

# Explorando la noción de Economía Creativa

## Mario Paredes

# centro.

## **Dirección general**

Kerstin Scheuch

## **Subdirección académica**

Gabriela Traverso

## **Coordinación editorial**

Karla Paniagua

## **Asistencia editorial**

Cristina Ángeles

ISSN en trámite.

**CUADERNOS DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA CREATIVA (CIEC)**, Año 1. N° 1, junio 2013, editada por Centro de Diseño y Comunicación S.C., con domicilio en Av. Constituyentes 455, Colonia América, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11820, Ciudad de México, Tel. (55) 27-89-90-00, [www.centro.edu.mx](http://www.centro.edu.mx), [http://www3.centro.edu.mx/cuadernos\\_investigacion/](http://www3.centro.edu.mx/cuadernos_investigacion/) Editor Responsable: Karla Paniagua Ramírez, Centro de Diseño y Comunicación S.C., Reserva de Derechos al Uso Exclusivo N° 04-2016-052014385000-203, ISSN: (está en trámite), ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor, persona responsable de la última actualización de esta publicación: Karla Paniagua Ramírez a través del Centro de Investigación en Economía Creativa de Centro de Diseño y Comunicación, S.C. con domicilio en el antes indicado, fecha de última modificación 08 mayo de 2016.

El contenido y las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Se autoriza cualquier reproducción parcial o total de los contenidos o imágenes de la publicación, siempre y cuando sea sin fines de lucro o para usos estrictamente académicos, citando invariablemente la fuente sin alteración del contenido y dando los créditos autorales.

[centro.edu.mx/ciec](http://centro.edu.mx/ciec)

La economía creativa constituye un ámbito de la vida social que involucra la generación de ideas y de conocimiento, potenciando el desarrollo y el crecimiento económico mediante la creación de empleos, las exportaciones, la inclusión social y la diversidad cultural, entre otros atributos. El autor de este estudio se propone explorar a fondo el concepto, así como sus alcances.

Todos los países tienen la necesidad de fortalecer su crecimiento económico para lograr hacerse un lugar en el mercado internacional, lo que conlleva trabajo permanente en la búsqueda de nuevas estrategias de competitividad. El fin es generar un valor único, identificable con la nación, distintivo y atractivo para otros mercados. Esta condición permitiría tener empleos suficientes lo mejor remunerados que se pueda. En sí, la economía creativa es una herramienta de desarrollo que fundamenta su fuerza en el potencial de la creatividad. Implica acercarse a un modelo multidisciplinario que involucre a la economía, la cultura y la tecnología, basado en el contenido creativo y los servicios.

¿Cuáles son las características de la economía creativa? Para comenzar, agrupa varias actividades económicas fundamentadas en el conocimiento y la creación, como el diseño, la arquitectura y la producción audiovisual; se abriga en políticas públicas multidisciplinarias interinstitucionales y de protección a la propiedad intelectual; parte del supuesto de que las industrias creativas se encuentran en el corazón de la economía, además de que la relaciona con todas las áreas y niveles de la vida social.

¿Cómo se propician el crecimiento económico y el desarrollo? Se necesita una infraestructura tecnológica

sólida que pueda ser utilizada por los integrantes de la sociedad. La posibilidad de generación de riqueza está estrechamente ligada a la capacidad del país para crear contenido creativo, convertirlo en bienes o servicios comercializables, distribuirlo en el mercado local y, de ser posible, en algún mercado exterior, adquiriendo valor.

Los productos creativos se categorizan de la siguiente manera:

- Creatividad científica y tecnológica. Ambas producen adelantos en la tecnología y la ciencia, teniendo impacto en la optimización de los procesos y el uso responsable de los recursos.
- Creatividad económica y cultural. Aquí se marca una diferencia entre mano de obra vs. capital creativo. Se da el paso de ideas creativas a productos creativos.
- Patrimonio cultural. Artesanías, arqueología, celebraciones, ritos, festivos, museos.
- Artes. Música, teatro, danza, pintura, escultura, fotografía.

¿Cuáles son las 10 compañías con mayores ganancias por ventas de productos audiovisuales?

1. Walt Disney
2. Viacom
3. Time Warner
4. Sony
5. Vivendi Universal
6. News Corporation
7. NBC Universal
8. DirecTV Group
9. Bertelsmann
10. Liberty Media Corporation

¿Cómo se comporta la importación mundial de bienes creativos (por grupo)?

- Nuevos medios – 8.6%
- Artes visuales – 6.9%
- Artes escénicas – 6.7%
- Artesanías – 7.0%
- Publicaciones – 11.7%

- Audiovisuales – 0.2%
- Diseño – 59.0%

¿Cuáles son los países con mayor contribución de sus industrias creativas al PIB?

1. Estados Unidos
2. Hungría
3. Rusia
4. Singapur
5. Jamaica

De acuerdo con estas cifras, México aporta el 4.8% al PIB nacional y ocupa el primer lugar de promoción a la economía creativa en América Latina; el quinto entre los países en desarrollo y el dieciocho a nivel mundial. Sus industrias creativas se ubican en el quinto lugar entre los sectores estratégicos del país. Los sectores más destacados son los servicios de televisión, publicidad, servicios culturales, de entretenimiento, el joyero, la industria del calzado, decoración, la industria mueblera, cine, las industrias digitales y de uso de tecnologías de información, entre otras.

En resumen, el proceso de formación para promover la creación encaminada a la generación de recursos debe considerar un formación específica; un contexto financiero que facilite el emprendimiento; un marco normativo favorable a la exportación de bienes y servicios; políticas públicas específicas para promover la

economía creativa, así como un entorno que facilite las alianzas empresariales en torno a proyectos concretos.

Todos los países cuentan con un gran potencial creativo. Éstos pueden producir una gran variedad de productos, bienes y servicios de contenido cultural que pueden ser una vía de expresión para sus habitantes, a la par que pueden generar ganancias, empleos y grandes oportunidades de comercio internacional. Resulta importante el crecimiento mundial de bienes y servicios como un indicador de la magnitud de las industrias creativas en cada país. México no es la excepción.

No existe una fórmula recurrente para el éxito, pero el impulso de la economía creativa presenta un potencial importante para promover el desarrollo socioeconómico. Aunque los resultados y experiencias de los países en vías de desarrollo son disímiles de un contexto a otro, todos reconocen que se debe trabajar en el desarrollo del sector creativo, tomando en cuenta los puntos críticos en donde es necesario intervenir con políticas públicas que alienten al desarrollo de la economía creativa. Los datos arriba mencionados son una demostración del potencial que las industrias cultural y creativa ofrecen en México para el desarrollo económico.

Con políticas en economía creativa se pueden tener diferentes beneficios entre los cuales destacan el crecimiento y desarrollo económico de una sociedad, la inclusión y la diversidad cultural y social, el desarrollo del conocimiento, la competencia y el trabajo interdisciplinario que genera innovación aplicada en políticas públicas y privadas. Hoy en día nos encontramos frente

al gran desafío de combinar la innovación y el intermisible talento y creatividad de las personas.

#### *Fuentes consultadas*

Fonseca, A. (2008) Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo, Itaú Cultural, Sao Paulo.

Guzmán, C. (2008) La Economía Creativa: TIC, Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales. Una exploración conceptual, Anuario del Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Universidad de Venezuela, Volumen 20. N° 1, pp. 209-262.

Guzmán, C. (2010) Economía Creativa e Innovación. Industrias Creativas, Culturales y de Contenidos Digitales. Las nuevas respuestas, Editorial Académica Española.

Howkins, J. (2001) The creative Economy. How People Make Money from Ideas, Penguin Books Limited, Londres.

Newbiggin, J. (2010) La economía creativa. Una guía introductoria, British Council/Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor, en <http://www.cerlalc.org/cole-derecho-autor.php>, recuperado el 5/dic/2012.

UNCTAD, Creative Economy Report 2010, en [http://unctad.org/es/paginas/publications/Creative-Economy-Report-\(Series\).aspx](http://unctad.org/es/paginas/publications/Creative-Economy-Report-(Series).aspx), recuperado el 5/dic/2012.