



Detalles sobre la publicación, incluyendo instrucciones para autores e información para los usuarios en: <http://espacialidades.cua.uam.mx>

Alejandro Mercado Celis (CISAN, Universidad Nacional Autónoma de México, México).

Marcos Valdivia y Juan R. Cuadrado-Roura, coords., *La economía de las actividades creativas: una perspectiva desde España y México*. Cuernavaca: Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM/Universidad de Alcalá, 2017 (Economía, 154). ISBN: 978-607-02-9533-1, en <<https://www.crim.unam.mx/web/node/2272>> pp. 103-107.

Fecha de publicación en línea: octubre 2020

DOI: www.doi.org/10.24275/uam/cua/dcsh/esp/2020v10n1/Mercado

© Alejandro Mercado Celis (2020). Publicado en *Espacialidades*. Todos los derechos reservados. Permisos y comentarios, por favor escribir al correo electrónico: revista.espacialidades@correo.cua.uam.mx

ESPACIALIDADES. Revista de temas contemporáneos sobre lugares, política y cultura Volumen 10, Núm. 01, enero-junio de 2020, es una publicación semestral de la Universidad Autónoma Metropolitana, a través de la Unidad Cuajimalpa, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Ciencias Sociales, editada en la Ciudad de México, México. Con dirección en [Av. Vasco de Quiroga 4871, Cuajimalpa, Lomas de Santa Fe, CP: 05300, Ciudad de México, México](http://www.vascoquiroya.com). Página electrónica de la revista: <http://espacialidades.cua.uam.mx/> y dirección electrónica: revista.espacialidades@correo.cua.uam.mx. Editora en jefe: Dra. Fernanda Vázquez Vela. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del Título número 04-2018-072414222300-203, ISSN: 2007-560X, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número: María Fernanda Flores Torres (Dendrita Publicidad S. A. de C. V.), [Temístocles núm. 79, int. 3, Colonia Polanco IV Sección, Alcaldía Miguel Hidalgo, C.P. 11550, Ciudad de México](http://www.temistocles.com); Fecha de última modificación: octubre del 2020. Tamaño de archivo 271 KB.

Espacialidades. Revista de temas contemporáneos sobre lugares, política y cultura tiene como propósito constituirse en un foro de discusión académica que aborda la compleja, contradictoria y multicausal relación entre el espacio y la vida social. *Espacialidades* se inscribe en el debate académico internacional sobre el giro espacial en las ciencias sociales e invita al análisis de diversas prácticas sociales y formas de organización y acción política desde una perspectiva multidisciplinaria que ponga énfasis en las diferentes escalas territoriales. Los textos publicados incorporan métodos y problemas tratados desde la sociología, la ciencia política, la economía, los estudios urbanos, la geografía, los estudios culturales, la antropología, la literatura, el psicoanálisis y el feminismo, entre otros.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del comité editorial.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa.

Directorio

RECTOR GENERAL: Dr. Eduardo Abel Peñalosa Castro

SECRETARIO GENERAL: Dr. José Antonio De los Reyes Heredia

Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa

RECTOR: Dr. Rodolfo René Suárez Molinar

SECRETARIO DE UNIDAD: Dr. Álvaro Julio Peláez Cedrés

División de Ciencias Sociales y Humanidades

DIRECTOR: Dr. Roger Mario Barbosa Cruz

JEFE DE DEPARTAMENTO: Dr. Gabriel Pérez Pérez

Revista Espacialidades

DIRECTORA: Dra. Fernanda Vázquez Vela

ASISTENTE EDITORIAL: Mtra. Maricruz Gómez López, Mtra. Evelyn Guadalupe Cazares Jiménez

ADMINISTRACIÓN DEL SITIO WEB: Orlando Hernández Hernández

EDICIÓN TEXTUAL Y CORRECCIÓN DE ESTILO: Mtro. Hugo Espinoza Rubio

FOTOGRAFÍA DE LA PORTADA: © 2020 John Simitopoulos en Unsplash @john_simitopoulos, <https://unsplash.com/photos/ES2wTd6wztQ>

COMITÉ EDITORIAL: Dra. Montserrat Crespi-Valbona (Universitat de Barcelona, España), Dra. Verónica Crossa (El Colegio de México, México), Dra. Marta Domínguez Pérez (Universidad Complutense de Madrid, España), Dr. Marco Aurelio Jaso Sánchez (Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa, México), Dra. Graciela Martínez-Zalce (Universidad Nacional Autónoma de México, México), Dr. Alejandro Mercado (Universidad Nacional Autónoma de México, México), Dr. Jorge Montejano Escamilla (Centro de Investigación en Geografía y Geomática "Ing. Jorge L. Tamayo", México), Dra. Analiese Marie Richard (Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa, México), Dra. Rocío Rosales Ortega (Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México), Dr. Vicente Ugalde (El Colegio de México, México).

COMITÉ CIENTÍFICO: Dr. Tito Alegría (Colegio de la Frontera Norte), Dra. Miriam Alfie (Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa), Dr. Mario Casanueva (Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa), Dra. Claudia Cavallin (Universidad Simón Bolívar, Venezuela), Dr. Humberto Cavallin (Universidad de Puerto Rico), Dra. Flavia Freidenberg (Universidad de Salamanca, España), Dra. Clara Irazábal (Columbia University, Estados Unidos), Dr. Jorge Lanzaro (Universidad de la República, Uruguay), Dr. Jacques Lévy (École Polytechnique Fédérale de Lausanne, Francia), Scott Mainwaring (University of Notre Dame, Estados Unidos), Miguel Marinas Herrera (Universidad Complutense, España), Edward Soja † (University of California, Estados Unidos), Michael Storper (London School of Economics, Reino Unido).

Marcos Valdivia y Juan R. Cuadrado-Roura, coords.,
La economía de las actividades creativas: una perspectiva desde España y México.
**Cuernavaca: Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM/
 Universidad de Alcalá, 2017 (Economía, 154).**

ISBN: 978-607-02-9533-1

en <<https://www.crim.unam.mx/web/node/2272>>

Históricamente, las industrias creativas en México han tenido una gran importancia en términos culturales y económicos. Grandes grupos empresariales mexicanos nacieron y se expandieron a partir de sectores como el cine, la radio, la televisión y la publicidad. En el ámbito cultural, tanto la producción artística, como las artes populares, han sido reconocidos a escala mundial y en la actualidad ocupan espacios relevantes en los mercados internacionales. Los sectores creativos son cada vez más una de las principales opciones laborales para los jóvenes que se integran a la vida económica. Mercados laborales caracterizados por demandar altos niveles educativos y sensibilidad cultural.

No obstante lo anterior, la investigación sobre las industrias creativas mexicanas, desde una perspectiva económica, no se ha desarrollado tanto como en otros países. El trabajo que han coordinado Valdivia y Cuadrado-Roura contribuye a fundamentar este campo de estudio en México, así como a establecer una base común para la discusión al identificar áreas de estudio y problemas de investigación concretos.

Las industrias creativas presentan varios retos para la investigación académica: demandan ser investigadas desde diversos campos disciplinarios. Su definición misma (ser actividades productivas con un alto contenido estético y simbólico) apela inmediatamente a la contribución desde los campos de la investigación económica, sociológica, cultural y estética; pero también desde los estudios urbanos y regionales, simplemente porque estas industrias cambian el perfil de las ciudades y regiones en sus estructuras espaciales internas y en las relaciones que se establecen entre sí. El conocimiento generado desde cada disciplina contribuye al mejor entendimiento del sector y nutre a los demás enfoques disciplinarios.

El volumen de Valdivia y Cuadrado-Roura sobre la economía de las actividades creativas reúne el trabajo de un grupo de economistas que buscan medir, entender y explicar el papel de estos sectores en la economía contemporánea, desde diferentes frentes temáticos y escalas geográficas. Para quienes no somos economistas, la contribución del equipo de Valdivia es fundamental por varias razones: permite un acercamiento rápido a un marco conceptual amplio y nutrido por una gran cantidad de autores; en términos metodológicos, ofrece una mirada directa al tipo de información disponible, a los instrumentos para su análisis y al tipo de preguntas formuladas desde esta posición disciplinaria (en particular para quienes se interesan en la dimensión espacial de los procesos económicos, este volumen ofrece también una síntesis teórica y una discusión empírica sobre las industrias creativas en diferentes escalas territoriales).

Amén de ser un libro extenso, reúne el trabajo de treinta y ocho autores, divididos en seis secciones o apartados, y diecinueve capítulos. Enuncio rápidamente las secciones, para darnos una idea de la diversidad de los temas aquí reunidos: la primera discute las formas de medición y fuentes estadísticas sobre las actividades creativas y culturales de España y México. La segunda se centra en el tema de la aglomeración y la localización de las actividades creativas. La tercera está dedicada a las actividades emprendedoras y las exportaciones que generan los servicios creativos. En la cuarta sección se tratan algunos aspectos de los mercados laborales. En el quinto, los autores trabajan sobre la productividad y las externalidades de las actividades creativas. La sexta y última contiene los nuevos temas de discusión en asuntos como la gobernanza, las macrorregiones socioculturales y el papel de la regiones periféricas y las ciudades pequeñas. Dada su extensión, en líneas subsiguientes me referiré sólo a algunos temas que permean a los capítulos y que me parece relevante comentar, sobre todo para el lector no economista.

En cuanto a las definiciones sobre industrias creativas y los sectores que las componen, aquí se ofrece una síntesis de esta discusión, muy útil para quien inicie o quiera profundizar en la investigación de estos temas. La definición de las

industrias creativas y los sectores que las componen es un área de intenso debate. Si bien se discute en todo el volumen, el primer capítulo, de Manuel Pérez Tapia, ofrece un minucioso recorrido por las definiciones existentes, sus diferencias y acuerdos a los que se ha llegado. Dicho trabajo también reúne las recomendaciones internacionales para la medición del sector económico de la cultura, como la Unctad, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), el Banco Interamericano de Desarrollo y la Unesco; asimismo expone los marcos de contabilidad nacional, como el Manual metodológico para la elaboración de cuentas satélite de cultura para su implementación en Latinoamérica, elaborado por la organización intergubernamental “Convenio Andrés Bello”.

En cada capítulo hay una discusión interesante sobre las características de las industrias creativas que dificultan su medición; qué ramas pertenecen a las industrias creativas y cuáles no es sólo una parte del problema de su medición; otras dificultades emanan de la gran informalidad que permea a estas actividades, la fuerte tendencia a organizarse por proyectos (grupos que se reconfiguran constantemente), y a un mercado laboral con rasgos dominantes de freelanceo. Todo lo anterior dificulta que estas actividades sean efectivamente registradas en las fuentes estadísticas existentes.

Asimismo, como aquí se explica, las actividades creativas, en mayor o menor grado, se vinculan con una gran cantidad de actividades no creativas, con las que establecen relaciones productivas de interdependencia, un subregistro de estas relaciones también genera una lectura reducida de la importancia del sector creativo en el conjunto de la economía. Más aún, las ramas creativas de producción inmaterial representan también retos de medición muy interesantes. Al respecto, el séptimo capítulo, de Cuadrado-Roura, aborda el problema de medir la exportación de servicios creativos debido a sus particularidades, como el requerimiento de

- a) Invertir directamente en el país destino, por la necesidad de interacción directa entre el productor-consumidor.
- b) La imposibilidad de almacenaje de los servicios creativos.
- c) Las limitaciones a la estandarización del servicio, lo que refuerza la necesidad de interacción cara a cara.
- d) Y el imperativo de responder a demandas específicas, acordes a idiosincrasias nacionales y locales.

Competitividad de las regiones periféricas

En la Introducción, los coordinadores señalan que “Las industrias creativas pueden florecer en regiones periféricas, es un fenómeno que no se limita a las regiones desarrolladas, aunque sigue teniendo un contexto local importante en su dinámica: pero el hecho de que esto último sea así, revela a su vez que la economía creativa tiene una dimensión local fundamental en su origen”. Las industrias creativas abrevan de la diferencia y la particularidad cultural, ya que ofrecen la posibilidad de generar nichos de mercado desde lo local, es decir, pueden cumplir un papel estratégico en las políticas de desarrollo para regiones periféricas o subdesarrolladas.

Cabe destacar también que, en diferentes capítulos, se ofrecen medidas de crecimiento, de participación en el mercado, de exportaciones, de retribuciones al trabajo, etc. La competitividad es una dimensión de análisis que siempre está presente, pues muchos trabajos (en particular desde la sociología económica, los estudios culturales y de desarrollo urbano y regional) no entran en la problemática de que estas industrias han de ser validadas en los mercados, además de que están sujetas a competir contra empresas, comunidades y regiones, con ventajas relativas y absolutas entre países.

Localización y trabajo creativo

En cuanto al fenómeno de la localización de las empresas y trabajo creativo, este volumen aporta una visión crítica de los procesos de localización intraurbana e interurbana. Hay una extendida percepción, por parte de los estudios urbanos y de sociología urbana, a asumir que las industrias creativas se concentran en espacios muy pequeños, dentro de las ciudades, o que es un fenómeno casi exclusivo de las metrópolis.

En el tercer capítulo, sobre la zona metropolitana de Barcelona, se reporta que “al analizar las pautas de localización de las industrias creativas en Cataluña [comprueban que] un buen número de municipios catalanes —incluso fuera de los

límites del área metropolitana de Barcelona— están altamente especializados en industrias creativas. Así pues, en este capítulo se cuestiona la visión dominante de que las industrias creativas se concentran sólo en unos cuantos distritos de las grandes ciudades.

Las comparaciones internacionales y las macroregiones culturales

Las comparaciones internacionales son importantes y permiten entender las particularidades nacionales de estas industrias. Los casos de España y México son tratados en varios capítulos, generando una gran cantidad de información relevante. En este libro se incorporan otras comparaciones, como ocurre en el sexto capítulo, sobre Norteamérica, en el cual se comparan las industrias creativas de México y Estados Unidos. Los datos son hasta cierto punto alarmantes: la participación de los sectores creativos de esta industria en Estados Unidos es abismalmente superior que en México: 21.3 contra 4.1 por ciento en 2007-2008.

Más allá de las diferencias entre ambos países, hay muchos temas que requieren atención en particular; creo que en esta región hay un funcionamiento transnacional de algunos sectores creativos, como la música y el cine, que compiten, pero también colaboran. Este punto demanda de mayor investigación en el futuro.

En cuanto a las macroregiones socioculturales, este volumen colectivo atiende el debate sobre una “región mediterránea de economía creativa —de la cual forman parte España, el sur de Italia y la región mediterránea de Francia—, que tiene un particular potencial y capacidad creativa asociada a una riqueza patrimonial histórico-cultural y particulares estilos de vida relativamente compartidos en la región”. Este tema se estudia a profundidad en el decimoséptimo capítulo, en el que sus autores reportan rasgos comunes dentro de esta macrorregión, y diferencias entre ésta y el norte de Europa, la primera centrada en sectores tradicionales (como publicidad, arquitectura, entretenimiento y editorial), y la segunda orientada a las TIC, lo que revela un rezago en la adopción de nuevas tecnologías en la región mediterránea.

En ese sentido, tal como se propone a lo largo de este trabajo, la macrorregión iberoamericana requiere de mayor investigación en esa escala geográfica, pues se debe investigar si compartir el español es una ventaja, frente a otros productores de contenido en otros idiomas, aspecto que se podría explotar. Otra pregunta de investigación frente a los hallazgos sobre la diferencia entre la región del Mediterráneo y del norte de Europa, es si Iberoamérica, además de constituir un amplísimo mercado lingüístico, con algunos recursos culturales compartidos, expresan un funcionamiento sustancialmente diferente a otras regiones del mundo, y si ello demanda ser teorizado.

La cuestión de la creatividad y el conocimiento

La creatividad como fuente de competitividad debe tratarse como un problema de estudio, más que como un factor exógeno que se da por hecho. Un ejemplo de esto es el decimotercer capítulo, intitulado “Creación y difusión del conocimiento de las actividades creativas: el caso de las zonas metropolitanas de España y México” de Marcos Valdivia López, que versa sobre los elementos (locales y translocales) que intervienen en la creatividad, y los espacios de intervención pública para potenciar la creatividad. La premisa de este capítulo es que “la creatividad es producto de la transmisión y la creación compartida de conocimiento entre los agentes (o sectores económicos), quienes desarrollan dinámicas de interacción social y aprendizaje colectivo: conocimiento común y el conocimiento no común (o diferencial). Cuando no existe un equilibrio entre estos dos elementos, se abre la posibilidad de una intervención pública para incrementar la creatividad”.

Una de las conclusiones del estudio que me parece muy interesante es acerca de cómo “se producen más externalidades de conocimiento si las zonas metropolitanas (en España y México) interactúan con otra zona metropolitana, en lugar de involucrarse en una dinámica intrametropolitana”. Esto nos conduce a cuestionar, de nueva cuenta, el énfasis intraurbano que permea los estudios de las industrias creativas. Me parece que aquí hay una línea de investigación importante respecto de las interacciones entre regiones.

Concluyo con el comentario e invitación a reflexionar sobre las diferencias de los sectores creativos con la manufactura, a lo largo de los apartados o secciones y capítulos, a través de los cuales se estudian las particularidades y

diferencias entre los sectores creativos y manufactureros; esto conduce a los autores a identificar problemas que surgen al recurrir a los modelos establecidos sobre las aglomeraciones productivas de manufacturas, así como a sugerir adecuaciones en los instrumentos de análisis y en los marcos explicativos, con la finalidad de poder estudiar las industrias creativas. Éste es el reto y la ruta de investigación que nos marca este volumen.

ALEJANDRO MERCADO-CELIS

Centro de Investigaciones sobre América del Norte,
Universidad Nacional Autónoma de México, México.

C.e.: <alejandromer@gmail.com>