: los porcentajes de salida (filas) y los de entrada (columnas).⁷

⁶ El Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas de 2010 arroja que para CABA, el 63% de aquellos(as) que acceden al sistema superior no universitario, el 53% de aquellos(as) que acceden al sistema universitario y el 52% de aquellos(as) que acceden al sistema posuniversitario son mujeres.

⁷ En la literatura sobre movilidad social, estos porcentajes son comúnmente denominados *outflows* e *inflows*.

Cuadro 6. Tabla de movilidad (clase creativa agregada). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2012-2013 (en porcentajes)

Clase PSH		Clase encuestado/a				Total
		Clase creativa	Clase de servicios	Clase trabajadora calificada	Clase trabajadora no calificada	
Clase creativa	fila	55.1	30.0	11.1	3.9	100.0
	columna	43.5	23.5	22.5	14.3	30.3
Clase de servicios	fila	39.4	43.8	11.1	5.8%	100.0%
	columna	31.3	34.5	22.5	21.4	30.4
Clase trabajadora calificada	fila	24.2	43.0	23.7	9.2	100.0
	columna	19.1	33.7	48.0	33.9	30.3
Clase trabajadora no calificada	fila	25.8	35.5	11.3	27.4	100.0
	columna	6.1	8.3	6.9	30.4	9.1
Total	fila	38.3	38.6	14.9	8.2	100.0
	columna	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

N= 684.

Fuente: Encuesta FONCYT 2012-2013.

Cuadro 7. Tabla de movilidad (clase creativa desagregada). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2012-2013 (en porcentajes)

Clase PSH		Clase encuestado/a				Total	
		Núcleo supercreativo + bohemios	Creativos profesionales	Clase de servicios	Clase trabajadora calificada		
Núcleo supercreativo + bohemios	fila	50.0	20.3	18.8	7.8	3.1	100.0
	columna	20.9	11.9	4.5	4.9	3.6	9.4
Creativos profesionales	fila	26.6	21.7	35.0	12.6	4.2	100.0
	columna	24.8	28.4	18.9	17.6	10.7	20.9
Clase de servicios	fila	26.4	13.0	43.8	11.1	5.8	100.0
	columna	35.9	24.8	34.5	22.5	21.4	30.4
Clase trabajadora calificada	fila	10.6	13.5	43.0	23.7	9.2	100.0
	columna	14.4	25.7	33.7	48.0	33.9	30.3
Clase trabajadora no calificada	fila	9.7	16.1	35.5	11.3	27.4	100.0
	columna	3.9	9.2	8.3	6.9	30.4	9.1
Total	fila	22.4	15.9	38.6	14.9	8.2	100.0
	columna	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

N= 684.

Fuente: Encuesta FONCYT 2012-2013.

Los porcentajes según fila (regiones blancas de los cuadros 6 y 7) permiten conocer cuál es la proporción de individuos que heredan o se mueven de su posición social de origen. La diagonal central que se dibuja en el cuadro 7 representa a los espacios de reproducción social. En este caso, la clase creativa se erige como aquella que presenta un mayor nivel de herencia, ya que un 55% de los individuos que provienen de dicha clase se mantienen intergeneracionalmente en la misma.

Si bien las posibilidades de descenso son menores a las de reproducción, el descenso hacia la clase no manual rutinaria se convierte en un destino de movilidad probable (un 30% desciende hacia dicha clase). Particularizando el análisis en la clase creativa en su modalidad desagregada (cuadro 7), el núcleo supercreativo se conforma como el espacio de mayor reproducción social, ya que la mitad de aquellos(as) que provienen de dicho origen heredan la posición. Por su lado, los individuos que provienen del estrato de creativos profesionales tienen mayores probabilidades de descender intergeneracionalmente a la clase de servicios que de reproducir su posición originaria. Dichos porcentajes de movilidad estarían remarcando una diferencia en las probabilidades que tienen los principales sostenedores de los hogares (orígenes) de “enviar” o “mantener” a sus hijos en la clase creativa según el estrato del que provengan.

La otra forma de abordar las tablas de movilidad es a partir de los porcentajes de entrada o por columna (regiones oscuros de los cuadros 6 y 7), es decir, preguntándose por el nivel de autorreclutamiento o composición de clase. De este modo, la clase creativa, lejos de ser un espacio de cierre social absoluto, muestra una composición heterogénea según origen social: si bien un 44% de los individuos que se posiciona en dicha clase en 2012-2013 provienen del mismo origen “creativo”, un 31% proviene de la clase de servicios y un 19% de la clase trabajadora calificada. Menor incidencia tienen aquellos(as) que provienen de la clase trabajadora no calificada, que solo representan un 6% de los individuos que conforman la clase creativa. Al analizar la composición de los estratos que conforman la clase creativa, se evidencia que los creativos profesionales tienen un mayor poder de autorreclutamiento que aquellos(as) pertenecientes al núcleo supercreativo (28 *vs.* 21%). Por otro lado, mientras que este último estrato está compuesto en mayor medida por individuos provenientes de la clase de servicios (36%), el grupo de creativos profesionales recibe mayores aportes de la clase trabajadora calificada.

El presente estudio sobre la movilidad social en la clase creativa puede completarse con el análisis de la movilidad relativa, con el que se busca aislar el efecto producido por los cambios en los marginales de destino y origen de la tabla (totales de las columnas y las filas), es decir, por el cambio en el tamaño de las clases que puede estar vinculado a procesos demográficos, transformaciones económicas, etc. Para llevar adelante dicha tarea se calcularon las “razones de momios”, que comparan, por ejemplo, la probabilidad de que alguien con orígenes en la clase creativa pertenezca a dicha clase en vez de a la clase de servicios *versus* la probabilidad de que alguien con orígenes en la clase de servicios pertenezca a la clase creativa en lugar de su clase de origen. Como puede observarse, es una razón de razones. De esta forma, las razones de momios pueden tomar cualquier valor positivo, desde cero a infinito, significando un valor mayor a 1 que los momios de éxito son mayores en el grupo de contraste que en el de referencia, y viceversa cuando el valor es menor a 1.

En los cuadros 8 y 9 se presentan las razones de momios calculadas, teniendo como grupos de contraste, en el primer caso, a la clase creativa en su totalidad y, en el segundo, al núcleo supercreativo.

Cuadro 8. Razones de momios de acceso a la clase creativa. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2012-2013 (en porcentajes)

Clases	Razones de momios
Clase creativa	1.00
Clase de servicios	0.53
Clase trabajadora calificada	0.26
Clase trabajadora no calificada	0.28

N= 684.

Fuente: Encuesta FONCYT 2012-2013.

Cuadro 9. Razones de momios de acceso al núcleo supercreativo. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2012-2013 (en porcentajes)

Clases	Razones de momios
Núcleo supercreativo	1.00
Creativos profesionales	0.36
Clase de servicios	0.36
Clase trabajadora calificada	0.12
Clase trabajadora no calificada	0.11

N= 684.

Fuente: Encuesta FONCYT 2012-2013.

Para ambos casos las oportunidades relativas de acceso a la cúspide disminuyen a medida que se desciende en la estructura de clases. Es así que los individuos con orígenes en la clase de servicios tienen la mitad de oportunidades de acceder a la clase creativa que aquellos(as) que provienen de la misma. Sin embargo, al analizar el acceso al núcleo supercreativo, las oportunidades relativas de acceder desde el estrato de creativos profesionales o de la clase de servicios es similar, produciéndose, podríamos decir, un espacio de competencia entre ambos grupos.

Factores de acceso a la clase creativa

Finalmente, se torna necesario preguntarse cómo los diversos factores analizados a lo largo del presente artículo se comportan en forma conjunta para

comprender los condicionamientos del acceso a la clase creativa. Si bien hasta aquí se ha mostrado, mediante el análisis de la movilidad social, cómo a mejor posición de origen las probabilidades de acceso a la clase creativa aumentan, no se ha controlado dicha relación con la incorporación de otras variables constitutivas de lo que Florida comprende como “creatividad”. El capital humano, medido a partir de la inversión en años educativos, se erige como otros de los subíndices que conforman la dimensión “talento” del índice de creatividad. En este sentido, es válido preguntarse en qué medida el acceso a la clase creativa sigue condicionado por el origen social una vez que se ha controlado el nivel educativo de los individuos.⁸

Siguiendo los aportes de los estudios de movilidad social, puede plantearse como hipótesis que los condicionamientos de origen deberían atenuarse al considerar el nivel educativo de los sujetos. Así mismo, esta relación debería mantenerse aun incorporando diversos factores estratificadores tales como el sexo, la edad o el lugar de residencia. Siguiendo a Florida, la edad no sería un aspecto relevante cuando se define la pertenencia a la clase creativa, aunque sí el ecosistema que puede brindar la ciudad o la región en la que se vive (Florida, 2014, p. 307). Regiones y barrios en donde se concentran ocupaciones de clase creativa estarían asociadas a espacios de mayor crecimiento económico (Florida, 2014, p. 203).

De este modo, se utilizó la técnica de análisis multivariado de regresión logística binomial, ensayándose tres modelos: el primero incorpora como variable independiente solo la posición de clase de origen; el segundo agrega dos variables cuantitativas que intentan expresar el papel del nivel educativo de origen y el alcanzado por el(a) encuestado(a),⁹ por último, el tercer modelo (el más completo) agrega las variables de sexo, edad y lugar de residencia del(a) encuestado(a). Para facilitar la lectura, los parámetros β son expresados en su forma exponencial, es decir, en razones de momios y estandarizados para los modelos 2 y 3, en los que se agregan variables con distintos niveles de medición.

⁸ Aunque para Florida el posicionamiento en la clase creativa está correlacionado fuertemente con la obtención de titulaciones universitarias, en términos específicos esta relación no es necesaria. Según este mismo autor, contabilizar solo los años educativos puede llevar a ignorar a muchos sujetos que realizan trabajos creativos, grandes empresarios como Steve Jobs o Bill Gates, o artistas, que no han completado o incursionado en la educación superior (Florida, 2014, p. 41).

⁹ Este segundo modelo se acerca —al menos desde la propuesta teórica— al abordaje clásico de “logro de estatus” de Blau & Duncan (1967), aunque sin considerar como variable independiente a la primera ocupación del(a) encuestado(a).

Cuadro 9. Regresiones logísticas binomiales (variable dependiente: pertenencia a la clase creativa). Razones de momios. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2012-2013 (en porcentajes)

Variables independientes	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3
Clase social de origen (Categoría de referencia: clase creativa)			
Clase de servicios	0.555***	0.863	0.886
Clase trabajadora calificada	0.272***	0.784*	0.784*
Clase trabajadora no calificada	0.339***	1.016	1.02
Años educativos (PSHO)		1.178	1.302*
Años educativos (encuestado/a)		7.823*	7.914***
Sexo (Categoría de referencia: varón)			
Mujer			1.08
Edad			1.362***
Lugar de residencia (Categoría de referencia: norte)			
Centro			0.797*
Sur			0.935
Constante	1.211	0.000***	0.000***
PseudoR ²	0.046	0.342	0.355
Log-likelihood	-418.4	-288.7	-282.9
BIC	862.8	616.4	630.7

Notas: N= 656. * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01.

Fuente: Encuesta FONCYT 2012-2013.

El primer modelo permite observar la relación típica analizada en los estudios de movilidad, es decir, el efecto que tiene la clase social de origen sobre la de destino, en este caso sobre la posibilidad de acceso a la clase creativa. Si bien dicho modelo no presenta un buen ajuste (el pseudo R² es de 0.046), reafuerza la idea abordada en el análisis de la movilidad relativa: las oportunidades de acceso a la clase creativa son mayores para aquellos que tienen orígenes en la clase de servicios que para aquellos que provienen de las fracciones de la clase trabajadora. Ahora bien, el segundo modelo planteado, al incorporar las variables educativas, genera una notable mejora en las medidas de bondad de ajuste, tanto en el BIC como en el pseudo R². Esto se da principalmente por la adición de la variable que mide el nivel educativo del encuestado(a): por cada aumento en un desvío estándar en el nivel educativo los momios de acceder a la clase creativa se multiplican en 7.9. A su vez, la incorporación de dicha variable transforma a los demás coeficientes en no significativos (salvo para la categoría de clase trabajadora calificada), dando cuenta de la importancia que adquiere el logro educativo en las posibilidades de ascenso social. Sin embargo, esto no debe llevar rápidamente a la conclusión de que los factores de origen (clase y nivel educativo del PSHO) no presentan efectos sobre el logro ocupacional, sino que el mismo se transmite en forma indirecta vía el nivel educativo alcanzado.

Estos resultados concuerdan con gran parte de la bibliografía sobre el estudio de la movilidad social que sostiene que la educación es el principal factor tanto para la generación de movilidad ascendente como para la reproducción del estatus (Blau & Duncan, 1967; Hout & DiPrete, 2006, p. 6), además de que confirman la hipótesis esgrimida más arriba.

Por último, el tercer modelo, que es el más completo, mejora conservadoramente el valor del pseudo R2 (pasa de 0.34 a 0.35), pero no el del BIC. La condición de ser varón o mujer no estaría generando ningún efecto sobre las oportunidades de acceso a la clase creativa, aunque sí la variable edad. En este sentido, los resultados no concluirían tal como lo plantea Florida, en términos generales, al señalar que la edad no es un factor relevante para pertenecer a la clase creativa. En tanto que las carreras ocupacionales se consolidan con el aumento de la edad, esta jugaría un papel relevante. Cada año adicional otorga mayores posibilidades de acceso: el núcleo supercreativo alcanza una media de edad de 44 años y los creativos profesionales de 46 años. Por último, la región también permitiría discriminar una diferenciación entre las zona norte y centro, en el sentido de que la primera otorga mayores oportunidades de ascenso a la clase creativa. Sin embargo, debe remarcarse que el efecto de estas tres variables debe ser evaluado como mínimo en función de la pobre varianza explicada por las mismas.

Conclusiones

La creatividad como proceso social se vislumbra de manera nítida en las ciudades. Para desarrollarse la innovación requiere, por un lado, diversidad y heterogeneidad social y por otro, capital humano y tecnológico. Latinoamérica es un lugar donde florece la innovación y la creatividad. En nuestro caso, nos centramos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como espacio en donde dichas características son predominantes y nos fijamos sobre todo en la composición y los procesos de movilidad social hacia la clase creativa.

Al observar la estructura de clases de Buenos Aires, destaca que las ocupaciones creativas adquieren un peso y carácter central en su configuración. Internamente, el núcleo supercreativo presenta levemente mayores proporciones y las mujeres son las que ocupan en mayor medida dichas posiciones. En términos etarios, mientras que la población que se ubica sobre todo en el núcleo supercreativo presenta entre 37 y 53 años, los mayores de 54 adquieren mayor importancia en el estrato de creativos profesionales. Por otro lado, la ubicación geográfica de la clase creativa en la ciudad suele coincidir, en términos relativos, con la zona norte de la misma, en donde habitan principalmente los individuos de estratos socioeconómicos más elevados.

El análisis de la movilidad intergeneracional absoluta ha permitido explicar que la clase creativa se caracteriza por presentar una alta herencia, es decir, que un número importante de los descendientes de dicha clase mantienen de una generación a otra su posición de origen, lo que se sustenta, en particular, a partir de prácticas de cierre social y estrategias de reproducción. Sin embargo, al observar la composición interna de dicha clase, se descubre que es heterogénea, y que individuos con distintos orígenes (principalmente en la clase de servicios) han accedido a la cúspide de la estratificación.

Ahora bien, al analizar los resultados en términos relativos, es decir, aislando todo efecto producido por el cambio estructural, que se manifiesta en la transformación en el tamaño de las clases, las probabilidades de acceder a la clase de servicio disminuyen drásticamente a medida que se desciende en la estratificación, aún más si se considera el acceso al núcleo supercreativo.

Por último, a partir de un análisis multidimensional se intentó indagar el peso que asumen los diferentes factores analizados en las probabilidades de acceso a la clase creativa. En este sentido, el nivel educativo del(a) encuestado(a) y su edad se constituyen como aquellos aspectos más significativos y que explican en mayor medida las posibilidades de movilidad social hacia la clase creativa.

Si bien este artículo tuvo una intención exploratoria acerca de la constitución de la clase creativa en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, nuevos interrogantes y líneas de investigación se abren a futuro. De este modo, ¿qué diferencias presenta la clase creativa (en cuanto a su composición interna) en las distintas grandes urbanizaciones argentinas? ¿Y con respecto a otras grandes ciudades latinoamericanas o europeas? Por otro lado, siguiendo los interrogantes planteados recientemente por Castillo (2016) para el caso de las clases medias chilenas, ¿cómo afectaría el origen social de los integrantes de la clase creativa sus miradas acerca de su posición en el espacio social, su relación con las otras clases y la legitimación de ciertas desigualdades? Todas estas inquietudes implican la necesidad de continuar buscando intersecciones entre los análisis de clase y movilidad social y los estudios sobre creatividad, innovación y transformaciones en el capitalismo.

Referencias

- Agresti, A. (1996). *An introduction to categorical data analysis*. Nueva York: Wiley.
- Alonso Benito, L. E. & Fernández Rodríguez, C. J. (2013). *Los discursos del presente: Un análisis de los imaginarios sociales contemporáneos*. Madrid: Siglo XXI.

- Badiou, A. (1999). *Ser y acontecimiento*. Buenos Aires: Manantial.
- Badiou, A. (1990). *¿Es posible la política?* Buenos Aires: Nueva Visión.
- Bauman, Z. (2001). *La sociedad individualizada*. Madrid: Cátedra.
- Beck, U. (2002). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Bergman, M. M. & Joye, D. (2001). Comparing Social Stratification Schemata. *Cambridge Studies in Social Research*, (9), 1-37.
- Bergua Amores, J. A., Pac Salas, D., Báez Melián, J. M. & Serrano Martínez, C. (2016). La clase creativa. Una aproximación a la realidad española. *Revista Internacional de Sociología*, 74(2), e032. doi:10.3989/ris.2016.74.2.032
- Bergua Amores, J. A., Carretero, E., Báez Melián, J. M. & Pac Salas, D. (2016). *Creatividad: números e imaginarios*. Madrid: CIS.
- Bergua, J., Báez, J. M., A. & Pac Salas, D. (2014). The creative class and the creative economy in Spain. *Creativity Research Journal*, 26(4), 418-426. doi:10.1080/10400419.2014.961769
- Boschma R. A. & Fristch, M. (2009). Creative Class and regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries. *Economic Geography*, 85(4), 391-423. doi:10.1111/j.1944-8287.2009.01048.x
- Budd, W., Lovrich Jr., N., Pierce, J. C. & Chamberlain, B. (2008). Cultural sources of variations in urban sustainability attributes. *Cities*, 25(5), 257-267. doi:10.1016/j.cities.2008.05.001
- Cachón Rodríguez, L. (1989). *¿Movilidad social o trayectorias de clase?: elementos para una crítica de la sociología de la movilidad social*. Madrid: CIS.
- Castells, M. (1996). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castillo, M. (2016). Fronteras simbólicas y clases medias. Movilidad social en Chile. *Perfiles Latinoamericanos*, 24(48), 213-241. doi:10.18504/pl2448-009-2016
- Castoriadis, C. (1989). *La institución imaginaria de la sociedad*. Vol. 2. *El imaginario social y la institución*. Barcelona: Tusquets.
- Christophers, B. (2008). The BBC, the Creative Class and neoliberalism in the North of England. *Environment and Planning A*, 40, 2313-232.

Clemenceau, L., Fernández Melián, M. C. & Rodríguez de la Fuente, J. (2016). *Ánalisis de esquemas de clasificación social basados en la ocupación desde una perspectiva teórica-metodológica comparada*. (Documentos de Jóvenes Investigadores, núm. 44). Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani, UBA.

Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. Nueva York: Harper Perennial.

De Bono, E. (2006). *El pensamiento lateral*. Barcelona: Paidós.

Donegan, M. & Lowe, N. (2008). Inequality in the Creative City: Is Still a Place for old fashioned institutions? *Economic Development Quarterly*, 22(1), 46-62. doi:10.1177/0891242407310722

Echeverría Zabalza, J. (1999). *La movilidad social en España*. Madrid: Ístmo.

Erikson, R. & Goldthorpe, J. H. (1992). *The constant flux: A study of class mobility in industrial societies*. Oxford: Clarendon Press.

Erikson, R., Goldthorpe, J. H. & Portocarrero, L. (1979). Intergenerational class mobility in three Western European societies: England, France and Sweden. *The British Journal of Sociology*, 30(4), 415-441. doi:<https://doi.org/10.2307/589632>

Featherman, D. L., Jones, F. & Hauser, R. M. (1975). Assumptions of social mobility research in the U.S.: The case of occupational status. *Social Science Research*, 4(4), 329-360. doi:10.1016/0049-089X(75)90002-2

Florida, R. (2014). *The Rise of the Creative Class—Revisited: Revised and Expanded*. Nueva York: Basic books.

Florida, R. (2005a). *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent*. Nueva York: Harper Collins. Recuperado de <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ743282.pdf>

Florida, R. (2005b). *Cities and the Creative Class*. Londres: Routledge.

Florida, R. & Tinagli, I. (2004). *Europe in the Creative Age*. Carnegie Mellon Software Industry Center/Alfred P. Sloan Foundation/Demos.

Florida, R., Mellander, C. & King, K. (2015). *The global creativity index 2015*.

Francés García, F. J. (2009). Elementos para el estudio de la estratificación social en las sociedades avanzadas: estrategias operativas. *Revista OBETS*, (3). doi:10.14198/OBETS2009.3.05

Fritsch, M. & Stuetzer, M. (2009). The geography and the effect of creative people in Germany. *The International Journal of Foresight and Innovation Policy*, 5(1-3), 7-23. doi:10.1504/IJFIP.2009.022096

Fumagalli, A. (2010). *Bioeconomía y capitalismo cognitivo. Hacia un nuevo paradigma de acumulación*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Glaeser, E. (2005). Review of Richard Florida's *The Rise of the Creative Class. Regional Science and Urban Economics*, 35(5), 593-59. doi:10.1016/j.regsciurbeco.2005.01.005

Goodman, L. (1965). On the Statistical Analysis of Mobility Tables. *American Journal of Sociology*, 70(5), 564-585. doi:10.1086/223932

Goldthorpe, J. H. (1992). Sobre la clase de servicio, su formación y su futuro. *Zona abierta*, (59), 229-263.

Harvey, D. (1998). *La condición de la posmodernidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Houston, D., Finlay, A., Harrison, R. & Mason, C. (2008). Will attracting the Creative Class boost the Economic Growth in the Old Industrial Regions? A case Study of Scotland. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(2), 133-149. doi:10.1111/j.1468-0467.2008.00283.x

Howkins, J. (2005). *The Creative Economy. How people make Money from ideas*. Londres: Penguin Books.

Kerbo, H. R. (1998). *Estratificación social y desigualdad: el conflicto de clases en perspectiva histórica y comparada*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.

Kessler, G. & Espinoza, V. (2007). Movilidad social y trayectorias ocupacionales en Argentina: rupturas y algunas paradojas del caso de Buenos Aires. En R. Franco, R. Atria & A. León (Eds.), *Estratificación y movilidad social en América Latina: transformaciones estructurales de un cuarto de siglo* (pp. 359-387). Santiago de Chile: CEPAL.

Joas, H. (2002). *Creatividad, acción y valores. Hacia una sociología de la contingencia*. México: Biblioteca de Signos.

Joas, H. (1996). *The Creative of Action*. Chicago: University of Chicago Press.

Lang, R. E. & Danielsen, K. (2005). Review roundtable: Cities and the creative class. *Journal of the American Planning Association*, 71(2), 203-220. doi:10.1080/01944360508976693

Lipset, S. M. & Bendix, R. (1963). *La movilidad social en la sociedad industrial*. Buenos Aires: Eudeba.

Mazzeo, V. & Roggi, M. C. (2012). Los habitantes de hoteles familiares, pensiones, inquilinatos y casas tomadas de la Ciudad de Buenos Aires: ¿dónde están?, ¿de dónde vienen?, ¿quiénes son? y ¿cómo viven? *Población de Buenos Aires*, 9(15), 7-28.

Moore, M. D., Recker, N. L. & Heirigs, M. (2014). Suicide and the creative class. *Social Indicators Research*, 119(3), 1613-1626. doi:10.1007/s11205-013-0566-6

Nancy, J. L. (2010). *L'Adoration (Déconstruction du christianisme, 2)*. París: Galilée.

Noya Miranda, F. J. (2010). Sociología de la creatividad. En J. Noya, F. Del Val & M. Pérez Colman (Comps.), *Musycá. Música, sociedad y creatividad artística* (pp. 19-40). Madrid: Biblioteca Nueva.

Peck, J. (2005). Struggling with the Creative Class. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29(4), 740-770. doi:10.1111/j.1468-2427.2005.00620.x

Pilati, T. & Tremblay, D.-G. (2007). La cité créative et le district culturel: une contribution au débat théorique. *Géographie, Économie et Société*, 9(4), 381-401. doi:10.3166/ges.9.381-401

Powers, D. A. & Xie, Y. (2000). *Statistical methods for categorical data analysis*. Nueva York: Academic Press.

Scott Allen, J. (2006). Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions. *Journal of Urban Affairs*, (28), 1-17. doi:10.1111/j.0735-2166.2006.00256.x

Schumpeter, J. (1964). *Capitalismo, socialismo y democracia*. México: FCE.

Rubinich, L. & Miguel, P. (2011). *Crecimiento, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*. Buenos Aires: Aurelia Libros Rivera.

Tezanos, J. F. (2001). *La sociedad dividida*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Uzzi, B. & Spiro, J. (2005). Collaboration and creativity. *American Journal of Sociology*, 76(2), 262-272.