

LA ECONOMÍA CREATIVA, PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA NUEVA CULTURA

Gonzalo Pizarro Rodríguez¹

En algunos países desarrollados, podemos decir que las actividades culturales se han constituido en un fenómeno económico de gran importancia por la enorme cantidad de recursos que genera, produciendo ingresos por impuestos, creando riqueza a los productores creativos, empleo y de manera muy importante, permitiendo el acceso a la cultura a una mayor parte de la población, facilitando la generación de públicos que en definitiva será en gran medida lo que permitirá sostener todo este sistema. La forma de aterrizar a la sociedad y masificar la denominada economía creativa es a través de lo que conocemos como industrias creativas y culturales (Artes, entretenimiento, información, diseño, comunicación, I&D+i+e!² Creativo etc.³), siendo un componente importante del crecimiento económico de algunos países más desarrollados.

La economía creativa entonces es parte de nuestra sociedad, moviéndose preferentemente y no de forma exclusiva, en el campo de la cultura; cultura que según Clifford Geertz⁴ definiría como: “la trama de significados en función de la cual los seres humanos interpretan su existencia y experiencia, así mismo como conducen sus acciones; ideas basadas en el aprendizaje cultural de símbolos y concibe las culturas como mecanismos de control -planos, recetas, reglas, construcciones-, lo que los técnicos en ordenador llaman programas para regir el comportamiento. La cultura y la estructura social (sociedad) no son, entonces, sino diferentes abstracciones de los mismos fenómenos⁵”.

Estos fenómenos que nos menciona Geertz, se van transformando en el tiempo en la identidad cultural propia de cada lugar y elemento fundamental por el cual la economía como ciencia social, se puede desarrollar e interpretar las relaciones que se van generando entre distintos individuos o etapas en la producción creativa.

Por lo tanto, lo primero que debemos tener para poder desarrollar la economía creativa, es contar con una construcción colectiva de sociedad que transmita nuestra propia identidad local, que se mueve entonces en el mundo de la cultura, una construcción que puede tardar décadas pero que sin ella, la sociedad sencillamente no se podría desarrollar porque carecería del hilo conductor que la transforma y diferencia como es la cultura. La economía creativa necesita de la sociedad para desarrollarse, pero en la actualidad, la sociedad necesita de la creatividad para sobrevivir.

¹ Gonzalo Pizarro Rodríguez, de Nacionalidad Chilena-Ecuatoriana es Administrador de Negocios Internacionales de la Universidad de Valparaíso y Licenciado en Negociaciones Internacionales; posee un Diplomado de Experto en Gestión de la Tecnología y la Innovación y en Relaciones Internacionales. Ha trabajado como Consultor del Programa FOMECC en Colombia con la Universidad de Antioquia y en la implementación del Programa en la Provincia de Ayacucho en Perú. Fue consultor del CICE de la Universidad EAFIT de Colombia. En la actualidad se desempeña en el sector público en Ecuador y es Docente en la Universidad Espíritu Santo y Universidad Santa María en Ecuador.

² Abreviación utilizada por el autor para (Investigación, desarrollo, innovación y emprendimiento).

³ Clasificación de las Industrias Creativas de la UNCTAD

⁴ Antropólogo Estadounidense, 1926-2006.

⁵ American Anthropologist, vol .59, 1957; *The Interpretation of Cultures* 1973.

La economía Creativa y sus interacciones en la sociedad

Para analizar la economía creativa, primero debemos entender que es la economía y como esta ciencia social se basa en tres dimensiones básicas que deben ser consideradas para pasar al desarrollo de la economía de la creatividad. Un **primera dimensión**, es la de comprender que la economía como ciencia, busca la interacción entre todos los grupos de interés que intervienen en la producción de un bien o servicio, entendiendo que existen diferencias entre ambos, pero que todos tienen una fase inicial de imaginación o creación, luego su producción o agregación de valor que se ven relacionadas a las actividades de fomento del emprendimiento, desarrollo de la creatividad y la innovación; luego viene otra etapa sensible, que se deriva de los términos de intercambio que es donde comienza la actuación de los "derechos de autor" para luego continuar con la distribución y consumo. Entender todas estas interacciones y su utilidad, hasta llegar a comprender al consumidor en cuanto a sus necesidades, percepciones y prioridades en el consumo cultural, sería la **segunda dimensión** fundamental para esclarecer posteriormente que es la economía creativa; por último, la **tercera dimensión** habla en relación a entender la interacción de intercambio entre usuario/consumidor y al emprendedor/creador, donde nos encontramos con la dificultad de lograr que los recursos de la sociedad y las personas, sean invertidas de una manera que sirva para el desarrollo social, favoreciendo la sostenibilidad del sistema. Es aquí, donde comienza a tomar importancia la economía creativa en relación a comprender todo este sistema, facilitar el entendimiento para asignar sus valores de producción y de utilidad, favorecer el desarrollo local y nacional de los sectores que se le relacionan y asume su principal compromiso para incorporarla en el quehacer de nuestros días; ya no sólo podremos hablar de crear en cualquiera de las disciplinas culturales, sino que estamos llamados a que esas creaciones, generen un valor adicional satisfaciendo las necesidades muchas veces no expresadas de los consumidores.

Ahora, que vendría siendo la economía creativa, se dice que es eminentemente la economía del sector cultural, pero es mucho más que eso, porque tal como su nombre lo señala, es la economía de la creatividad por ende de las ideas, del conocimiento y en estos tiempos también de la innovación. Si hubiésemos hablado hace diez años de economía creativa, quizás nos hubiésemos centrado en las creaciones culturales tradicionales donde se veía al sector cultural como uno más dentro de la sociedad y generalmente como proveedor o prestador de servicios dentro de su propio sector; pero en la situación del mundo actual, la economía creativa, debe ser innovadora en sí misma, porque no hay que olvidar que sigue siendo una ciencia social y que como tal, debe entender las posiciones de todas las partes, por un lado el emprendedor/creador que buscará desarrollarse y subsistir por medio de su producción cultural y artística o innovación, y por otro el consumidor/usuario que cada vez buscará una solución más integral que satisfaga sus necesidades expresadas y sin expresar al asignarle utilidad a la creación. En un mundo donde la economía tradicional está en crisis, el escenario para la economía creativa se presenta como una necesidad y una oportunidad importante de crear, innovar y desarrollar la economía creativa de manera transversal en todos los sectores. Es fundamental que aquellos creadores del sector de las

industrias culturales, puedan ser considerados como proveedores de todos los demás sectores y con su imaginación hacer de todos los tipos de negocios algo nuevamente más humano. Albert Einstein (Ulm, 1879 - Princeton, 1955) decía que en los momentos de crisis, sólo la imaginación es más importante que el conocimiento. En el mundo actual, se hace tremendamente necesario volver a reinventarse en muchos aspectos, volver a entender las culturas y sus cambios, educando a la población mundial frente a la nueva forma responsable de consumir y de relacionarse, la que como ejemplo, definitivamente no va por el consumo excesivo de las redes sociales, las que deben ser vistas como un instrumento de apoyo, de masificación que representa oportunidades y riesgos que en sí deben ser asumidos de manera responsable y controlados.

El mundo necesita volver a culturizarse, volver a encontrar el valor en las cosas simples de la vida, volver a recuperar el sentido de la sorpresa y una necesidad cada vez más creciente de relacionarse físicamente para encontrar la felicidad.

Cuando me refiero a la necesidad de relacionarse físicamente, es porque nuestra sociedad mundial está siendo presa de su propia creatividad poco responsable y cuando vemos una de las creaciones más notables de nuestros tiempos como son las redes sociales aplicando la tecnología de la web; también nos encontramos frente a una sociedad que tal vez no estaba preparada para estas libertades o quizás vemos como libertades a herramientas que nos encadenan y nos hacen más individualistas alejándonos de la felicidad y el bienestar común, nos hacemos menos humanos, perdemos la capacidad del asombro, del entendimiento y de los sentimientos expresados. Este es un sencillo ejemplo que nos demanda a seguir creando y nos demuestra la importancia de la economía creativa y algo que esta nueva rama de la economía no puede pasar por alto, buscando generar un círculo que puede ser virtuoso si lo asumimos con responsabilidad y que nos permita seguir creando de manera transversal permanentemente para el desarrollo humano y la preservación de la raza humana.

Cuando hablamos de Economía creativa, se nos viene de inmediato a la cabeza el mundo cultural y artístico, pero si nos basamos en que la creatividad es el instrumento por el cual los distintos pensamientos van creando nuevos escenarios, podríamos entender que la cultura actual, se va construyendo en las sociedades por medio de la capacidad de adaptación, de entendimiento y de comprensión de los distintos valores y su asimilación al medio en particular donde se desarrollan por lo tanto involucra a toda la sociedad y el tradicional mundo artístico cultural como hemos dicho, es un medio para la diversificación y la masificación de la economía. Todo esto, es alcanzable por medio de los pensamientos creativos y ciertamente los principales exponentes de un permanente estado de creación, son los que representan al sector de la cultura y las artes; claro está, no es excluyente de que personas que nunca se han sentido ligados a las artes, pero que en si están creando permanentemente y con su trabajo van construyendo la cultura que sostiene al sistema, aportando a la construcción de su cultura local.

Al fomentar el desarrollo de las industrias creativas y culturales, estaremos sensibilizando y creando una base sólida para la construcción colectiva de la nueva

cultura local de cada lugar y es ahí donde intervienen los creativos quienes buscan nuevas formas de adoptar y adaptar la nueva cultura, una cultura que en todo el mundo nos llama a ser más responsables y a innovar permanentemente para que todo el consumo y las relaciones humanas, sean más eficientes y alcancemos los máximos beneficios con el menor consumo, creemos soluciones integrales y generemos nuevos espacios de convivencia y dialogo para alcanzar el nuevo orden del bienestar social. En contraposición, los que limitan la capacidad creativa, le quitan el valor de utilidad que genera al consumidor y afectan a todo un sector de la economía, son todos aquellos que por facilidad y comodidad se encargan de promover el plagio, la piratería, la imitación en términos microeconómicos pero que también se ven beneficiados al no existir una base nacional que favorezca la producción cultural, la ampare con marcos normativos flexibles y alcanzables y por último que facilite el acceso de toda la población; esto último, no en un sentido asistencialista que lo único que puede generar es que el sector no se desarrolle y cubrir falencias en las políticas públicas que impiden la sostenibilidad del sistema.

La “economía” creativa desde sus orígenes, pasando por la economía cultural

Pensar que la economía creativa es propia de las últimas dos décadas, me atrevería a decir que es algo errado, su concepto como tal puede ser contemporáneo pero la propia revolución industrial significo un golpe creativo a la economía mundial y la creatividad permanente de los economistas, ha permitido ir rescribiendo los modelos que nos han traído a construir la sociedad actual. Ahora que entendemos este concepto, es cuando debemos volver a aplicarlo de manera responsable para reconstruir sociedades, volver a ser culturizados sin olvidar que las personas y las sociedades serán las que harán sostenibles los sistemas económicos.

En el sentido etimológico de la palabra economía, sabemos que viene del griego oikos que significa “casa” y nomos “administración”, entonces nos dice como “administrar la casa”; toda casa debe ser un espacio para la libre expresión de quien la habita y como tal, un elemento característico de sus moradores. En un sentido superior, la casa pasa a ser el país y el elemento característico de la libre expresión de ese país, sería la cultura.

Basándonos en el concepto de economía y en el pensamiento del que podríamos llamar el padre que la transformo en ciencia; Adam Smith (1723-1790), en su época ya hablaba de la cultura y no le asignaba ningún valor a las actividades culturales por considerarlas improductivas, pero si podía identificar que generaba externamente un gasto importante⁶; por otro lado, denunciaba las ideas mercantilistas restrictivas que generaba de la libre competencia⁷, algo que para nuestros días no ha mejorado y se ha transformado en el principal modelo económico para todos los países. Smith, también denunciaba que el Estado debía abstenerse de intervenir en la economía, ya que hacía que los esfuerzos de unos pocos, se transformaran en beneficio para todos; lo cual merece un análisis acabado en cuanto al rol de intervención del Estado, ya que

⁶ Benhamou, Françoise. L'economie de la culture. París, La Découverte (1996).

⁷ Smith, Adam. La Riqueza de las Naciones (1776)

por un lado se encuentra la labor de asegurar el libre acceso de la población a todo tipo de consumos en este caso propio de la creatividad de las personas, no se debe dejar en el olvido que a esas creaciones se les debe valorizar también se manera justa y no por cuidar los derechos y acceso de unos, descuidar los derechos e ingresos de otros. Visto desde otro punto de vista el rol de intervención del Estado, no puede limitarse solamente a satisfacer de manera asistencialista algunas necesidades del sector creativo, sino que debe necesariamente ayudarlo a desarrollarse para ser sostenible y cumplir un rol de apoyo que facilita con instrumentos y políticas públicas la libre creación y posterior consumo.

La economía creativa, es necesaria verla también desde dos perspectivas, una es la interna de los países en un sentido microeconómico desde las propias unidades creativas y personas y su interacción en el mercado donde se desenvuelven, entendiendo al consumidor cultural o de producción creativa. Y también desde el punto de vista de la perspectiva macroeconómica, donde se analice el sistema en su conjunto, en términos del país con su interacción con otros mercados, tomando en cuenta que esos mercados también representan oportunidades de desarrollo para las unidades y personas que se analicen desde lo interno de cada mercado. En esto último, las políticas públicas de los pequeños países, deben tomar en cuenta las políticas e influencias poderosas de los grandes países en materia cultural para que no afecten a sus productores y creadores.

En todo orden de cosas, el mundo actual requiere innovar y ser creativo en su forma de relacionarse entre personas, personas y medio ambiente, sociedad y Estado, sin descuidar a la academia como espacio de creación permanente; y todas las interrelaciones que se generan en todas las direcciones. Creatividad para entender los movimientos sociales, creatividad para entender las necesidades y creatividad para lograr una nueva economía que no olvide sus raíces como ciencia social; es aquí, donde radica el verdadero sentido de una economía responsable para el buen vivir y para el futuro.

Como hemos visto, resulta imposible dejar de hablar y separar la economía creativa de la economía cultural, porque en sí la economía creativa se mueve en el campo amplio de la cultura. Ambas, comparten un mismo objetivo que es el de comprender la interacción entre el ser humano, la economía y la cultura, permitiendo así redirigir los esfuerzos de la economía hacia generar un sistema sostenible, con enfoques diferentes pero que no pueden ser separados porque mientras la economía cultural se encargará de estudiar los problemas sobre la gestión de la cultura y todas las externalidades que ocasiona desde la economía convencional. La economía creativa, toma los mismos insumos pero desde una perspectiva diferente sobre el análisis de las cuestiones económicas y culturales Combina la ciencia del conocimiento y la económica, obteniendo un carácter multidisciplinar y transversal que permite ir reconstruyendo creativamente la cultura en el tiempo, generando elementos identitarios de la misma, generando las nuevas formas de concebir la cultura y la creación; pero de manera muy importante aportando imaginativamente a una tarea que debiera ser primordial en nuestros días, desarrollar culturas más responsables.

El campo de la economía creativa, vendría siendo el estudio del sistema y los recursos culturales, no buscando como la economía tradicional los valores tácitos que genera la cultura, sino que buscando la forma de valorar lo que por la economía tradicional no se puede valorar, por ello es la complejidad que se ha traducido en el difícil acceso y manejo de los derechos de autor.

Ahora es necesario hacer que este nuevo enfoque de la economía para el buen vivir, pueda traspasarse a toda la sociedad y en muchos casos reacondicionar culturas, tomando el contenido histórico de la misma, pero sin desconocer que las personas y las sociedades evolucionan y hacer caso omiso de aquello puede ser un error que impida su asimilación en las personas; por ello debe ser una herramienta fundamental para esta construcción colectiva, el desarrollo de la economía creativa y el fomento de la cultura en todas sus expresiones.

Si hablamos de economía creativa, tenemos a un sector de la economía mundial que puede ser tremendamente dinámico y bien recompensado por su transversalidad y variedad de su riqueza, este es el mundo del creador/emprendedor; por otro, tenemos el rol del estado, en el cual recaerá en gran medida la capacidad de poder fomentar y proteger el desarrollo creativo. En su rol de promotor y creador de espacios para el desarrollo cultural a través del fomento de las industrias culturales y creativas y facilitador para que los creadores se puedan generar ingresos por medio de la protección de sus derechos de autor y la comercialización de sus creaciones.

Frente a este tema, nos encontramos con uno de los primeros puntos complejos para el desarrollo de la economía creativa y es que en gran medida, los derechos de autor, pueden ser tomados como una traba que restringe al desarrollo creativo, porque no son de fácil acceso o de acceso para todos, lo que impide que cientos de creadores lleguen finalmente a registrar sus creaciones, por tanto se puede transformar en un mecanismo discriminatorio donde solo algunos pueden acceder a su cumplimiento cabal. Esto mismo que corre al interior de nuestros países, ocurre en la relación entre países, donde generalmente predomina la superioridad del más fuerte que ampara a sus creadores.

Por último, tenemos al propio creador que pueda y quiera hacer de su pasión, un emprendimiento como alternativa de vida, una oportunidad para subsistir dignamente si se cumplen los temas ya mencionados. Es aquí, donde debemos centrar el trabajo de las políticas públicas, en no coartar las posibilidades de los emprendedores culturales y generar los espacios para el fomento y el acceso a que esa creatividad propia de quienes son parte de este sector a nivel mundial, pueda fluir libremente, así como sus pensamientos y creaciones. Porque todos sabemos que la mayor cantidad de invenciones y donde se desarrolla la creatividad, es en el pequeño emprendedor o el microempresario que día a día está innovando para mantenerse vigente y no necesariamente son los que mediáticamente por el poder del sensacionalismo de los medios y la presuntuosidad humana conocemos más fácilmente.

Es en este punto cuando podemos comenzar a ver que la economías creativas, se han desarrollado en aquellos territorios donde la cultura se encuentra definida y arraigada por toda la sociedad; si pensamos en Europa, la mayoría de los países han construido

sus sociedades por más de un siglo, generando culturas fácilmente identificables y desarrolladas en la mayoría de los países; en la actualidad, no podemos decir que los nuevos países del sur, poseen una identidad cultural marcada porque muchos de ellos, están buscando crear su propia cultura y una nueva sociedad, siendo un proceso que requerirá décadas antes de poder decir fehacientemente que los define. En el caso de Latinoamérica, la gran mayoría de nuestros países, no me atrevería a decir que tengamos una identidad cultural marcada, si tenemos bastantes similitudes, pero salvo los países andinos que buscan su identidad en sus raíces étnicas que aun coexisten en sus territorios, muchos otros han adoptado identidades culturales foráneas producto de la gran cantidad de migrantes que recibieron del viejo continente principalmente y que en sí mismo, se constituyen como aportantes de una nueva identidad cultural que aún está en un proceso de construcción colectiva y que es parte de la riqueza cultural tanto de América como de Europa, siendo estas corrientes migratorias las que nos hacen poseer puntos en común para el desarrollo.

Si vemos a los países más ricos o con una identidad cultural más profundamente marcada; podemos pensar que las economías más desarrolladas invierten más en el sector cultural precisamente porque son ricos; lo cual no sería correcto bajo mi punto de vista, ya que éstos son más desarrollados y ricos, a raíz de que han estado por más tiempo invirtiendo en culturizar a la gente y buscando mantener su identidad porque han comprobado que invirtiendo en su gente, se genera un círculo virtuoso que beneficiara a todos y los mantendrá unidos.

Por ello, es importante que los Estados, inviertan en fortalecer sus marcos legales para favorecer el desarrollo cultural, proteger a sus creadores y darles las herramientas para que puedan crear, fomentando el emprendimiento y la creatividad de manera transversal porque son ellos, los verdaderos precursores y protectores de la identidad de un pueblo, los que plasmaran en sus creaciones la concepción de una sociedad frente a determinados aspectos y muchos otros, que conciban sus creaciones con influencias externas, estarán haciendo lo propio al adaptarlas a la identidad local, porque no se puede desconocer que las culturas actuales necesariamente deberán incorporar tendencias foráneas, no reconocerlo, significará que no estaremos controlando el acceso de esas corrientes para que se ajusten a nuestra propia realidad. Es necesario incorporar al sector cultural a todos los sectores de la economía y hacerlo creativamente marcará nuestro grado de responsabilidad para conservar nuestra cultura, tener la capacidad de irnos adaptando a los tiempos y por sobretodo, ir reconstruyendo y avanzando en una sociedad que en las últimas décadas al parecer ha perdido el sentido del relacionamiento entre las personas.

Volviendo al rol del Estado. Este apoyo no debe ser asistencialista, ni sectario como eventualmente se pueda dar en algunos países, sino que debe entregarse de tal manera, en que exista equidad en el acceso, sin generar sesgos de quienes son más o menos artistas y de esta forma generar capacidades para que los emprendedores culturales tengan la capacidad de sostenerse; sobre todo en países donde existe un tremendo potencial como en el caso de Ecuador, donde la diversidad y la multiculturalidad es parte de sus raíces históricas, donde el potencial nace de las propias ventajas comparativas y el sector creativo y cultural puede transformarse en un actor relevante del crecimiento económico.

Por lo tanto la economía creativa, como precursora del crecimiento del sector cultural, es una herramienta fundamental para el desarrollo humano y de la sociedad.

Los derechos de autor en la Economía Creativa

Anteriormente, ya hablábamos del rol del estado en asegurar el acceso equitativo a todos los emprendedores culturales y creativos, tengan estos recursos o no, la discriminación debe desaparecer para asignar valor a su aporte en la construcción de la identidad cultural y el enriquecimiento de nuestra sociedad. El estado debe precautelar porque toda invención nacional, pueda ser registrada de manera fácil y fomentar nacionalmente el consumo de toda producción nacional por medio de incentivos, sin discriminar tampoco la extranjera.

En un mundo donde predomina la economía del libre mercado; Al margen de los aspectos eminentemente positivos de este sistema, que puede tener muchos detractores, también es importante reconocer que históricamente existen importantes fallos. La economía de libre mercado ha demostrado históricamente que no tiene una capacidad de autorregularse como sostenía Adam Smith, como sería el postulado ideal.

Por lo tanto, sencillamente hay que entender que no todo es sujeto de copyright⁸ como por ejemplo la propiedad intelectual en el mercado de semillas; se pueden y se deben reconocer los derechos, pero cuando se debe a una creación o invención que es parte del bien común de todos los ciudadanos del mundo, mejora su calidad de vida; debe ser de libre acceso y no puede restringirse su uso a sólo quienes puedan pagar por el derecho a su uso, debe existir cierto grado de flexibilidad y contemplar las cosas desde distintos puntos de vista, establecer relaciones y combinaciones diferentes (Leonardo Da Vinci). Otro tema distinto, es lo que representa el interés de grupos o segmentos del mercado, no afectando su calidad de vida sino lo poseen, como lo son generalmente los bienes y servicios de las industrias culturales.

Debe existir una regulación ajustada a cada realidad, que no sea restrictiva, ni abusiva, pero tampoco que deje al libre albedrío a creadores y consumidores. Las premisas básicas deben ser, velar por el comercio justo en el sector cultural, **valorizar de manera justa nuestras creaciones/invenciones** que serían quizás dos de los puntos más conflictivos y subjetivos de valorar a la hora de aplicar los derechos de autor; las cuales podríamos decir que son parte de las imperfecciones del mercado. Normalmente, la producción cultural se ha valorizado desde el punto de vista de la percepción de la demanda, lo que ciertamente estará sujeto a la subjetividad o conveniencia del demandante; No obstante, existe del otro lado el valor que le puede asignar un creador, el cual muchas veces ni siquiera estará determinado por la demanda como se ha visto tradicionalmente, sino por el valor que le puedan asignar los pares de la competencia, los que en muchos casos han caído presas del mercado

⁸ Convenio de la Unión Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales (Upov 91), que establece el registro de semillas que no hayan sido registradas previamente.

y desvalorizado sus producciones generando un efecto multiplicador que se ha enraizado en las culturas menos desarrolladas. El equilibrio entre la producción creativa y la demanda social por esos bienes o servicios, permitirá que la economía creativa se pueda desarrollar, para lo cual el respeto y reconocimiento por el sector y entre pares creativos/emprendedores es la base fundamental para la sostenibilidad del sector.

Otro aspecto importante a considerar, es el que ocasionan los que manejan los **canales de comercialización, distribución y el que los más países más ricos económicamente**, no abusen de los más ricos creativamente o de quienes no poseen la capacidad de entrar en ese manejo comercial tan poderoso a nivel mundial. Porque es aquí, donde se comienza a exacerbar la desigualdad y se restringe el acceso, limitando la creatividad. Es este tipo de creatividad el que debemos proteger y desarrollar por medio de la propiedad intelectual y los derechos de autor permitiendo libre acceso a registrar y a percibir un beneficio por cada uso que se le dé a todas aquellas invenciones propias de la creatividad. Es en este punto donde aportamos a la dinamización de la nueva economía responsable, la economía de la creatividad.

“Para utilizar la creatividad hay que determinar, ante todo, el mejor momento de explotar la naturaleza no rival de las ideas y, en segundo lugar, el momento idóneo para hacer valer los derechos de propiedad intelectual, e introducir las ideas en el mercado de la competencia entre productos. Las dos decisiones son el punto central del proceso de gestión en ese ámbito”. The Creative Economy, John Howkins (2001)

En conclusión, la economía creativa tiene dos grandes ejes para su desarrollo; por un lado como ingresos económicos y precursora de nuevos negocios que dinamizan la economía por medio de la generación de nuevas riquezas que encontrarán si dificultad en la valorización sino se analiza la utilidad del consumo, tomando en cierta forma el punto de vista contemporáneo de Howkins. Y por otro, el rol que cumplen una gran mayoría de los creadores que por medio de su imaginación, creatividad, innovaciones y capacidad de interpretar las realidades locales tomando en consideración la identidad propia de cada lugar, permiten construir una nueva cultura local que tiene la capacidad de ir asimilando en el tiempo tendencias foráneas y locales sin hacer perder la esencia del propio territorio.

La economía creativa, no puede verse de manera separada a la cultura, sino que debe ser un instrumento para que la cultura se pueda desarrollar y valorizar, captando la capacidad de los territorios. Para sostener el sistema, se debe fomentar por medio de políticas públicas de desarrollo que reconozcan el valor de las producciones y creaciones, facilite el acceso a la globalización y a los distintos canales de comercialización y distribución, sin hacerlos restrictivos a ningún grupo o creador.

Las medidas asistencialistas de ciertas políticas públicas en el mundo, merman la capacidad creativa y el desarrollo de la propia cultura local. Es necesario comprender que el sistema cultural y creativo, abarca transversalmente a un país y sus sectores económicos, logrando de sus interacciones la construcción colectiva de la cultura en el tiempo que en contraprestación se manifiesten en que las aspiraciones individuales que han ido aportando, sean parte también del mercado y el consumo.

EUROAMERICANO

VIII CAMPUS DE COOPERACIÓN CULTURAL

La economía creativa debe ser una catalizadora para la construcción de una nueva cultura y las industrias creativas y culturales ser el instrumento para captar las realidades locales y construir la identidad local de cada territorio donde los emprendedores sean quienes la masifiquen y lleven a toda la población por medio de su imaginación y creatividad.

Las opiniones manifestadas en este documento son responsabilidad de su autor, no reflejando necesariamente la opinión de las entidades organizadoras del VIII Campus, titulares de los derechos de reproducción, comunicación y distribución pública. Para una reproducción de los contenidos, solicitar autorización previa a info@campuseuroamericano.org.

