

**VII Congreso Latinoamericano de Estudios del Trabajo. El Trabajo en el Siglo XXI.
Cambios, impactos y perspectivas**

GT 12 - O Trabalho Artístico e Técnico no Contexto da Indústria Cultural

Título de la ponencia

***Espacios y profesiones creativas en la ciudad de México. Transformaciones urbanas,
mercados hiperflexibles y distritos económicos***

Dr. Alejandro Mercado Celis

Coautoras Dra. Rocío Guadarrama Olivera y Dra. María Moreno Carranco

**Profesores investigadores del Departamento de Ciencias Sociales, Universidad
Autónoma Metropolitana,
Unidad Cuajimalpa
México, D.F.**

RESUMEN SIMPLE

Espacios y profesiones creativas en la ciudad de México. Transformaciones urbanas, mercados hiperflexibles y distritos económicos

Esta ponencia constituye un primer avance del proyecto del mismo nombre¹ que tiene como propósito estudiar la generación de distritos de alta concentración de empresas creativas relacionadas con las actividades artísticas en la Ciudad de México. Se trata de ampliar la información sobre la realización de diferentes economías de aglomeración alrededor del mundo del arte, conocer cómo esta aglomeración modifica los mercados de trabajo de los creadores, analizar la yuxtaposición privado-público en la actividad cotidiana de estas empresas y personas, así como entender la intensificación de interacciones en el espacio urbano, las transformaciones espaciales que acompañan los procesos creativos y las formas que adopta la participación ciudadana en la toma de decisiones sobre su entorno inmediato.

Bajo estas directivas exploramos el corredor cultural que atraviesa las colonias Roma-Condesa en el centro de la ciudad, y en el sur el eje conformado por Ciudad Universitaria, el centro de Coyoacán y San Ángel, que son un ejemplo de aglomeraciones que por las características con las que cuentan permiten el establecimiento, la reproducción y el crecimiento de ciertas profesiones creativas que tienen en común la abigarrada formación de redes de intercambio de conocimiento y la innovación permanente en los procesos de creación. Se trata de diseñadores y músicos, artistas gráficos y arquitectos que concentran su actividad y relaciones profesionales en estos espacios que se convierten en auténticos laboratorios para estudiar las implicaciones socioespaciales y de tejimiento de redes en el proceso de creación.

¹ Desarrollado por un equipo de profesores investigadores del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa, con financiamiento del CONACYT (Convocatoria Ciencia Básica, 2012).

RESUMEN AMPLIADO

Objetivo

Durante las dos últimas décadas algunas zonas de diversas ciudades alrededor del mundo se han ido transformando en lugares de concentración de actividad cultural y dinamismo económico. Esta transformación ha cambiado profundamente la configuración y el uso de los espacios, su estructura económica, los procesos de toma de decisiones y las formas de trabajo y de vida de los residentes de estas zonas. La apertura de cafés, bares, restaurantes, tiendas de especialidades y otros servicios de entretenimiento ha sido acompañada por una gama diversa de industrias creativas como agencias de publicidad, casas productoras, editoriales, despachos de arquitectura, empresas de diseño, entre otras. Estas nuevas empresas y sus actores cobran un papel preponderante en la toma de decisiones sobre la gobernanza territorial.

La concentración de múltiples actividades en áreas concretas de las ciudades ha dado lugar a un des-dibujamiento entre los espacios privados y públicos; los actores miembros de estas industrias usan los lugares públicos y semipúblicos como espacios de trabajo y actividad laboral. De manera paralela, se filtran espacios privados de vivienda de “freelancers” y de emprendedores. En México, la proximidad y yuxtaposición de lugares de trabajo y de vida cotidiana ha generado diferentes fenómenos de apropiación espacial, de movimientos de información, de crecimiento económico y de nuevas formas de participación social y empoderamiento. De ahí nuestro interés por entender la intensificación de estas interacciones en el espacio urbano, las transformaciones espaciales que las acompañan y las formas que adopta la participación ciudadana en la toma de decisiones sobre su entorno inmediato. La relevancia del análisis deriva de la hipótesis de que estos procesos generan, hasta cierto punto, un nuevo modelo de ciudad.

A partir de estos supuestos, en esta ponencia buscaremos demostrar que estas actividades y los creadores relacionados con el arte y la cultura se concentran espacialmente, y que en esos espacios se produce este nuevo tipo de ciudad. Estos patrones de aglomeración pueden ser socialmente excluyentes o incluyentes dependiendo del comportamiento de los mercados de empleo. Otros factores que intervienen en estos procesos de aglomeración son la consolidación de las redes de información entre

productores y consumidores; la oferta de productos y servicios; los vínculos entre los espacios públicos, semipúblicos y privados, y la utilización de la gobernanza territorial.

Metodología

Planteamiento teórico

Como punto de partida, y para enlazar las diferentes líneas particulares de esta investigación, nos aproximamos al concepto de *cluster* que en su sentido más estricto se refiere al funcionamiento de las actividades económicas que resultan de la interrelación entre una diversidad de actores, empresas, trabajadores, e instituciones en un espacio de proximidad y yuxtaposición.

Agregamos a esta definición de Porter (1998; 2004) otros elementos que resultan de interés para esta investigación. Nos referimos a: (a) el conjunto de actividades económicas interrelacionadas de forma vertical y horizontal a la cadena productiva aglomeradas territorialmente, (b) el conjunto de instituciones formales e informales (convenciones / reglas no escritas) que permiten la coordinación de dicha actividad (Storper 1997; 2004) y la difusión de información (Feldman y Audretsch, 2006; Malberg y Maskell 2006); (c) los mercados de trabajo vinculados a la actividad (Power y Lundmark 2004); (d) las redes sociales en las que está imbuida la actividad (Saxenian, 1994; Casper 2007) y (e) la infraestructura física y del medio ambiente construido en el que se realiza la actividad económica.

A partir de estos nodos críticos, consideramos necesario introducir otros enfoques que nos proporcionan las herramientas conceptuales necesarias para estudiar los espacios creativos. Nos referimos principalmente a los tres siguientes:

- 1) Estudios sobre las formas de la localización espacial de las empresas y los actores culturales.
- 2) Estudios sobre innovación, versatilidad y flexibilización del trabajo en los espacios creativos.
- 3) Estudios sobre la participación ciudadana en su entorno inmediato y en las políticas culturales orientadas a la zona

Para dar sustento empírico a esta propuesta, presentaremos avances de esta investigación en la que estudiamos el corredor cultural que atraviesa las colonias Roma-

Condesa en la Ciudad de México, y en el sur de la ciudad el eje conformado por Ciudad Universitaria, el centro de Coyoacán y San Ángel, que son un ejemplo de aglomeraciones que por las características con las que cuentan permiten el establecimiento, la reproducción y el crecimiento de las profesiones creativas mencionadas anteriormente. Nuestro interés se centrará en identificar los factores de aglomeración de estos profesionales y analizar las dinámicas de relación cara a cara que promueven el desarrollo de sus proyectos creativos.

Estrategia metodológica

La estrategia metodológica seguirá un modelo mixto que enfatiza la comprensión espacial de los procesos y actores creativos en contextos urbanos y profesionales diferenciados.

Esta estrategia, incorpora procedimientos metodológicos cuantitativos y cualitativos de la economía regional, la historia y la geografía urbana, la sociología de las profesiones y la participación ciudadana, que se expresan en las tres líneas de investigación que explicamos a continuación.

Las formas de localización espacial de las empresas y los actores culturales

Su objetivo es analizar las transformaciones históricas, económicas y sociales de los espacios creativos; medir su transformación económica; describir su fisonomía y la distribución espacial de las redes, empresas, y organizaciones que actúan en su entorno.

Con este propósito se busca:

- Hacer un perfil cuantitativo de los espacios y sectores profesionales seleccionados que considere empresas y empleos y muestre las etapas de la aglomeración.
- Reconstruir las transformaciones ocurrida a nivel urbano en los espacios creativos a estudiar a través de su registro fotográfico.
- Construir una tipología de los marcos de acción de los músicos y diseñadores/arquitectos (redes, trayectorias, proyectos, empresas).
- Hacer comparaciones de las interacciones económicas y espaciales de los músicos y diseñadores/arquitectos en cada zona de estudio y a partir de las tipologías construidas.
- Utilizar el enfoque de cluster económico para seguir las conexiones entre las actividades creativas y otras organizaciones públicas y privadas.

Innovación y flexibilización del trabajo

- Su objetivo es analizar las estrategias de integración territorial de los creadores en espacios que siguen preferentemente lógicas de mercado y las que responden a políticas de planificación.
- Conocer y comparar las formas de organización territorial de la producción en los dos sectores profesionales seleccionados, basadas en proyectos, redes de empresas pequeñas, contratos temporales, subcontratación, conocimientos especializados.
- Reconstruir el intercambio de flujos de conocimiento y la movilidad laboral a través de la cadena de producción.
- Analizar las formas de incertidumbre laboral expresadas en la intermitencia y el multiempleo.
- Observar el trabajo cotidiano en los lugares públicos, semipúblicos y privados.

Participación ciudadana en su entorno inmediato y en las políticas culturales orientadas a la zona

Su objetivo es analizar la participación de los creadores en la negociación y gestión de políticas culturales, así como la apropiación y diseño de espacios públicos, semipúblicos y privados.

- Detectar los espacios de acción política y social de los creadores, analizar sus demandas, su forma de organización y mapear sus sitios de acción.
- Comparar las demandas socio-políticas de creadores establecidos y marginales, sus posturas y posiciones frente a políticas institucionales.
- Analizar las políticas de regeneración urbana y la modificación del espacio a partir de la resistencia y/o negociación de los creadores.
- Construir una tipología de la acción social emprendida por este sector e indagar el potencial de la gobernanza territorial como catalizador de la negociación espacial.

Resultados

Los resultados específicos que esperamos mostrar en esta ponencia son:

1. Reconstruir de forma sintética la historia económica de la concentración de las actividades creativas en las dos zonas de estudio: las colonias Roma-Condesa y el eje Ciudad Universitaria-Coyoacán- San Ángel.

2. Mostrar las limitaciones para llevar a cabo una medición cuantitativa de las empresas, redes e iniciativas culturales con influencia en las zonas estudiadas, principalmente de las fuentes estadísticas (de la Secretaría de Economía, la STPS, el INEGI, y el Sistema de Información Cultural de CONACULTA) que registran a los organismos de los subsectores del Estado, micro, pequeñas y medianas empresas, organismos asistenciales y de coproducción internacional y grandes empresas e industrias culturales.
3. Registrar algunas redes informales y sus marcos de acción para profundizar en el conocimiento del contexto tecnológico en el que los creadores se encuentran; los tipos de mercados para los que producen y las principales formas de incertidumbre laboral que enfrentan en la realización de sus actividades.
4. Identificar las interrelaciones más importantes entre las empresas, colectivos e individuos (por cuenta propia o dependientes) de las actividades seleccionadas, y entre éstas y otras actividades que intervienen a las distintas fases de la cadena de valor, la relación de los creadores con los distritos comerciales (tiendas, restaurantes, bares, salas de concierto, foros culturales, etc.) en las zonas seleccionadas; y su presencia en los distintos tipos de espacio (públicos, semipúblicos, privados) en los que desarrollan sus actividades creativas, productivas, de difusión y consumo.

Bibliografía principal

- Becker, H. S. (1982). Art Worlds. Berkeley y Los Angeles, University of California Press.
- Bystryn, M. N. (1981). "Variation in Artistic Circles." The Sociological Quarterly 22(Winter): 120-132.
- Casper, S. (2007). "How do technology clusters emerge and become sustainable? Social network formation and inter-firm mobility with the San Diego biotechnology cluster." Research Policy 36: 438-455.
- Feldman, M. P. and D. B. Audretsch (2006). Innovation in Cities: Science-Based Diversity, Specialization and Localized Competition. Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth, Cheltenham, U.K. and Northampton, Mass.:Elgar: 117-137.
- Malmberg, A. and P. Maskell (2010). An evolutionary approach to localized learning and spatial clustering. The Handbook of Evolutionary Economic Geography. R. A. Boschma and R. Martin. Northampton, Elgar.
- Porter, E. M. (1998). "Clusters and the New Economics of Competition." Harvard Business Review(November-December): 77-90.
- Porter, M. E. and J. Cantwell (2004). Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. Globalization and the location of firms, Elgar

- Reference Collection. Globalization of the World Economy, vol. 15. Cheltenham, U.K. and Northampton, Mass: Elgar: 59-78.
- Power, Dominic y Lundmark, Mats. (2004). "Working through Knowledge Pools: Labour Market Dynamics, the Transference of Knowledge and Ideas, and Industrial Clusters." *Urban Studies* 41(5-6): 1025-1044.
- Saxenian, A. (1994). Regional advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128. Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Storper, M. and A. J. Scott (2009). "Rethinking human capital, creativity and urban growth." *Journal of Economic Geography* 9: 147-167.
- Storper, M. and A. J. Venables (2004). "Buzz: face-to-face contact and the urban economy." *Economic Geography* 4(4): 351-370.
- Storper, M. and R. Salais (1997). Worlds of Production. The action frameworks of the economy. London, Harvard University Press.