

CONSIDERACIONS

SOBRE L'ATRACCIÓ DE RESIDENTS A LES DESTINACIONS TURÍSTIQUES CATALANES EL CAS DELS TREBALLADORS CREATIUS

Jon Xavier Olano Pozo

Universitat Rovira i Virgili

Francesc González Reverté

Universitat Oberta de Catalunya

Salvador Anton Clavé

Universitat Rovira i Virgili

Catalunya pot ser definida com un sistema metropolità organitzat per la ciutat de Barcelona que des de la segona meitat del segle XX ha experimentat un procés de descentralització urbana (Vinuesa, 1996; Mallarach Isern i Vilagrasa i Ibarz, 2002). Migracions a diferents escales, mobilitat residencial i laboral (García-López, 2012) i terciarització de l'economia són motors principals d'un procés que, afegit a la conversió de segones en primeres residències (González Reverté, 2003), ha accentuat el paper de l'espai costaner del sistema com a eix principal de concentració de la població, de l'activitat i de les inversions i ha consolidat una xarxa de ciutats petites i mitjanes que s'han configurat com a pols especialitzats industrials, agroalimentaris o turístics (González Reverté i Anton-Clavé, 2014). El resultat és un sistema metropolità format, més enllà de Barcelona i el seu entorn immediat, per espais cada cop

més allunyats del centre i caracteritzat per presentar una combinació de ciutats difuses, compactes i mixtes (García Coll *et al.*, 2012) que alterna ciutats mitjanes i petites especialitzades, centres administratius amb poder local i ciutats turístiques: en resum, una ciutat policèntrica descentralitzada (Boix i Trullén, 2012; Masip Tresserra i Roca Cladera, 2012). En tot aquest espai, pautes de mobilitat diverses han generat processos de redistribució de la població on cada grup social ha escollit l'espai amb les condicions que ha considerat més favorables per establir-s'hi (Nel-lo, 2010).

En aquest context, l'anàlisi que es presenta a continuació és una primera aproximació a una de les dinàmiques de mobilitat residencial que es pot observar en el sistema metropolità català per al cas de les destinacions turístiques catalanes; algunes d'aquestes actualment ciutats petites i mitjanes que, havent-se desenvolupat per causa i amb finalitat turística (Català, 2016), han anat adquirint un paper important en l'articulació territorial del sistema urbà català. En concret, s'analitza la seva capacitat d'atracció de treballadors creatius com a residents.

Tot i ser objecte de múltiples controvèrsies, el concepte de treballadors creatius pot ser rastrejat amb diferents noms, pel cap baix, fins a la dècada dels 60 del segle passat (Jacobs, 1969). Ara bé, és a partir del seu ús per part de Florida (Florida, 2002) i de la seva controvertida concepció com a "classe" que els tre-

balladors creatius se situen en el centre d'un debat acadèmic creixent (Lazzeretti *et al.*, 2016) sobre el seu paper en el desenvolupament i la dinàmica urbana (Florida, 2002; Florida, 2005; Florida, 2008). Actualment, fins i tot, s'han situat en el centre del debat sobre la desigualtat social en les àrees metropolitanes i sobre el seu paper en la crisi urbana contemporània (Florida, 2017).

Florida distingeix tres classes socials entre els treballadors nord-americans: la classe treballadora, la classe de serveis i la classe creativa (Florida, 2002). Els primers són els treballadors industrials clàssics, el proletariat industrial; els segons són els treballadors administratius, repartidors, conductors i similars; els tercers –els creatius– són aquella capa de la població formada “per persones que treballen en les indústries del coneixement o de l'alta tecnologia, i que aborden creativament problemes complexos als quals donen solució gràcies a l'aplicació innovadora d'una sèrie de coneixements previs”.

Florida (Florida, 2010) distingeix, d'altra banda, tres subgrups de treballadors creatius. En primer lloc, identifica el subgrup dels supercreatius: científics, enginyers i professionals de les noves tecnologies. El segon subgrup, del qual formen part la majoria de creatius, és el dels professionals: “treballadors del coneixement que operen en àrees com la salut i l'educació, el sector financer o el legal”. Finalment hi ha el subgrup dels bohemis: artistes, dissenyadors, escriptors i músics.

Val a dir que, si bé aquesta definició i categorització ha estat àmpliament criticada –especialment com s'ha dit, pel que fa a l'aplicació del concepte de classe social i per la seva concepció americanocèntrica (Markusen, 2006; Tomić, 2013; Arvidsson, 2007; Krätke, 2010; Tremblay *et al.*, 2011; Andersen *et al.*, 2010)–, la idea que la localització residencial dels treballadors creatius és rellevant des de la perspectiva de la dinàmica dels llocs i, en definitiva, del seu desenvolupament econòmic, ha estat, en darrera instància, àmpliament utilitzada (Clifton, 2008; Boschma i Fritsch, 2009; Haisch i Klöpper, 2015; González Reverté *et al.*, 2016; Romero-Padilla *et al.*, 2016; Lawton *et al.*, 2013; Strykiewicz, 2010; Báez *et al.*, 2014; Donegan *et al.*, 2008; Hansen i Niedomysl, 2009; You i Bie, 2017).

De fet, la relació entre treballadors creatius i desenvolupant urbà, regional o territorial ha estat una conclusió recurrent de moltes de les anàlisis citades. Addicionalment, diverses recerques demostren una relació negativa entre l'aglomeració de

El concepte de treballadors creatius pot ser rastrejat amb diferents noms, pel cap baix, fins a la dècada dels 60 del segle passat

treballadors creatius i el nivell d'atur (Clifton, 2008; Stolarick i Currid-Halkett, 2013) i, si bé determinats estudis indiquen que també han sofert la crisi de manera més acusada (vegeu per al cas espanyol Prada Trigo, 2015), una major i més ràpida capacitat dels llocs amb concentració de creatius per superar els períodes de crisi (Gabe *et al.*, 2012). D'altra banda, almenys als Estats Units, els creatius tenen uns salaris mitjans superiors a la resta de treballadors (Florida, 2017). També és cert, per aquest mateix motiu, que la seva concentració sembla generar, tanmateix, disparitat i desequilibris territorials i socials (Florida i Mellander, 2014), ja que tendeix a afavorir la concentració de recursos i del potencial de desenvolupament. Aquesta és una circumstància que va en detriment –especialment en sistemes poc regulats per part del sector públic– de la justícia social, econòmica i espacial (Florida, 2017).

L'objectiu d'aquest article és fer una primera aproximació a la localització dels treballadors creatius en el sistema urbà català i observar com i en quines circumstàncies, en un context de descentralització residencial com el que s'ha apuntat a l'inici, els municipis turístics catalans s'han convertit en municipis receptors de treballadors creatius. Es deixen per a ulteriors anàlisis l'estudi dels factors que han ocasionat la capacitat d'atracció d'aquestes localitats entre els treballadors creatius.

1. Metodologia i fonts

Tal com s'ha indicat, Florida (Florida, 2002; Florida, 2010) diferencia en el que ell anomena classe creativa tres subgrups de treballadors: els supercreatius, els professionals i els bohemis. Amb alguns ajustos i, en ocasions, sense atorgar a aquests grups de treballadors la categoria de classe atesa la seva mateixa diversitat, diferents autors han aplicat la categorització realitzada per Florida a diferents contextos territorials i espais geogràfics i n'han demostrat la utilitat com a indicadors de desenvolupament territorial (Clifton, 2008; Boschma i Fritsch, 2009; González Reverté *et al.*, 2016; Romero-Padilla *et al.*, 2016). En les anàlisis fetes fora del territori dels Estats Units ha calgut acotar estadísticament, d'altra banda, la composició efectiva de cadascun dels subgrups en termes estadístics.

Taula 1. Tipologies de treballadors creatius

Subgrup creatiu	Codi ISCO	Codi INE-CNO11
Supercreatius	211, 214, 221, 231, 243, 244, 247	102, 213, 221, 241, 242, 243, 244, 245, 271, 272, 282, 382, 421
Professionals	1, 31, 32, 221, 223, 241, 242, 341, 342, 343, 345, 346,	111, 112, 121, 122, 246, 247, 248, 251, 259, 261, 264, 265, 281, 314, 331, 332, 340, 561, 562, 571, 572, 591, 592, 593, 211, 212, 214, 215, 222, 223, 224, 225, 231, 232
Bohemis	245, 3131, 347, 521	292, 372, 373, 383, 293, 762

Seguint les pautes establertes en recerques prèvies, la definició de treballadors creatius utilitzada en aquesta investigació ha estat construïda a partir de les equivalències espanyoles de l'ISCO (International Standard Classification of Occupations) en el CNO-11 (Codi Nacional d'Ocupacions). El resultat es pot veure a la taula 1 (vegeu la taula d'equivalències a l'annex).

Amb la finalitat d'estudiar la localització residencial dels treballadors creatius a les destinacions turístiques catalanes i la seva evolució en el temps, s'ha optat per treballar les dades

censals dels anys 2001 i 2011. S'ha utilitzat el cens en lloc d'altres fonts d'informació (per exemple, les afiliacions a la Seguretat Social) perquè l'objectiu és conèixer quants i de quins grups són els treballadors creatius que resideixen en els municipis turístics. No cal dir que una dificultat afegida a aquesta anàlisi deriva del fet que les dades del cens del 2011 resulten d'una macroenquesta. Aquest fet, entre altres coses, impossibilita obtenir resultats per als municipis de menys de 1.000 habitants. És per això també que, en termes generals, els valors disponibles per als municipis d'entre 1.000 i 25.000

Taula 2. Classificació de municipis segons la grandària poblacional i l'orientació turística, 2016

Agregació	Tipologia	Criteri classificació	Nre. de municipis	% de municipis	Població (2016)	% de població
	Total Catalunya	Tots els municipis de Catalunya	947	100	7.448.332	100
Barcelona	Barcelona	Municipi de Barcelona	1	0,2	1.608.476	22,0
	Especialitzats	Municipis amb més de 15.000 places turístiques i més de 15.000 de segona residència	5	1,0	118.774	1,6
		Amb menys de 25.000 habitants. Petites	2	0,4	22.073	0,3
		Amb entre 25.000 i 50.000 habitants. Mitjanes	3	0,6	96.701	1,3
		Amb més de 50.000 habitants. Grans	0	0	0	0
Turístics	Vacacionals	Municipis amb més de 15.000 places de segona residència i menys de 15.000 places hoteleres	22	4,7	548.820	7,4
		Amb menys de 25.000 habitants. Petites	16	3,4	222.574	3,0
		Amb entre 25.000 i 50.000 habitants. Mitjanes	4	0,8	130.260	1,7
		Amb més de 50.000 habitants. Grans	2	0,4	195.986	2,6
	Diversificades	Municipis que tenen entre 5.000 i 15.000 places hoteleres o de segona residència	43	92	1.911.740	26,1
		Amb menys de 25.000 habitants. Petites	29	6,2	212.493	2,9
		Amb entre 25.000 i 50.000 habitants. Mitjanes	3	0,6	109.851	1,4
		Amb més de 50.000 habitants. Grans	11	2,3	1.589.396	21,6
	No turístics	Ciutats mitjanes i grans	27	5,8	1.883.216	25,7
		Ciutats petites	368	79,0	1.254.657	17,1
Total inclosos	Total > 1.000 habitants	Municipis de Catalunya amb més de 1.000 habitants	466	49,2	7.325.953	98,3

Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya, 2016.

Mapa 1. Distribució territorial dels tipus de

municipis a Catalunya

LLEGENDA

Barcelona

■ Barcelona

Municipis turístics

■ Especialitzats

■ Vacacionals

■ Diversificats

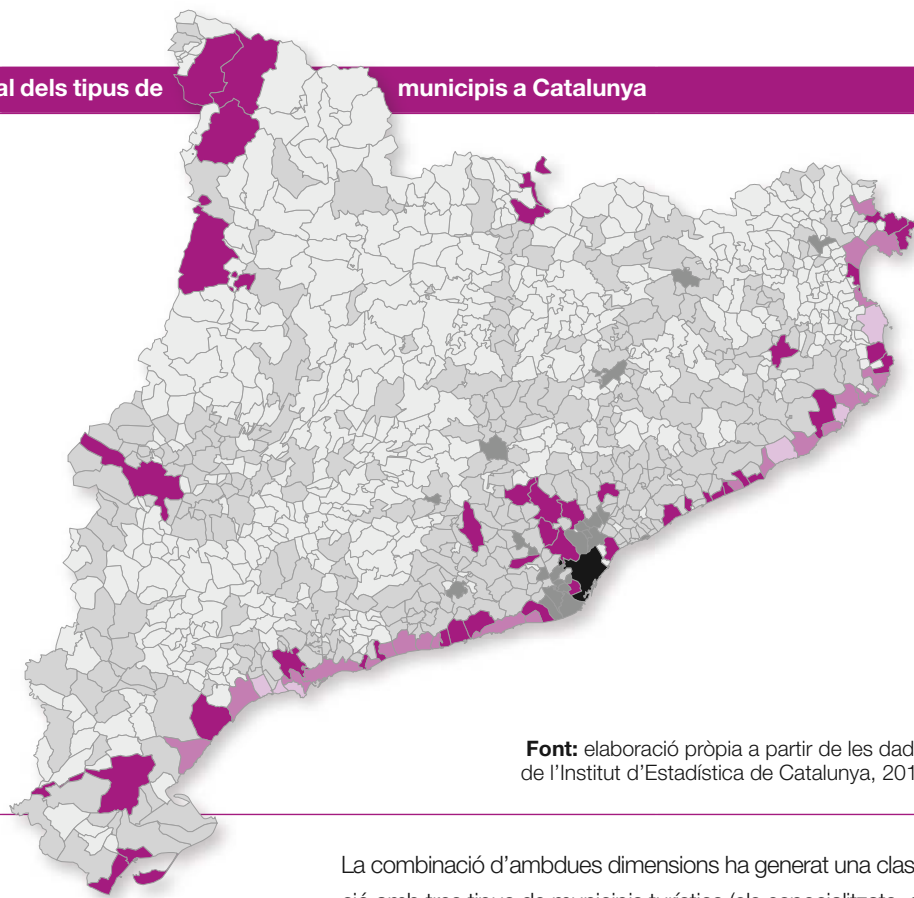
Municipis no turístics

■ Ciutats petites

■ Ciutats mitjanes i grans

■ Municipis exclosos

25 0 25 50 75 100 km



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya, 2016.

habitants són, en termes generals, de tendència, mentre que els valors existents per als municipis de més de 25.000 són els més robustos. Val a dir que tots els valors que s'han utilitzat estan arrodonits a 0 i 5 encara que, en qualsevol cas, s'han considerat suficients per a l'objectiu de l'anàlisi. S'ha de fer constar, finalment, que per a una vintena de municipis s'han hagut d'utilitzar les dades disponibles a dos dígit per la inconsistència manifesta de les dades a tres dígit.

D'altra banda, per a la categorització municipal i la identificació dels diferents tipus de municipis turístics s'han tingut en compte dues dimensions, la urbana i la turística. Aquesta doble dimensió ha permès diferenciar els municipis turístics més enllà de l'oferta d'allotjament turístic (que ha estat l'indicador bàsic de diferenciació). Així, des del punt de vista de la naturalesa urbana del municipi, s'ha utilitzat el criteri de grandària de població, creant tres segments a part de Barcelona: ciutats petites, ciutats mitjanes i ciutats grans (sempre en relació proporcional amb la grandària del sistema metropolità català). Des del punt de vista turístic, s'ha utilitzat un criteri d'oferta d'allotjament turístic que inclou les variables d'oferta comercial (places d'hotel i càmping totals per municipi l'any 2016) i d'oferta residencial (places de segona residència per municipi l'any 2011).

La combinació d'ambdues dimensions ha generat una classificació amb tres tipus de municipis turístics (els especialitzats, els vacacionals i els diversificats) i dos tipus de municipis no turístics (ciutats mitjanes i grans no turístiques i ciutats petites no turístiques) a més de la ciutat de Barcelona, que és tractada de manera separada. La classificació dels municipis s'observa en la taula 2. El mapa 1 reflecteix la distribució territorial a Catalunya.

2. La distribució dels treballadors creatius a Catalunya. El paper dels municipis turístics

2.1. Distribució dels treballadors creatius per municipis

Tal com s'observa en la taula 3, l'any 2011 el 35% dels treballadors creatius catalans tenien la residència a municipis turístics. Aquest percentatge equival aproximadament a la població que aquests municipis tenien respecte al conjunt de municipis de més de 1.000 habitants de Catalunya. Barcelona gairebé dobla el percentatge de treballadors creatius que hi viuen comparat amb el pes de la seva població sobre el conjunt català. Per tant, és en els municipis no turístics, que són els que en conjunt agrupen la part proporcional de la població catalana més gran, on el percentatge de creatius és més baix. Des d'aquesta perspectiva es pot afirmar, doncs, que en conjunt els municipis turístics tenen un paper important, equivalent a la dimensió de la seva població en la localització dels treballadors creatius en el sistema metropolità català.

Taula 3. Distribució residencial dels treballadors creatius segons el tipus de municipis, 2011

Tipologia	Supercreatius		Bohemis		Professionals		Total creatius		Població total
	Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%	
Total	145.455	100	49.755	100	479.420	100	674.630	100	100
Barcelona	63.555	43,7	17.055	34,3	175.460	36,6	256.070	38,0	21,9
Turístics especialitzats	1.085	0,7	260	0,5	4.970	1,0	6.315	1,9	1,6
Turístics vacacionals	7.915	5,4	2.855	5,7	30.435	6,3	41.205	6,1	7,5
Turístics diversificats	36.080	24,8	15.570	31,3	137.265	28,6	188.915	28,0	26,1
Ciutats mitjanes i grans	22.500	15,5	8.815	17,7	69.550	14,5	100.865	15,0	17,1
Ciutats petites	14.320	9,8	5.200	10,5	61.740	12,9	81.260	12,0	25,7

Font: elaboració pròpia a partir de les dades del cens 2011 de l'Institut Nacional d'Estadística.

La taula 3 també mostra la distribució específica de residents creatius per a cada una de les tipologies turístiques desenvolupades. Amb lleugeres diferències, la proporció de creatius per tipologies de municipis turístics i segons subgrups de població és equivalent a la seva població. S'observa, en canvi, que són les ciutats petites les que tenen una proporció de creatius més baixa de manera que es pot constatar que, malgrat el relativament baix volum de població, els municipis turístics, especialment els especialitzats i els vacacionals tenen un comportament

en relació amb l'atracció de grups creatius similar al de les ciutats catalanes mitjanes i grans i a la mateixa ciutat de Barcelona.

El mapa 2 caracteritza els municipis catalans basant-se en el pes que hi tenen els treballadors creatius sobre la població ocupada resident a cada municipi. Tal com s'observa a la taula 4, a Catalunya els treballadors creatius són de mitjana majoritàriament professionals (71%), seguits pels supercreatius (21,5%) i pels bohemis (7,3%). Tanmateix, l'estructura de treballadors

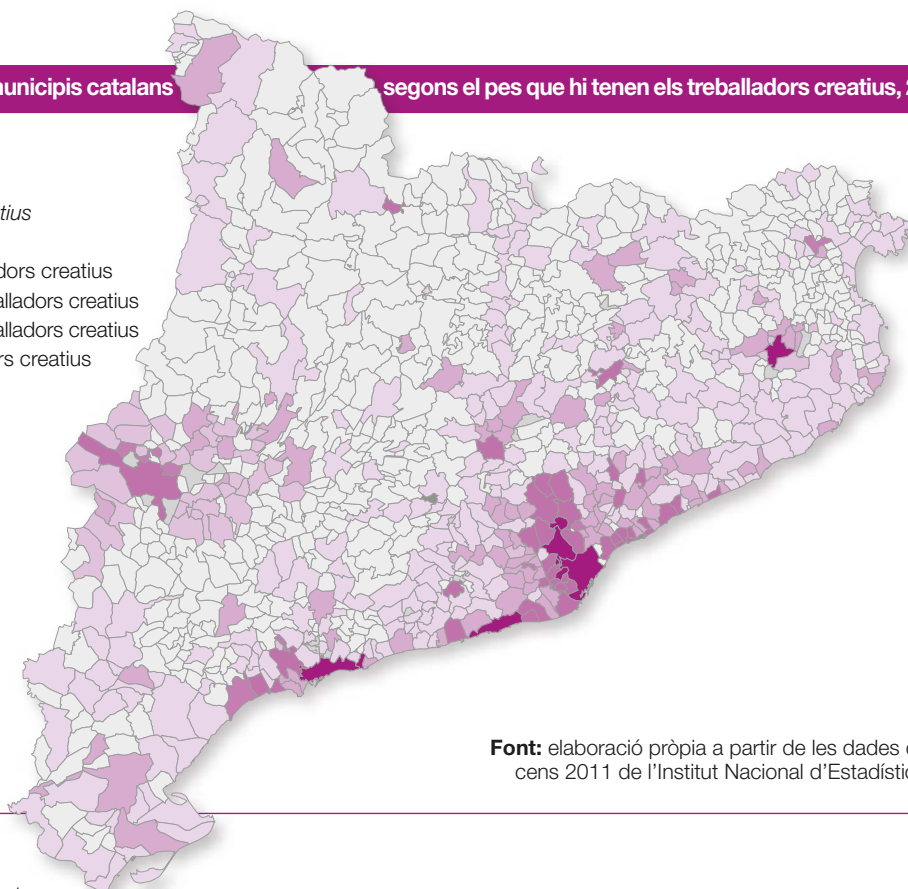
Mapa 2. Caracterització dels municipis catalans segons el pes que hi tenen els treballadors creatius, 2011

LLEGENDA

Percentatge de treballadors creatius sobre població ocupada

- Menys del 10% de treballadors creatius
- Entre el 10 i el 20% de treballadors creatius
- Entre el 20 i el 30% de treballadors creatius
- Més del 40% de treballadors creatius
- Municipis exclosos

25 0 25 50 75 100 km



Font: elaboració pròpia a partir de les dades del cens 2011 de l'Institut Nacional d'Estadística.

creatius als municipis turístics té certes característiques pròpies que la fan diferent tant de la de Barcelona com de la dels municipis no turístics. Així, observem com els principals centres urbans (Barcelona i ciutats mitjanes i grans no turístiques) tenen tendència a presentar un pes més gran de supercreatius mentre que els municipis petits, els municipis vacacionals i sobretot els especialitzats tendeixen a tenir més treballadors professionals. Els bohemis, en canvi, predominen per damunt de la mitjana catalana als municipis especialitzats i a les ciutats mitjanes i grans no turístiques.

2.2. Evolució dels treballadors creatius per municipis, 2001-2011

A la taula 5 es mostra la variació absoluta i percentual dels treballadors creatius en els municipis catalans en el període intercensal 2001-2011. A escala catalana, mentre que la població ocupada creix un 7%, els treballadors creatius en general varien en un

18,35%. Val a dir que bona part d'aquest creixement és conseqüència de l'impuls dels treballadors supercreatius que, en termes agregats, representen més del doble que deu anys abans i suposen el 80% dels nous treballadors creatius. De fet, els supercreatius són més del doble en les tres tipologies turístiques definides i creixen fins a un 191% en les ciutats mitjanes i grans. El creixement més baix es dona en les ciutats petites (44%).

De manera antagònica, els creatius professionals, el gruix dels treballadors creatius, no arriben a créixer ni un 1% en total respecte a deu anys abans si bé els percentatges que obtenen en els municipis turístics oscil·len entre el 8 i el 21%, lleugerament per damunt de Barcelona ciutat. A les ciutats no turístiques la variació d'aquest grup és negativa. Els bohemis, finalment, decreixen als municipis turístics especialitzats i en les ciutats petites, però tenen un comportament similar a la mitjana catalana en els municipis turístics vacacionals i es multipliquen conside-

Taula 4. Distribució de treballadors creatius segons tipologies, 2011

Tipologia	% supercreatius	% bohemis	% professionals	Total creatius
Total	21,56	7,37	71,06	100
Barcelona	24,81	6,66	68,52	100
Turístics especialitzats	17,18	4,11	78,70	100
Turístics vacacionals	19,20	6,92	73,86	100
Turístics diversificats	19,09	8,24	72,65	100
Ciutats mitjanes i grans	22,44	8,69	68,85	100
Ciutats petites	17,59	6,51	75,88	100

Font: elaboració pròpia a partir de les dades del cens 2011 de l'Institut Nacional d'Estadística.

Taula 5. Evolució dels treballadors creatius i la població ocupada. Catalunya, 2001-2011

Tipologia	Supercreatius		Bohemis		Professionals		Total creatius		Població total
	Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%	
Total	82.866	132	17.365	53,61	4.373	0,9	104.604	18,35	7
Barcelona	35.973	130	3.919	30	16.093	10	55.985	28	5
Turístics especialitzats	589	118	-60	-19	514	11	1.043	19	50
Turístics vacacionals	4.687	145	1.063	59	2.445	8	8.195	25	16
Turístics diversificats	22.410	163	8.899	133	23.900	21	55.209	41	6
Ciutats mitjanes i grans	14.793	191	4.435	101	-1.619	-2	17.609	21	-2
Ciutats petites	4.414	44	-891	-14	-36.960	-37	-33.437	-29	14

Font: elaboració pròpia a partir de les dades del cens 2001 i del cens 2011 de l'Institut Nacional d'Estadística.

Taula 6. Evolució dels treballadors creatius en els municipis turístics especialitzats segons grandària, 2001-2011

Municipis turístics especialitzats	Nre.	Supercreatius		Bohemis		Professionals		Total creatius	
		Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%
Petits	2	-4	4	-78	-100	-397	-40,8	-479	-41,8
Mitjans	3	593	147	18	7,4	911	26,14	1.522	36
Grans	0	-		-		-		-	
Total	5	589	118	-60	-19	514	11,53	1.043	19,7

Font: elaboració pròpia a partir de les dades del cens 2001 i del cens 2011 de l'Institut Nacional d'Estadística.

Taula 7. Evolució dels treballadors creatius en els municipis turístics vacacionals segons grandària, 2001-2011

Municipis turístics vacacionals	Nre.	Supercreatius		Bohemis		Professionals		Total creatius	
		Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%
Petits	16	243	36,4%	-492	-86%	-1.653	-21,6%	-1.902	-21%
Mitjans	4	851	128%	135	26%	414	6,5%	1.400	18%
Grans	2	3.593	189%	1.420	197%	3.684	26,29%	8.697	52%
Total	22	4.687	145%	1.063	59%	2.445	8%	8.195	24%

Font: elaboració pròpia a partir de les dades del cens 2001 i del cens 2011 de l'Institut Nacional d'Estadística.

rament en els municipis turístics diversificats, fins i tot per damunt de les ciutats mitjanes i grans. S'observen, doncs, comportaments diferenciats en la variació del pes de treballadors creatius durant el període 2001-2011, que és, d'altra banda, un període directament afectat per la crisi econòmica.

Si es té en compte la variació en cada tipologia de municipi, s'observa que en els turístics especialitzats la variació en el nombre de treballadors creatius és menor que el total de residents ocupats excepte en la tipologia de supercreatius que, tot i estar per sota de la mitjana catalana, es dobla. Aquest és un comportament tendencial similar al de les ciutats petites catalanes. Diferentment en els casos dels municipis turístics vacacionals i diversificats, la variació del total de professionals creatius supera amb escreix la variació del total d'ocupats i, d'altra banda, també, la mateixa mitjana catalana de variació de creatius. De fet és en els municipis turístics diversificats on aquesta variació total és més alta. També ho és en les categories de bohemis i professionals. Es tracta d'un comportament, d'altra banda, que s'aproxima tendencialment, en les categories de supercreatius i bohemis, al que tenen les ciutats mitjanes no turístiques amb la singularitat que en aquestes darreres els professionals disminueixen durant el període analitzat.

Els resultats semblen mostrar, doncs, una certa correspondència entre municipis turístics especialitzats i ciutats petites i entre municipis turístics vacacionals i diversificats i ciutats mitjanes i grans. Aquesta circumstància reforça, a priori, la necessitat de comprendre la naturalesa complexa dels municipis turístics en el context del sistema metropolità català des de la perspectiva del paper que hi juguen com a ciutats més enllà de la seva condició atractora de turistes. Això és així en la mesura que, diferentment al que es podria pensar de manera intuïtiva, tenen un comportament significatiu en l'atracció residencial dels diferents tipus de treballadors creatius catalans i, per tant, en la seva capacitat i potencialitat d'atraure per residir-hi població generadora de valor més enllà de les ocupacions turístiques convencionals.

Atès que sembla que la grandària del municipi té un paper important en la determinació d'aquest paper es proposa a continuació observar amb més detall l'impacte de la grandària dels municipis turístics en l'evolució de la seva capacitat d'atracció de treballadors creatius. Efectivament, els resultats específics per als municipis turístics especialitzats (taula 6) semblen confirmar que la grandària urbana afecta de manera directa l'atracció de residents creatius en aquesta tipologia de municipis. Així en els municipis turístics especialitzats de dimensió mitjana, els cre-

atius s'incrementen entre els anys 2001 i 2011 en un 36% en conjunt (un 147% pel que fa als supercreatius) mentre que als petits se n'hi troben un 41% menys. Aquesta pèrdua es dona en els tres subgrups de treballadors creatius, i resulta especialment important el valor relatiu de la disminució de bohemis, que es redueix a la meitat.

La tendència en els municipis turístics vacacionals (taula 7) és similar amb un decrement total de creatius en els municipis petits però amb un creixement important de supercreatius en els mitjans i grans. Destaca, en particular, l'increment de bohemis en els municipis vacacionals grans, que és el més alt entre els observats en les diferents anàlisis (197%).

La tendència es repeteix en municipis turístics diversificats (taula 8). Aquesta categoria inclou, en termes generals, ciutats mitjanes, incloses capitals comarcals i provincials, amb funció turística rellevant a més de ciutats litorals on el turisme ha tingut un paper determinant en l'evolució d'aquestes durant el darrer mig segle però amb manteniment o desenvolupament d'altres activitats productives i residencials. Són, per tant, també en termes generals, municipis que tenen un comportament molt similar al que s'observa en les ciutats de dimensió equivalent. Com a conseqüència s'observa, tendencialment, la pèrdua de creatius professionals en els municipis petits i mitjans d'aquesta categoria i de bohemis en els petits, mentre que la variació en els mitjans i grans en aquesta categoria és molt elevada. Destaca com a única diferència remarcable la pèrdua del 3,6% de treballadors creatius professionals en els municipis mitjans.

Un cop observats els resultats evolutius segons la grandària dels municipis turístics es pot convenir que, en termes d'atracció de residents creatius, els municipis turístics catalans tenen especial rellevància en el sistema metropolità català en algunes

tipologies. Així, malgrat algunes tendències comunes amb la resta de ciutats catalanes s'observa, específicament i de manera diferencial, que:

- Els municipis turístics especialitzats de dimensió mitjana, vacacionals mitjans i grans i diversificats grans han estat especialment atractius per a treballadors supercreatius i professionals.
- Els municipis turístics vacacionals grans i diversificats grans han estat especialment atractius per a treballadors bohemis.

Aquesta constatació, a banda de permetre reflexionar sobre el paper de les ciutats mitjanes catalanes i de la mateixa Barcelona en l'estructura metropolitana catalana i de la relocalització de treballadors creatius des dels llocs centrals, que és on tradicionalment s'han localitzat segons les anàlisis clàssiques (Clifton, 2008; Hansen i Niedomysl, 2009; Boschma i Fritsch, 2009; Clifton *et al.*, 2013; Lorenzen i Andersen, 2007) cap a les perifèries urbanes durant el període 2001-2011, en una situació, d'altra banda, de crisi, porta necessàriament a reflexionar sobre el paper que tenen i poden tenir a Catalunya els diferents tipus de municipis turístics no ja en termes clàssics d'atracció de visitants sinó en termes de localització residencial de treballadors amb capacitat de generar valor.

És clar que, d'altra banda, tal com s'observa en el mapa 3, aquesta capacitat no és igual en tots els municipis, fins i tot quan es tracta d'una mateixa categoria. Així, mentre que hi ha alguns municipis turístics que lideren la captació i localització residencial de treballadors creatius, altres no participen en aquesta dinàmica. De fet, s'observa, en primer lloc, que només una part dels municipis turístics atrauen creatius de les tres categories. Entre aquests hi ha, majoritàriament, els municipis turístics diversificats que, com s'ha comentat, inclouen tant ciutats mitjanes capitals i de l'entorn de Barcelona amb funció turística com muni-

Taula 8. Evolució dels treballadors creatius en els municipis turístics diversificats segons grandària, 2001-2011

Municipis turístics diversificats	Nre.	Supercreatius		Bohemis		Professionals		Total creatius	
		Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%
Petits	29	304	28,3	-399	-53,9	-4.185	-40,3	-4.280	-35,1
Mitjans	3	820	130	381	117	-240	-3,59	961	12,6
Grans	11	21.286	177	8.917	159	28.325	29,4	58.528	51,38
Total	43	22.410	163	8.899	133	23.900	21	55.209	41

Font: elaboració pròpia a partir de les dades del cens 2001 i del cens 2011 de l'Institut Nacional d'Estadística.

Mapa 3. Municipis turístics catalans segons el nombre de subgrups de treballadors creatius que atrauen, 2002-2011

el nombre de subgrups de treballadors creatius

LLEGENDA

Atracció de subgrups creatius

No atrauen cap subgrup

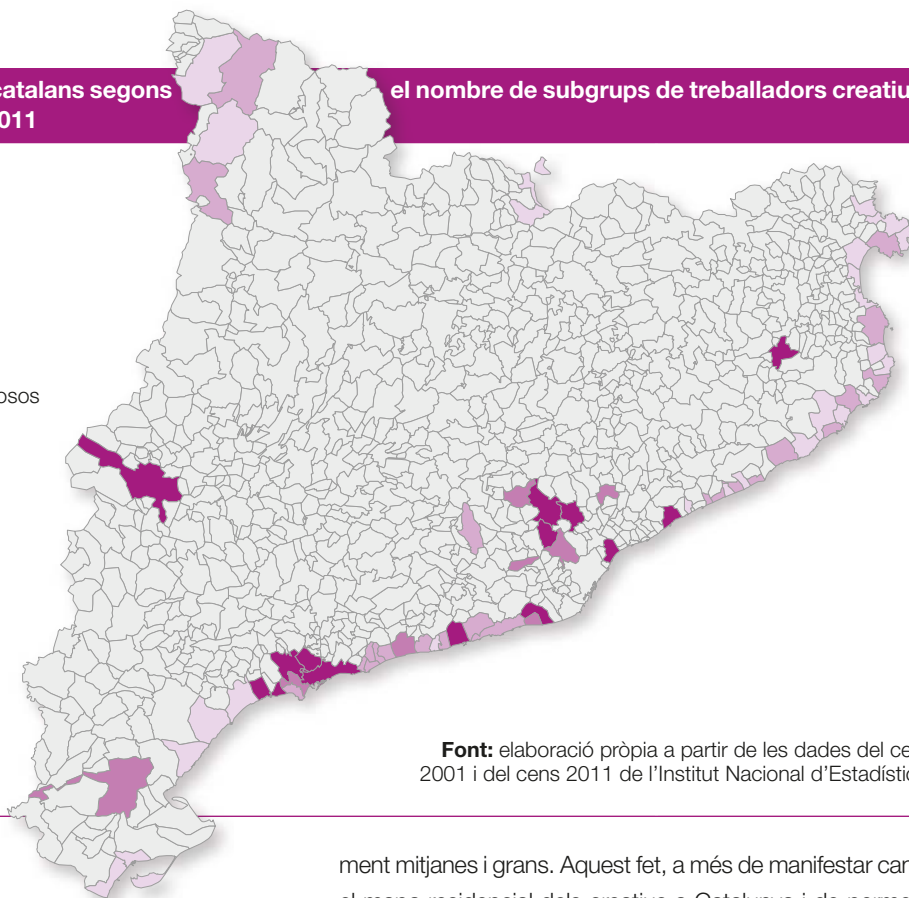
Atrauen un subgrup

Atrauen dos subgrups

Atrauen tres subgrups

Municipis no turístics i exclosos

25 0 25 50 75 100 km



Font: elaboració pròpia a partir de les dades del cens 2001 i del cens 2011 de l'Institut Nacional d'Estadística.

cipis clarament organitzats i orientats al turisme com, per exemple, Cambrils. L'existència de municipis turístics que atrauen dos tipus de treballadors creatius segueix aquesta mateixa pauta incloent-hi municipis també amb pes turístic com Vila-seca o el Vendrell. Finalment, els municipis turístics que només atrauen un tipus de treballadors creatius es multipliquen a la costa de Barcelona, la Costa Daurada i la Costa Brava. Aquesta mateixa tendència s'observa, amb menys quantitat, al Pirineu de Lleida. En tot cas, el mapa resultant permet identificar una certa continuïtat urbana metropolitana pel que fa a l'atracció de residents creatius que, al sud de Barcelona, arriba fins a Cambrils i, al nord, fins a Lloret de Mar (a partir d'aquest municipi al litoral nord la continuïtat es fa menys compacta).

3. Conclusions

L'aportació que s'ha realitzat en aquesta anàlisi s'ha centrat en l'atracció residencial de treballadors creatius en municipis turístics. Els resultats semblen indicar, a més d'un paper fins ara poc evident dels municipis turístics com a espais de residència de treballadors creatius, una dinàmica metropolitana durant el període 2001-2011 de relocalització des de la ciutat de Barcelona cap a les corones metropolitanes i, de manera selectiva, cap a determinats municipis turístics a més d'altres ciutats principal-

ment mitjanes i grans. Aquest fet, a més de manifestar canvis en el mapa residencial dels creatius a Catalunya i de permetre incorporar plenament les destinacions turístiques en el sistema residencial metropolitana més enllà de la seva funció productiva associada a l'atracció de visitants, porta a pensar en l'existència de processos que poden servir per potenciar noves capacitats productives i oportunitats econòmiques en un context laboral –el català– en termes generals precaritzat. No s'ha de perdre de vista, de tota manera, que no tots els municipis turístics obtenen guanys pel que fa a població creativa resident. Per tant, caldrà continuar preguntant en ulteriors anàlisis sobre què fa que determinades destinacions turístiques s'hagin convertit en espais preferents de localització de residents creatius tal com també han apuntat altres estudis (González Reverté *et al.*, 2016; Romero-Padilla *et al.*, 2016).

De fet, a partir dels resultats que s'han obtingut sembla que seria convenient analitzar en detall quines són les característiques dels municipis turístics que atrauen els treballadors creatius a l'hora de triar la residència. En aquest punt, i amb la vista fixada en el futur, sembla que s'obre una línia de recerca a desenvolupar amb l'objectiu de cercar respostes en la línia de la teoria clàssica dels factors o condicions necessàries per a l'aglomeració de treballadors creatius: les quatre tes teoritzades per Florida (Florida, 2002; Florida, 2005) i definides com la tolerància, el ta-

lent, la tecnologia i el territori. En segon lloc, es pot avaluar, si és convenient, el paper d'altres factors com la percepció que les persones tenim sobre els llocs, la seva qualitat i la qualitat de vida, les seves característiques econòmiques (en aquest sentit és d'interès destacar que a partir dels resultats obtinguts es pot fer el supòsit que la diversificació econòmica en paral·lel amb la grandària té un paper important en l'atracció de residents creatius com a factor d'atracció diferencial), la integració metropolitana, el temps emprat en la mobilitat residència-treball o residència-lleure o les contingències dels mercats de treball municipal, de la rodalia o del sistema metropolità en general.

De fet, els resultats poden estimular noves recerques tant en l'àmbit turístic com en el geogràfic, urbanístic, sociològic i econòmic així com també des de la perspectiva de la governança de les destinacions i, per extensió, del sistema metropolità català. En aquest sentit, i coneixent l'estreta relació existent entre l'aglomeració de treballadors creatius, un atur inferior i una renda més alta d'aquests treballadors creatius, caldrà observar si els municipis que atrauen, encara que sigui només com a residents, aquest tipus de treballadors poden generar polítiques específiques que permetin aprofitar les oportunitats que poden ocasionar (Rovira Soto i Anton Clavé, 2014; Anton Clavé i Wilson 2017). Especialment si es confirma que la seva presència en determinats municipis turístics és conseqüència de la descentralització demogràfica des del cor metropolità. Cal preguntar finalment si el procés migratori que afecta les ciutats turístiques té un component selectiu centrat en l'atracció de grups com els treballadors creatius o, ampliant l'espectre de l'anàlisi, afecta altres subgrups de treballadors. Igualment, caldrà abordar si la localització residencial dels treballadors creatius genera situacions de desigualtat urbana, social i econòmica (especialment tenint en compte l'elevat component laboral amb menys qualificació que sol caracteritzar el treball en el sector turístic) a escala metropolitana. Una altra cosa seria, finalment, vincular les dinàmiques observades a factors explicatius de la presa de decisions de les persones en períodes de crisi i incertesa econòmica.

Tot plegat ens mena, d'altra banda, a poder analitzar des d'una perspectiva evolutiva complexa (Anton Clavé i Wilson, 2017; Sanz-Ibáñez i Anton Clavé, 2014; Stock i Lucas, 2012; Équipe MIT, 2002) la transformació dels municipis turístics catalans durant la primera dècada del segle XXI i el seu paper en la configuració de l'actual estructura urbana catalana. De fet, els resultats obtinguts permeten confirmar hipòtesis de treball sobre el paper del turisme en la urbanització del territori com la formulada de

manera pionera per Mullins (Mullins, 1991). La seva hipòtesi és que les ciutats turístiques representen una forma d'urbanització singular que, més enllà de la seva funció com a llocs d'atracció de turistes, configura sistemes metropolitans en el mitjà i llarg termini. En aquest context, en definitiva, la pregunta clau que cal fer és com es relaciona la revolució turística –capaç de generar noves estructures urbanes i de transformar les heretades– amb l'emergència de les noves oportunitats derivades de la incorporació de noves funcions residencials i productives en un context metropolità. En aquest sentit, autors com Stock (Stock *et al.*, 2014) parlen del capital social de les destinacions i examinen com l'agència col·lectiva pot generar dinàmiques de metamorfosi que, tot i mantenir la funció vacacional, generen una nova naturalesa urbana.

Referències

- Andersen, K. V. et al.** (2010). "One Size Fits All? Applying the Creative Class Thesis onto a Nordic Context". *European Planning Studies*, vol. 18, núm. 18, p. 1591-1609. Disponible a <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09654313.2010.504343> [accés 24 de febrer de 2017].
- Anton Clavé, S. A.; Wilson, J.** (2017). "The evolution of coastal tourism destinations: a path plasticity perspective on tourism urbanisation". *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 1, núm. 25, p. 96-112. Disponible a <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2016.1177063>.
- Arvidsson, A.** (2007). *Advertising and the Underground*, p. 8-23.
- Báez, J. M.; Bergua, J. A.; Pac, D.** (2014). "The Creative Class and the Creative Economy in Spain". *Creativity Research Journal*, vol. 4, núm. 26, p. 418-426. Disponible a <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10400419.2014.961769> [accés el 30 de maig de 2017].
- Boix, R.; Trullén, J.** (2012). "Policentrismo y estructuración del espacio: una revisión crítica desde la perspectiva de los programas de investigación". *ACE: Architecture, City and Environment*, vol. 18, núm. 6, p. 27-54.
- Boschma, R. A.; Fritsch, M.** (2009). "Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries". *Economic Geography*, vol. 4, núm. 85, p. 391-423. Disponible a <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1944-8287.2009.01048.x> [accés el 24 de febrer de 2017].
- Català, L.** (2016). *El turisme a l'EURAM. La xarxa de costa*. València: Institut Ignasi Vilallonga d'Economia i Empresa.
- Clifton, N.** (2008). *The "creative class" in the UK: An initial analysis*. Geografiska Annaler, Series B: Human Geography, 90, p. 63-82.
- Clifton, N.; Cooke, P.; Hansen, H. K.** (2013). "Towards a Reconciliation of the "Context-less" with the "Space-less"? The Creative Class across Varieties of Capitalism: New Evidence from Sweden and the UK". *Regional Studies*, vol. 2, núm. 47, p. 201-215. Disponible a: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00343404.2012.665991> [accés el 30 de maig de 2017].
- Donegan, M. et al.** (2008). "Which Indicators Explain Metropolitan Economic Performance Best? Traditional or Creative Class". *Journal of the American Planning Association*, vol. 2, núm. 74, p. 180-195. Disponible a <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/019443608.01944948> [accés el 24 de febrer de 2017].
- Équipe MIT** (2002). *Tourisme 1. Lieux communs, Paris, Berlin*.
- Florida, R.** (2002). *The Rise of Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Nova York: Basic Books.
- Florida, R. L.** (2008). *Who's your city? : how the creative economy is making where to live the most important decision of your life*. Nova York: Basic Books.

- Florida, R.** (2005). *Cities and Creative Class*. London: Routledge.
- Florida, R.** (2010). *La receta es: talento, tolerancia y tecnología. HitBarcelona*. Disponible en <https://www.creativeclass.com/rfcdgdb/articles/4-5.pdf>.
- Florida, R. L.** (2017). *The new urban crisis : how our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class-- and what we can do about it*. Disponible a https://books.google.es/books/about/The_New_Urban_Crisis.html?id=hOJHDQAAQBAJ&redir_esc=y [accés el 18 de maig de 2017].
- Florida, R.; Mellander, C.** (2014). *The Geography of Inequality: Difference and Determinants of Wage and Income Inequality across US Metros. Regional Studies, 0*. Disponible a <http://www.tandfonline.com/loi/cres20> [accés el 30 de maig de 2017].
- Gabe, T.; Florida, R.; Mellander, C.** (2012). *The Creative Class and the crisis 1.50 1.5.*, p. 1-17.
- García-López, M. Á.** (2012). "Policentrismo y suburbanización en Barcelona". *Architecture, City and Environment*, vol. 18, núm. 6, p. 55-68.
- García Coll, A.; López Villanueva, C.; Pujades Rúbies, I.** (2012). *El impacto de la crisis económica en el proceso de metropolización. El nuevo rol del urbanismo*. A XII Congreso de Población Española. Santander.
- González Reverté, F.; Anton-Clavé, S.** (2014). *The formation of tourist cities and their effect on the Spanish Mediterranean Urban System. In International Workshop of the Regional Studies Association. Research Network on Tourism and Regional Development*.
- González Reverté, F.** (2003). "El proceso de urbanización en Cataluña. Una visión de las áreas perimetropolitanas del litoral". *Ería* vol. 60, p. 17-31. Disponible a http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=653485&orden=64372.
- González Reverté, F., et al.** (2016). "La localización de la clase creativa en ciudades turísticas. Un análisis a escala local del sistema urbano mediterráneo español". *Investigaciones Turísticas*, vol. 11, núm. 11, p. 1-29. Disponible a <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5561085&orden=0&info=link%5Cnhttps://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=5561085> [accés el 24 de febrer de 2017].
- Haisch, T.; Klöpper, C.** (2015). "Location choices of the creative class: Does Tolerance make a difference?". *Journal of Urban Affairs*, vol. 3, núm. 37, p. 233-254. Disponible a <http://doi.wiley.com/10.1111/juaf.12148> [accés el 24 de febrer de 2017].
- Hansen, H. K.; Niedomysl, T.** (2009). "Migration of the creative class: evidence from Sweden". *Journal of Economic Geography*, núm. 9, p. 191-206.
- Jacobs, J.** (1969). "The Death and Life of Great American Cities". *Modern Library*, p. 458.
- Krätke, S.** (2010). "'Creative cities' and the rise of the dealer class: A critique of Richard Florida's approach to urban theory. *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 4, núm. 34, p. 835-853.
- Lawton, P., Murphy, E. & Redmond, D.** (2013). "Residential preferences of the 'creative class'?" *Cities*, núm. 31, p. 47-56.
- Lazzeretti, L.; Capone, F.; Innocenti, N.** (2016). "The evolution of 'creative economy'". *Research*, p. 26.
- Lorenzen, M.; Andersen, K. V.** (2007). *The Geography of the European Creative Class: A Rank-Size Analysis*. Disponible a www.druid.dk [accés el 13 de juny de 2017].
- Mallarach Isern, J.; Vilagrasa i Ibarz, J.** (2002). "Los procesos de desconcentración urbana en las ciudades medias españolas". *Ería. Revista Cuatrimestral de Geografía*, núm. 57, p. 57-70. Disponible a <http://www.unioviado.net/reunido/index.php/RCG/article/view/1402/0>.
- Markusen, A.** (2006). "Urban development and the politics of a creative class: evidence from a study of artists". *Environment and Planning A*, núm. 38, p. 1921-1940. Disponible a <http://www.hhh.umn.edu/projects/prie/> [accés el 24 de febrer de 2017].
- Masip Tresserra, J.; Roca Cladera, J.** (2012). "Anàlisi retrospectiva del sistema Metropolità de Barcelona i la seva influència en l'estructura urbana". *Architecture, City and Environment*, vol. 18, p. 100-138. Disponible a https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/11683/ACE_SE_23.pdf [accés el 7 de juliol de 2017].
- Mullins, P.** (1991). "Tourism Urbanization". *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 3, núm. 15, p. 326-342. Disponible a <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1468-2427.1991.tb00642.x> [accés el 6 de novembre de 2017].
- Nel-lo, O.** (2010). "Les dinàmiques territorials a la Regió Metropolitana de Barcelona (1985-2006). Hipòtesis interpretatives". *Papers: Regió Metropolitana de Barcelona: territori, estratègies, planejament*, núm. 51, p. 16-27. Disponible a <http://www.raco.cat/index.php/PapersIEMRB/article/view/205315>.
- Prada Trigo, J.** (2015). "El debate de la creatividad y la economía en las ciudades actuales y el papel de los diferentes actores: algunas evidencias a partir del caso de estudio de Madrid". *Investigaciones Geográficas. Boletín del Instituto de Geografía*, vol. 87, núm. 2015, p. 62-75.
- Romero-Padilla, Y.; Navarro-Jurado, E.; Malvárez-García, G.** (2016). "The potential of international coastal mass tourism destinations to generate creative capital". *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 4, núm. 24, p. 574-593. Disponible a <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2015.1101125> [accés el 6 de març de 2017].
- Rovira Soto, M. T.; Anton-Clavé, S.** (2014). "De destino a ciudad. La reformulación urbana de los destinos turísticos costeros maduros. El caso de la Costa Daurada central". *Architecture, City and Environment*, núm. 25, p. 373-392. Disponible a <http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/14914/3632-525-2-RV.pdf?sequence=7&isAllowed=y> [accés el 22 de juny de 2017].
- Sanz-Ibáñez, C.; Anton Clavé, S.** (2014). "The evolution of destinations: towards an evolutionary and relational economic geography approach". *Tourism Geographies*, vol. 4, núm. 16, p. 563-579. Disponible a <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616688.2014.925965>.
- Stock, M., et al.** (2014). *The circulation of wealth resort development and tourist capital of place*. Disponible a [https://www.unine.ch/files/live/sites/maps/files/shared/documents/wp/WP_5_2014_MS_et_al_\(2\).pdf](https://www.unine.ch/files/live/sites/maps/files/shared/documents/wp/WP_5_2014_MS_et_al_(2).pdf) [accés el 6 de novembre de 2017].
- Stock, M.; Lucas, L.** (2012). "La double révolution urbaine du tourisme". *Espaces et Sociétés*, vol. 151, núm. 3, p. 15-30.
- Stolarick, K.; Currid-Halkett, E.** (2013). "Creativity and the crisis: The impact of creative workers on regional unemployment". *Cities*, núm. 33, p. 5-14. Disponible a <http://dx.doi.org/10.1016/j.cities.2012.05.017>.
- Strykiewicz, T.** (2010). "Location Factors of the Creative and Knowledge-Intensive Industries in European Metropolitan Regions". *Geografický časopis/Geographical Journal*, vol. 1, núm. 62, p. 3-19.
- Tomić, V.** (2013). "The creative class: Truth or urban myth". *Universitatis-series: Architecture and Civil Engineering*. Disponible a <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0354-46051302179T> [accés el 24 de febrer de 2017].
- Tremblay, Rémy; Chicoine, H.** (2011). "Urban and regional creative class theories" *Regional and Sectoral Economic Studies*, vol. 1, núm. 11.
- Vinuesa, J.** (1996). "Dinámica de la población urbana en España (1857-1991)". *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, 28, p. 185-216.
- You, H.; Bie, C.** (2017). "Creative class agglomeration across time and space in knowledge city: Determinants and their relative importance". *Habitat International*, núm. 60, p. 91-100. Disponible a <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0197397516306476> [accés el 30 de maig de 2017]. ■

Annex. Equivalències de les ocupacions creatives

Subgrup creatiu	Codi ISCO	Codi INE-CNO11
Supercreatus	Physical and Earth Science Professionals (211)	241. Físics, químics, matemàtics i afins 242. Professionals de les ciències naturals 243.244. Enginyers en general 245. Arquitectes i urbanistes
	Computing professionals (214)	271.272.382. Informàtics
	Life science professionals (221)	242. Professionals de les ciències naturals 213. Veterinaris
	College, university and high education teachers (231)	221. Professors universitaris i d'altres ensenyaments superiors
	Archivist and libraries (243)	421. Treballadors d'arxius, biblioteques i assimilats
	Social Sciences (244)	282. Sociòlegs, historiadors i altres professionals de les ciències socials
	Public service administration professionals (247)	102. Personal directiu de les administracions públiques
	Legislators, senior officers and managers (1)	111. Poder executiu, legislatiu i judicial. Govern local
Professionals	Physical and engineering associated professionals (31)	246.247.248. Professionals i tècnics associats 312.313.314. Tècnics de les ciències físiques, químiques i de les enginyeries 381. Tècnics en operacions de les TIC
	Nursing and midwifery professionals (223)	212. Infermers i llevadors
	Business professionals (241)	111. Directors generals i presidents executius 112. Direcció departament producció 281. Economistes
	Legal professionals (242)	231. Advocats i fiscals 232. Jutges i magistrats 239. Altres professionals del dret
	Life science and health association professionals (32)	311. Tècnics de les ciències naturals i professionals auxiliars 214. Farmacèutics
	Finance and Sales professionals (341)	261. Especialistes en finances 265. Professionals de les vendes 121.122. Directors comercials, de publicitat i R+D 411. Treballadors comptables i financers
	Business services agents and trade borrowers (342)	No hi ha una categoria assimilable
	Administration associated professionals (343)	262.340. Professionals administratius varis
	Police inspectors and detectives (345)	591 i 592. Professionals de la seguretat (Guàrdia Civil i Policia Nacional) 593. Bombers
	Social work associated professionals (346)	No hi ha una categoria assimilable
	Health Professionals (22)	211. Metges
	Teaching Professionals (23)	215. Altres professionals de la sanitat 222. Professors de formació professional 223. Professors d'ESO 224. Professors d'ensenyament primari 225. Mestres i educadors infantils 231. Professors i tècnics de l'educació especial 232. Altres professors i professionals de l'ensenyament 312. Tècnics de sanitat 331.332. Altres tècnics de sanitat
	Writers and creative or performing artists (245)	292. Escriptors i periodistes 293. Artistes de la creació i de la interpretació
	Photographers and image and sound (3131)	383. Tècnics en enregistrament audiovisual, radiodifusió i telecomunicacions 772. Oficials i operaris de les arts gràfiques
	Artistic, entertainment and sport (347)	372. Professionals del món artístic, de l'espectacle i dels esports 373. Tècnics i professionals de suport d'activitats culturals, artístiques i culinàries
Bohemis	Fashions and other models (521)	No hi ha una categoria assimilable