

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca

**ECONOMÍA CREATIVA: UNA VISIÓN DESDE LOS MODELOS DE DESARROLLO
PLANTEADOS EN EL REINO UNIDO Y CHINA**

ANGÉLICA MARÍA TARAZONA MORENO

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
CHÍA, COLOMBIA
2017**

**ECONOMÍA CREATIVA: UNA VISIÓN DESDE LOS MODELOS DE DESARROLLO
PLANTEADOS EN EL REINO UNIDO Y CHINA**

ANGÉLICA MARÍA TARAZONA MORENO

MONOGRAFÍA DE GRADO

ASESOR: MARITZA CEBALLOS SAAVEDRA

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
CHÍA, COLOMBIA
2017**

CONTENIDO

RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	7
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
2. JUSTIFICACIÓN.....	12
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	14
3.1 Objetivo general.....	14
3.2 Objetivos específicos.....	14
4. MARCO DE REFERENCIA	15
4.1 Estado del arte.....	15
4.2 Marco teórico.....	30
4.2.1 Cultura: tradición y valores compartidos.....	30
4.2.2 Economía y el efectivo manejo de los recursos escasos.....	37
4.2.3 El ascenso del consumo cultural.....	47
4.2.4 Cultura y creatividad como finalidad de desarrollo.....	54
4.2.5 La Economía creativa: El centro donde todo confluye.....	66
5. METODOLOGÍA.....	71
5.1 Enfoque de Investigación	71
5.2 Objeto de investigación.....	75
5.3 Definición de la muestra.....	75
5.3.1 Criterios de Inclusión.....	76
5.3.2 Criterios de Inclusión.....	76
5.4 Diseño de los instrumentos.....	77
6. RESULTADOS	78
6.1 Análisis económico.....	78
6.2 Análisis político	84
6.3 Análisis sociocultural	90
7. CONCLUSIONES	95
8. REFERENCIAS.....	99
9. ANEXOS.....	105

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Gráfico 1: Cadena de valor de Porter	43
Gráfico 2: Distribución dual.....	44
Gráfico 3: Modelo de círculos concéntricos de Throsby.....	63
Gráfico 4: Dominios culturales de la UNESCO.....	72
Gráfico 5: Escala de normatividad jurídica.....	74

RESUMEN

La cultura y la economía siempre han estado relacionadas, es así como la trascendencia de la primera está dada por su relación con la segunda, y esta por su parte no puede ser entendida sin contemplar la influencia de la primera. Sin embargo, las rápidas transformaciones que se han evidenciado a nivel global han hecho que este vínculo tenga mayor impacto y sea cada vez más imprescindible, como consecuencia de esto la cultura ha pasado de ser un elemento propiamente tradicional y de espectáculo para ser entendida como un recurso económico con el cual se busca el pleno aprovechamiento de las identidades para contribuir al desarrollo de las sociedades a nivel económico, social y político.

Las recientes tendencias de desarrollo global han permitido que las artes, la cultura, y las habilidades intelectuales pasen a un primer plano en esta dinámica. De este modo, las industrias tradicionales están siendo desplazadas cada vez más rápido por las industrias que tienen como insumo principal el capital intelectual.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta investigación estudia dos economías en las cuales las industrias creativas han marcado la pauta y las compara con el caso Colombiano, en donde estas industrias se encuentra en un proceso de crecimiento, esto con el fin de establecer tácticas que podrían aplicarse a nivel local para potenciar el desarrollo de éstas en el país. Reino Unido y China están proyectando mayores niveles de producción, crecimiento y competitividad y se han constituido como referencia para consolidar economías integrales y sostenibles en demás países, esto debido en gran parte a que las industrias de servicios están impulsando el desarrollo.

Palabras claves: Industrias creativas, economía, cultura, capital intelectual, Colombia.

ABSTRACT

Culture and economy have always been related, that's how the relevance of the first is given by its relation to the economy, which can't be understood either, without the influence of the culture. However, the fast-paced global transformation has given even more relevance and impact to this crucial link, and as a result, the culture has passed from being a strictly traditional and entertainment element to be understood as an economic resource, seeking the full use of identities in order to contribute to the development of societies at an economic, social, and political level.

Recent trends of global development have allowed the arts, culture and intellectual abilities to be placed in the forefront of this dynamic. In this way, the traditional industries have been displaced rapidly by industries that have intellectual capital as the main resource. That's why economies that understood this dynamic are reflecting the highest levels of productivity, growth, and competitiveness, as, in the case of the UK and China, countries where the development is being promoted by the services industries, and have been set as a reference to consolidate comprehensive and sustainable economies in other countries.

Taking into account the above, this research studies two economies in which the creative industries have set the standard, and compares them with the Colombian case, where these industries are in a process of growth, in order to establish tactics that could be apply at the local level to enhance the development of these in the country. The UK and China are projecting higher levels of production, growth and competitiveness and have been set up as a reference to consolidate comprehensive and sustainable economies in other countries, largely because service industries are pushing development.

Keywords: Creative industries, economy, culture, intellectual capital, Colombia.

INTRODUCCIÓN

La concepción de la cultura como generador de desarrollo económico surge como parte del proceso de transformación, donde se evidencia una preocupación por disminuir la brecha económica y social, así como la necesidad de responder a los acelerados cambios generacionales a los que nos enfrentamos. Es así como empiezan a concebirse los bienes y servicios creativos como fuente catalizadora de desarrollo económico, cambiando así la dinámica que hasta hace poco se tenía respecto a la relación cultura y economía. De este modo partiendo de las capacidades productivas individuales y sociales junto a los avances tecnológicos y el proceso de industrialización, se generan nuevos enfoques que han transformando la manera de relacionarse de los individuos, las empresas y las sociedades, donde se identifica la heterogeneidad y la pluralidad de contenido, dando como resultado la consolidación de la cultura y las industrias creativas como factores determinantes de evolución.

Esta investigación parte de la concepción del concepto de cultura, entendida como el conjunto de actividades y elementos que representan y determinan las relaciones entre los integrantes de un determinado grupo social, posteriormente e influenciado por el auge de la tecnología, la eliminación de barreras, la reestructuración de las sociedades y el surgimiento de nuevas necesidades, este concepto se va transformando permitiendo que se consoliden nuevos paradigmas alrededor de esta, dando como resultado un enfoque de desarrollo integral que contribuye a la construcción de sociedades más competitivas y donde el principal recurso de progreso sea semejante para todos.

El segundo capítulo de esta investigación desarrolla el concepto de economía, y enfatiza en tres generalidades de esta: el manejo de los escasos recursos, el estudio de la conducta humana y la producción de mercancías valiosas, de las que se describe el comportamiento y evolución a partir del proceso de industrialización y globalización y como se van reemplazando las industrias tradicionales las cuales van perdiendo competitividad y potencial de crecimiento.

El tercer capítulo muestra la unión de los dos conceptos previos y la ruptura de la paradoja de cultura e industria como términos opuestos, por su parte describe el ascenso del consumo masivo y como este propició la creación de nuevas experiencias, la renovación de contenidos y la circulación de estos, lo que junto a las transformaciones tecnológicas y sociales permitieron considerar la cultura bajo dos facetas: recurso económico y fuente de identidad.

Posteriormente, el cuarto capítulo desarrolla la evolución del concepto de industrias culturales, partiendo del reconocimiento del carácter industrial de éstas, así como su potencial comercial. De allí se estructuran diferentes modelos según el alcance y la estructura de las regiones, donde se destaca el modelo del Reino Unido, el modelo de textos simbólicos, el modelo de círculos concéntricos y el modelo de la organización mundial de la propiedad intelectual.

Por último, esta investigación concluye con la descripción del concepto de Economía creativa, en el cual se empieza a comprender el alcance y potencial de éstas no únicamente como industria donde efectivamente se evidencia su gran impacto como uno de los componentes más dinámicos de la economía sino además su relevancia al interactuar con los diferentes sectores.

Con lo cual se pretende demostrar tal como se describe en el primer informe sobre Economía creativa que la creatividad, conocimiento, cultura y tecnología pueden conducir a la creación de empleo, innovación y la inclusión social, facilitando la creación de nuevas opciones, nuevos enfoques y diferentes direcciones estratégicas.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cómo pueden fortalecerse las industrias creativas en Colombia a partir de los modelos propuestos en el Reino Unido y en China ?

Según la Unesco el Reino Unido y China son dos de las regiones que más se han involucrado con las industrias creativas, y mayores beneficios han obtenido de éstas. El Reino Unido se constituyó como pionero en el desarrollo de investigaciones referentes a las industrias creativas, pues elaboró el primer documento de Mapeo de las industrias culturales, cuando reconoció el potencial del nuevo sector como recurso para acabar con la depresión económica. Estos primeros acercamientos permitieron establecer nuevos estudios en diferentes ciudades y regiones impulsando así el crecimiento de la industria no solo en el Reino Unido sino que además se replicó en otras regiones y países, de los cuales puede recalcarse el caso Chino, donde tampoco se tomó con indiferencia el potencial de este sector, y por su parte se impulsó el crecimiento basado en el consumo, los servicios y las altas tecnologías.

Las proyecciones evidenciadas en el Reino Unido y en China han servido como modelo para el desarrollo de las industrias creativas en otras naciones, estas repercusiones se han hecho evidentes en Colombia, donde se están implementando políticas gubernamentales que favorecen la producción creativa en el país, asimismo, se ha logrado transformar la percepción de las personas y las empresas quienes ahora están más motivadas en invertir y promover el desarrollo de las industrias creativas en el país, de este modo se ha logrado integrar el desarrollo creativo en programas de competitividad nacional tal es el caso del programa de transformación productiva, así como la configuración de clusters creativos, y el fortalecimiento de políticas que protegen la propiedad intelectual y otorgan incentivos a la producción creativa. Acciones que han permitido al país consolidarse como “cuarto productor de cine de Latinoamérica, segundo exportador de bienes culturales de Sur América con un 10,4% de participación” (Creative Economy Report, UNCTAD, 2010).

Sin embargo, y a pesar de los esfuerzos, aún queda mucho hacer y por aprender para alcanzar un nivel competitivo en estas industrias, ahora bien, cabe resaltar porque tanto Reino Unido como China son referentes para el desarrollo de la industria creativa en Colombia.

En primera instancia, Reino Unido impulsó las reflexiones acerca del impacto socioeconómico, político y cultural de las industrias creativas y su caso se hizo paradigmático principalmente por:

- “1) Contextualizar el programa de industrias creativas como respuesta a un escenario socioeconómico global en transformación.
- 2) Privilegiar los sectores de mayor ventaja competitiva para el país y reordenar las prioridades públicas para fomentarlos.
- 3) Divulgar datos estadísticos reveladores de la representatividad de las industrias creativas en la riqueza nacional (el 7,3% del PIB, en 2005) y con un importante y recurrente crecimiento (el 6% al año, en el periodo entre 1997 y 2005, frente al 3% del total).
- 4) Reconocer el potencial de la producción creativa para proyectar una nueva imagen del país, en los ámbitos interno y externo, bajo los eslóganes “Creative Britain” y “Cool Britania”, con el consecuente atractivo de turismo, inversiones externas y talentos que sostuvieron un complejo programa de acciones“ (Organización Ana Carla Fonseca, 2008)

De este modo se consolidó el compromiso en temas de innovación, creatividad y cultura, el cual se ha mantenido y fortalecido a través de los años, soportado por la creación de políticas públicas, instituciones e incentivos para fortalecerlas, es así como se da el surgimiento de nuevas profesiones, el desarrollo de proyectos de clusters creativos locales, y la creación de plataformas para el desarrollo de contenidos creativos como el Creative Entrepreneurs.

Por su parte, China hace parte de las 5 economías emergentes más importantes del mundo, durante las últimas décadas ha establecido el sector de servicios, tecnologías e información como catalizador de crecimiento, enfoque que le ha permitido posicionarse como proveedor dominante de tecnología y servicios. Actualmente nueve de sus ciudades hacen parte de la red de ciudades creativas establecidas por la Unesco, éstas se caracterizan por impulsar la creatividad, la innovación y mantener la diversidad cultural, “Como una sociedad creativa, China se ve construyendo su futura prosperidad a partir de innovación en la que el potencial creativo de todos es utilizado. Su éxito dependerá de su habilidad de producir más valor, no más productos, permitiéndole subir en la cadena de valor y competir globalmente, en el mismo espacio de producto de los países avanzados. La creatividad se manifestará no solamente en tecnología de

productos y procesos, sino también en actividades artísticas y culturales. (Banco Mundial, 2013, p.16)

De este modo, tanto Reino Unido como China se consolidan como grandes promotores del desarrollo de las industrias creativas en el mundo, liderando el comercio de bienes creativos, la generación de empleo y el incremento del PIB, según datos del BID las transacciones Chinas se avaluaron en 2013 en \$129,8 mil millones de dólares americanos y las del Reino Unido en \$ 24,3 mil millones dólares americanos.

Es por ello que este trabajo buscará identificar los elementos más relevantes de las industrias creativas en el Reino Unido y en China que permitan dinamizar la industria cultural colombiana, con el fin de mejorar las condiciones económicas y sociales del país, favoreciendo un crecimiento competitivo y sostenible.

2. JUSTIFICACIÓN

Desarrollar un proyecto que permita identificar elementos relevantes en las industrias creativas del Reino Unido y China con el fin de aplicarlos al caso Colombiano, y así fortalecer el desarrollo de la industria en el país, es importante teniendo en cuenta que entender el impacto de la economía creativa en la dinámica actual constituye la base para establecer estrategias de desarrollo económico y social de carácter integral y acordes al proceso de evolución, pues no solo representa la principal fuente de generación de valor agregado sino que también contribuye a la reducción de la brecha económica y social entre las naciones y por último promueve el desarrollo humano en su máxima expresión.

La inversión en creatividad es ahora una exigencia para naciones y empresas, es por esto que se hace necesario identificar modelos ya instaurados para reestructurar los modelos ya existentes, así generar entornos más competitivos y diversos tanto a nivel macroeconómico como microeconómico.

En el ámbito económico los aportes parten del hecho en el cual la producción basada en los sectores tradicionales ya no constituye un factor competitivo, “El trabajo productivo en la sociedad y la economía actual aplica visión, saber y conceptos, es trabajo que se basa en la mente y no en la mano” (Drucker, 1959), es así como se hace necesario la generación de nuevos modelos de negocios que potencien otras capacidades humanas como las de carácter intangible que permitan conectar la ciencia, la tecnología y el conocimiento. Por otro lado el capital intelectual se consolida como fuente de producción alternativa, como recursos no agotable, de permanente explotación que enfrenta favorablemente el problema de escases de recursos.

Incentivar la explotación del capital humano como factor productivo permite que las capacidades entre unos y otros sean equitativas, que las sociedades puedan competir con igualdad de condiciones y los recursos no los dominen unos pocos, asimismo favorece a aquellas zonas de invisibilidad y exclusión social donde estos nuevos modelos de producción reflejan un mayor grado de confianza y de este modo naciones que anteriormente se encontraban reprimidas a causa de una brecha eminente han descubierto sus propias capacidades y con ello han adquirido nuevas habilidades para recuperarse de las crisis, responder a los nuevos retos y ajustarse a las circunstancias cambiantes.

Por último, cabe resaltar que el desarrollo de las capacidades intelectuales constituyen el más alto nivel de satisfacción del ser humano, pues de acuerdo con la pirámide de necesidades de Maslow, nuestras necesidades ascienden a través de una jerarquía desde las físicas hacia las emocionales y espirituales, donde el ser busca su propia satisfacción, bajo el desarrollo de las capacidades personales y el pleno potencial. Es evidente que llegar a este punto supone la obtención del más alto nivel de evolución y progreso, pues bajo esta dimensión se hace evidente la individualidad del ser, su singularidad, lo que lo diferencia no solo del resto de especies sino del resto de seres humanos, allí se hacen evidentes sus cualidades más intrínsecas y puras. El psicólogo Mihaly Csikszentmihalyi, en su libro *Creatividad: El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención* (1996), él describe los estados de experiencia óptima, donde las habilidades coinciden con el desafío y dice, “La emoción creativa del artista en su caballete o el científico en el laboratorio es lo más cercano al ideal de plenitud que todos esperamos, y tan rara vez alcanzamos”. (Howkins, 2001)

Con lo anterior es evidente que el estudio de la economía creativa favorece tanto a los individuos en su desarrollo personal, como a las empresas, independientemente del sector al que pertenezcan, y finalmente a las naciones en general pues el impacto de éstas incluye a todos los sectores económicos y en todos sus niveles.

En lo personal considero que la creatividad y su impacto en la economía constituye un recurso esencial de desarrollo y una oportunidad para explotar el máximo potencial del ser humano. La misma evolución nos ha mostrado que contamos con capacidades físicas, humanas y tecnológicas para la transformación de los modelos de negocio generando un entorno competitivo y sostenible.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Objetivo general

Identificar los aspectos de las industrias creativas en los modelos británico y chino que pueden aplicarse para fortalecer su desarrollo en el caso Colombiano.

3.2 Objetivos específicos

- Identificar los criterios de análisis de la industrias creativas propuestos por: la Unesco en su declaración, y por el Bid en los indicadores económicos.
- Describir la estructura de las industrias creativas del modelo británico, chino y colombiano a partir de los criterios de la Unesco y del Bid.
- Establecer los rasgos diferenciales de competitividad que pueden ser aplicados a las industrias creativas colombianas.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 Estado del arte

En este capítulo se describen algunos de los estudios realizados sobre industrias creativas en Colombia, en China y en Reino Unido, con el fin de identificar de cada uno ¿Qué se ha dicho? ¿Cómo se ha dicho? y ¿A quién ha sido dirigido?

En Colombia los estudios han estado enfocados en el análisis cuantitativo y han usado como marco de referencia las formulaciones establecidas por el Convenio Andrés Bello, quien estableció una propuesta metodológica común para determinar el impacto económico de las industrias creativas en sus países miembros.

Es así como partiendo del marco metodológico establecido por el Convenio Andrés Bello - CAB (2009) los países miembros han impulsado el análisis de la cuenta satélite de cultura, a través de la cual se ha logrado establecer indicadores comparativos para determinar el impacto tanto en factores monetarios como no monetarios, dentro de los que se destacan, la representación en el PIB, el VAB, la generación de empleo, las exportaciones e importaciones de bienes y servicios culturales, entre otros indicadores.

Los estudios realizados en Colombia han contado con la colaboración del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas - DANE y el Ministerio de Cultura quienes bajo el proyecto Economía y cultura, en 2003 desarrollaron el estudio *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*, en el cual se llevaron a cabo aproximaciones de la relación Economía - Cultura y donde adicionalmente se realizó un diagnóstico social y económico de las actividades del sector cultural en Colombia.

Este estudio permitió visualizar la producción, las formas circulación y los hábitos de consumo en el país con el fin de identificar el peso de las industrias en la economía nacional, las formas como los procesos de producción influyen en las dinámicas sociales y culturales y como cambian con el tiempo y se vuelven a diseñar con cada avance tecnológico y comunicacional.

El desarrollo de este estudio se llevó a cabo bajo un enfoque estadístico y analítico basados en las encuestas de consumo cultural realizadas por el DANE y las investigaciones realizadas por el

Ministerio de cultura las cuales permitieron 1) Cuantificar variables como incidencias en el PIB, pago de los derechos de autor, producción, ventas, exportaciones, importaciones, empleo y piratería. 2) Mostrar al país de las perspectivas mundiales de producción de bienes y servicios culturales. 3) Visualizar lo que está sucediendo en la oferta y demanda de sus mercados. 4) facilitar la gestión política del presupuesto nacional para la cultura, partiendo de la certeza que es un sector productivo potencialmente transformador y de importancia económica. (Estudio Impacto económico de las industrias culturales en Colombia, 2003, p. 26).

Como mecanismo de análisis de los datos cuantitativos tanto de las industrias creativas como del sector cultural en su totalidad, el presente estudio establece que desde la ciencia económica puede hacerse ya sea una construcción de modelos microeconómicos, ejercicios econométricos, evaluación de proyectos, estudios costo - beneficio o valoraciones contingentes, con los cuales podría establecerse mecanismos de financiación, impuestos, subsidios, y regulación de los mercados. (Estudio Impacto económico de las industrias culturales en Colombia, 2003, p 27).

Los resultados de este informe permitieron contemplar un panorama del sector y presentar conclusiones y recomendaciones para posibles líneas de acción, también contribuyó al diseño de un marco conceptual para construir indicadores, este se desarrolló con el fin de llamar la atención del gobierno y la sociedad en general sobre la necesidad de generar sistemas de medición económica que den cuenta de las cifras del sector cultural.

Otro de los grandes contribuyentes en el estudio de las industrias creativas en Colombia, ha sido el British Council, el cual junto al departamento de diseño, del CEDE de la Universidad de los Andes, y las demás instituciones anteriormente mencionadas elaboró el *Mapeo de Industrias creativas en Bogotá y Soacha (2002)* Este trabajo se enfocó en el estudio de la educación con base en la creatividad y los resultados arrojados fueron principalmente de carácter cualitativo.

Bajo este estudio se presentó la situación de los diferentes subsectores según su organización, sus empleados, el mercado e inversión y el desarrollo del sector. (British Council, 2002, p 4).

De este modo a través de diagramas de barras se compiló la información recolectada por las diferentes fuentes donde se evidencia el panorama de los diferentes subsectores según cada criterio y la comparación frente a los demás. En este orden de ideas se determinó que según la

distribución de los establecimientos son más representativas las empresas dedicadas a las artesanías y el diseño de modas, en relación con la antigüedad de los negocios, los subsectores con empresas más antiguas son fotografía, televisión y radio, artes escénicas. Según su organización jurídica existe una tendencia en cuanto a los negocios constituidos por personas naturales y establecimientos comerciales y según la distribución de sus empleados los subsectores como diseño de interfaz, diseño de moda y diseño gráfico se destacan por contratar más mujeres que hombres, mientras que publicidad, cine y video, artesanía y artes escénicas presentan una diferencia muy baja a favor de los hombres. Adicionalmente este estudio presenta el desarrollo de cada subsector a través de casos de estudio, donde se determinan las actividades principales y las relacionadas así como su impacto e información económica. (British Council, 2002, pp 17 - 25).

Finalmente, este estudio estableció recomendaciones y sugerencias para mejorar la recolección de información y datos para el desarrollo de estudios similares, que permitieran generar análisis más completos y estructurados.

Posteriormente, y producto de los primeros acercamientos realizados, donde se destacan los llevados a cabo por el proyecto Economía y cultura, los lineamientos para la sostenibilidad del plan nacional de cultura y las recomendaciones del Banco Interamericano de Desarrollo - BID se establece el convenio entre el Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE, Ministerio de Cultura -Mincultura, Convenio Andrés Bello - CAB y Dirección Nacional de Derechos de Autor - DNDA bajo el cual se crea la cuenta satélite de cultura y se desarrolla el *Manual metodológico para la implementación de cuentas satélites de cultura en Latinoamérica*, (2009) este surgió con el propósito de solventar uno de los mayores inconvenientes evidenciados en los estudios anteriores, la falta de lineamientos y referencias comunes para facilitar el análisis, para ello se desarrolla esta propuesta metodológica común para la medición económica de la cultura la cual permite establecer líneas de base, series históricas y puntos de referencia.

Como punto de partida el manual establece una definición de cultura que recoge los planteamientos de diferentes fuentes y los consolida en una definición que delimita y cobija los más relevantes y que presenta mayores posibilidades de medición, teniendo en cuenta que la cuenta satélite de cultura es un sistema de información económica que tiene como propósito

producir información que haga posible el análisis de la actividad cultural en el país. Este manual recoge los criterios de estudios analizados en cada uno de los países miembros del CAB, y los estructura creando un marco de referencia conjunto que facilite la evaluación comparativa de la industria en la región. (Cuenta Satélite de cultura, 2009, pp 30-33).

Para cumplir con el anterior objetivo se desarrolló una segmentación del campo cultural y como primera medida se realizó la división de sectores y subsectores según características comunes en sus productos y prácticas, de esta segmentación se determinaron 12 sectores y 50 subsectores, una vez establecidos dispone que para realizar la medición económica debe partirse del diagnóstico de la oferta y la demanda, para esto limita el análisis, por un lado a la producción cultural y por el otro al gasto cultural.

En cuanto a la producción cultural se establecieron como criterios de evaluación: (Cuenta Satélite de cultura, 2009, pp 53- 121).

1. Los establecimientos de mercado
2. Los establecimientos de no mercado
3. Las actividades secundarias y auxiliares
4. Los agentes de producción
5. Los bienes producidos

Por otro lado, en cuanto al gasto cultural, tiene como objetivo mostrar quiénes son los beneficiarios últimos del gasto y quién está pagando el gasto (Cuenta Satélite de cultura, 2009)

Para este se establecen criterios como:

1. Clasificación de los beneficiarios.
2. Unidades de financiación.

Como instrumento de análisis estableció la matriz *oferta-utilización* la cual muestra la distribución de estos bienes y servicios entre la oferta y la demanda, por otro lado la submatriz de utilización que permite describir de manera coherente la producción tanto desde el punto de vista de los productos obtenidos, como desde el punto de vista de las ramas de actividad que los producen. (Cuenta Satélite de cultura, 2009, pp 125 - 127).

En cuanto a empleo, el manual metodológico establece tres cuadros sobre empleo (Cuenta Satélite de cultura, 2009, pp 194 - 199)

- Empleo en los sectores culturales según el tipo de vinculación.
- Empleo en las actividades culturales desde la perspectiva de la oferta: número de empleos por rama de actividad.
- Empleo en las actividades culturales desde la perspectiva de la oferta: número de empleos por ocupaciones.

Por último, la cuenta satélite de cultura utiliza indicadores no monetarios: (Cuenta Satélite de cultura, 2009, pp 203 - 221)

1. Número de títulos y número de ejemplares para el cálculo de la oferta de libros y publicaciones periódicas.
2. Horas de difusión para la televisión, número de volúmenes, número de consultas y número de personas atendidas para las bibliotecas, número de espectadores para los espectáculos en vivo, etc.

Este manual va dirigido por una parte a los gestores y actores culturales tanto de la sociedad civil y del Estado, con el fin de proveerles un instrumento para analizar las interrelaciones de sus políticas y acciones con los agregados culturales y el ámbito económico general. De otra parte, va enfocado a los analistas macroeconómicos e investigadores interesados en las dimensiones económicas de la cultura, en particular aquellos que construyen y utilizan las Cuentas Nacionales.

Por último, el análisis de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia se llevó a cabo en 2015, con la intervención del Ministerio de Cultura bajo el nombre *Cultura a la medida: Análisis de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia*. Este documento presenta el análisis correspondiente al sector de las artes escénicas y espectáculos artísticos, juegos y juguetes, audiovisual, música fonogramada, creación publicitaria, libros y publicaciones y educación cultural.

A través de diferentes fuentes estadísticas este informe presenta resultados en cuanto a la producción y el valor agregado de cada uno de los sectores anteriormente mencionados, por otro

lado realiza el análisis de la oferta y la demanda por productos según el balance oferta utilización planteado en el manual metodológico y finalmente establece obstáculos de cada uno de los sectores. (Cultura a la medida. Análisis de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia, 2015).

Por último, el informe presenta conclusiones generales en cuanto al impacto de las industrias creativas en Colombia, en este se determina el peso del valor agregado de cada uno de los sectores en la medición general, por otro lado se presenta la balanza comercial.

Este documento tiene como finalidad desarrollar un análisis económico de las ICC en Colombia con el fin de aportar a la toma de decisiones en materia de política cultural, especialmente diseñadas para contribuir a la reestructuración de las políticas gubernamentales, pero también como aporte a la gestión de otros agentes y organizaciones del sector.

Por otro lado cabe destacar algunos estudios realizados en China y que realizan diagnósticos y acercamientos a las industrias creativas y culturales en estos países, el primero de ellos corresponde al estudio realizado por Douglas Webster, Larissa Muller y Jianming Cai, el cual fue publicado en la International Development Planning Review en 2011.

Este estudio titulado *The Emerging cultural economy in chinese cities: early dynamics*. Reconoce el efecto del post industrialismo en su territorio que al igual que en otros países cosmopolitas su proceso ha sido más profundo y rápido. Aquí se describe la intervención de los diferentes actores en el desarrollo de estas industrias, bajo el estudio de las tres regiones creativas con mayor crecimiento: Beijing, Shanghai y Guangzhou.

Para esto, el estudio parte de las generalidades de las industrias creativas. Según éste, de todas las formas que puede tomar la Economía cultural, en China esta se caracteriza por las actividades productivas que tienen alto nivel de creatividad, de estética y tienen contenido cultural y de diseño, en cuanto al consumo está caracterizado por las actividades de experiencia y ocio. Asimismo, establece que las actividades creativas en China están clasificadas según el Sistema Nacional de Clasificación del Gobierno Nacional, según el cual la industria se clasifica en dos grupos, el primero, los servicios culturales del núcleo, que consiste en los nuevos servicios como: publicidad y derechos de autor, televisión y cine, arte, internet, cultura, ocio y

entretenimiento entre otros. Y el segundo corresponde a servicios culturales relacionados y consiste en la producción y la venta de productos culturales y relacionados, sin discriminar entre el consumo y la producción. (International Development Planning Review, 33 (3) 2011).

Adicionalmente, plantea los objetivos de desarrollo, en el cual destaca la importancia de las artes formales, la preservación cultural basada en el redesarrollo, zonas creativas de altas tecnologías y clústeres creativos, así como las tensiones entre los espacios de producción y consumo.

Por último, este estudio describe los actores claves que intervienen en el desarrollo y fortalecimiento de las industrias creativas en China y de quienes depende que el crecimiento de éstas sea expansivo y sostenible, entre los que se encuentran El Gobierno Nacional, los regímenes urbanos, las corporaciones multinacionales y los consumidores. Para posteriormente relacionar su actuación y su intervención en algunos casos en particular, así como sus manifestaciones típicas y de desarrollo.

Por otro lado, el estudio elaborado por Jianpeng Zhang y Jitka Kloudova para Versita publicaciones denominado: *Factors which influence the growth of creative industries: cross-section analysis in China* (2011), examina los cuatro factores que influyen el crecimiento de las industrias creativas: El producto interno bruto per cápita, el número de instituciones de educación superior, el número de estudiantes inscritos en instituciones de educación superior y el número de patentes.

El estudio de dichos factores se lleva a cabo a través de un análisis estadístico mediante un modelo de regresión múltiple aplicado a una muestra de 23 regiones, basado en datos de 2007. En este modelo, la variable dependiente (Y) corresponde al ratio de valor agregado de las industrias creativas dentro del Producto interno bruto de cada región, y las variables independientes están representadas por el Producto Interno Bruto (X1), el número de instituciones de educación superior (X2), el número de estudiantes matriculados por diez mil estudiantes (X3), y número de patentes por diez mil habitantes (X4). (Creative and Knowledge Society / Internacional Scientific Journal, 2011).

El análisis concluye que las regiones con un mayor porcentaje de valor agregado en el Producto Interno Bruto, son Beijing con el 43,08%, Shanghai 25,47% y Guangdong 16,45%. Asimismo, concluye que entre el ratio del valor agregado y el PIB per cápita no existe una relación positiva, así como tampoco existe con el número de instituciones de educación superior, sin embargo la relación con las demás variables independientes si es positiva. (Creative and Knowledge Society / Internacional Scientific Journal, 2011, pp 12 - 17).

Adicional a los estudios realizados sobre los actores y factores claves en el desarrollo de las industrias creativas en China, también existen algunos que indagan sobre diferentes aspectos donde éstas tienen influencia, tal como lo describe el siguiente estudio: *East Asian Cultural Industries: Policies, Strategies and Trajectories*, realizado por Dal Jin y Nissim Otmazgin, publicado por Pacif Affairs en 2014.

Este estudio explora otros de los grandes ámbitos de influencia de las industrias creativas en tres de las grandes industrias culturales del Este Asiático: China, Japón y Corea del Sur. Dentro de los ámbitos de análisis están los asuntos de comercio y políticas de bienes y servicios culturales donde pretende describir el incremento de la presencia a escala global de las industrias culturales del este Asiático. Este se desarrolla como guía para investigadores y para representantes políticos, encargados de implementar y crear las políticas, con el fin de establecer acercamientos para conceptualizar las relaciones entre las industrias culturales y las políticas culturales.

En cuanto al comercio de bienes y servicios creativos las principales intervenciones se evidencia en la transnacionalización de producción y distribución, la privatización de los medios de transmisión pública, y el cambio de las relaciones entre las industrias culturales y el estado.

Comenzando por el rápido crecimiento de la industria audiovisual y las industrias culturales, incluyendo la prensa, el cine, la radio, la televisión, la publicidad, los deportes y la industria de la información que permitieron la transmisión y el posicionamiento como parte integral de la actividad de mercado.

Estos avances fueron de influencia para que los gobiernos de estos países consideraran estas industrias como forma de renovación de su economía y como medio para implementar el recurso del *poder blando*. Lo cual permitió la expansión de las industrias creativas a nivel global, a

través de la modificación de las regulaciones, en China seguido de la entrada a la Organización mundial del comercio (OMC) en 2001, el Estado permitió la inversión de compañías extranjeras en industrias como el cine.

Finalmente, este enfatiza en la transformación de las políticas culturales y de mercado, ahora enfocadas en la estimulación de las exportaciones y la necesidad de invertir en el desarrollo de las industrias culturales.

Por su parte, Inseong Hwang, analiza en su artículo *New Governments and Economic Models in NE Asia*, las estrategias que se han utilizado en Japón, Corea y China para resolver los problemas internos con los nuevos paradigmas económicos. (SERI Quarterly, 2013).

En el caso chino las nuevas políticas económicas se explican bajo una estrategia de desarrollo que está enfocada en la demanda local, la cual se basa en el aumento de tres áreas principales: Urbanización, seguridad social e ingresos domésticos. (SERI Quarterly, 2013). Bajo este nuevo modelo el gobierno chino busca lograr una prosperidad común, para cumplir con este objetivo propone inversión en infraestructura y desarrollo de la industria de servicios.

“El Reino Unido ha sido el líder en reconocer las industrias creativas en el corazón de la economía creativa a través del desarrollo de estudios dispuesto especialmente para este fin, realizando identificaciones estadísticas en términos de creación de empleo y productividad, el mapeo territorial de estas actividades y por último la creación de la agencia pionera NESTA. Muchos estudios que consideran las industrias creativas han seguido este modelo”. (Journal of Evolutionary Studies in Business, 2016).

En 2013, NESTA desarrolla El *manifiesto for the Creative Economy*, un trabajo de Hasan Bakhshi, Ian Hargreaves y Juan Mateos García, el cual se realiza teniendo en cuenta que la Economía creativa es una de las grandes fortalezas nacionales, y que es una de las pocas industrias donde el Reino Unido tiene reconocimiento como líder en el mundo. Este estudio establece que determinaciones son posibles y cuales son erróneas en cuanto al tratamiento de las industrias creativas en el Reino Unido por parte de los diferentes agentes involucrados.

Para llevar a cabo el anterior propósito este manifiesto establece un plan de 10 puntos para fortalecer las industrias creativas en este país y aquellas áreas en las cuales se requiere una revitalización de las políticas instauradas.

- Propuesta No 1: Adoptar una nueva definición de Industrias creativas para un contexto más amplio de economía creativa.
- Propuesta No 2: Los legisladores deberían establecer una estrategia para un sistema de innovación creativo.
- Propuesta No 3: El Gobierno debería hacer una reducción fiscal en investigación y desarrollo que sea más accesible para los negocios creativos.
- Propuesta No 4: Los legisladores locales deberían desarrollar los clústeres creativos.
- Propuesta No 5: El Gobierno debería asegurar que su esquema de negocio financiero no discrimine contra los negocios creativos y que la regulación ayude a desarrollar la plataforma financiera de internet.
- Propuesta No 6: La tesorería y el departamento de cultura, medios y deporte debería emprender una amplia evaluación del valor de las artes públicas y del gasto cultural en Reino Unido.
- Propuesta No 7: Los fondos deberían incentivar la experimentación con tecnología digital en las artes y en las organizaciones culturales y distribuir un porcentaje de sus recursos a la investigación y desarrollo digital.
- Propuesta No 8: La oficina de comunicación debe tener facultades para recopilar información en todos los mercados de Internet con el fin de maximizar las posibilidades de juicios sólidos.
- Propuesta N 9 : Las reglas de derechos de autor de Reino Unido y las excepciones deberían ser rebalanceadas, a lo largo de las líneas propuestas por el gobierno del Reino Unido y el mercado digital Europeo.
- Propuesta N10: El gobierno del Reino Unido debe hacer propuestas de escuelas digitales.

Posterior a las propuestas establecidas en este manifiesto, aquí se explican punto por punto los argumentos y los criterios en los cuales se basan para plantear estas sugerencias.

Este manifiesto se llevó a cabo con el fin de establecer una nueva agenda política para hacer sostenible la economía creativa en Reino Unido durante la próxima década, con el fin de basarla en una relación más constructiva entre las compañías de tecnología y los negocios creativos, es por esto que éste está dirigido al gobierno, los legisladores, y demás organismos encargados de tomar decisiones respecto al curso de las industrias creativas.

Adicional al manifiesto realizado por NESTA, el Department for culture, media and sport (DCMS) del gobierno británico, ha llevado a cabo dos estudios detallados de las industrias creativas, conocidos como *Creative Industries Mapping Document (1998-2001)* en los cuales se mide la contribución económica de las industrias creativas en el Reino Unido, para identificar las oportunidades y amenazas que estas enfrentan.

Para esto dividen la industria creativa en 13 grupos: Publicidad, arquitectura, mercado de artes y antigüedades, artesanías, diseño, diseño de modas, cine y video, software interactivos, música, teatro, industria editorial, servicio de software y cómputo, radio y televisión.

Cada uno de estos grupos es estudiado según los ingresos que genera, el valor de las exportaciones, la empleabilidad, la estructura, los gastos y el potencial de crecimiento, estos indicadores conducen a establecer una perspectiva regional de la industria, un análisis de concentración de éstas y el desarrollo según la región, para finalmente generar estrategias y mecanismos de apoyo tanto a las industrias como al sistema de mapeo de las mismas.

El análisis independiente de cada grupo se basa en datos estadísticos suministrados por el Office for National Statistics (ONS) del Reino Unido, y otros reportes que varían según el grupo en cuestión. Basado en los datos recolectados de cada grupo el estudio determina que : Según los ingresos estimados, el nivel de empleabilidad y el valor de las exportaciones software y servicios de computador es el sector que mejores resultados genera. En términos de concentración y desarrollo regional establece que Londres y el sudeste británico continúan siendo las regiones que jalonan las industrias creativas. (Creative Industries Mapping Document, 2001).

Asimismo resalta que el Reino Unido es:

1. El centro de las mejores prácticas de mercadeo.
2. Es la segundo mercado más grande de artes y antigüedades del mundo .

3. Reino Unido es el más grande exportador de diseño del mundo.

Por otro lado, cada uno de los sectores consideran una serie de asuntos los cuales impactan en su potencial de crecimiento e incluyen la importancia de:

- Estimulación de la creatividad y la innovación en la gente joven para asegurar oferta a largo plazo de talento creativo.
- Asegurar que las personas tiene las habilidades necesarias tanto creativas como de negocios para triunfar.
- Asegurar el amplio conocimiento público de la importancia de los derechos de propiedad intelectual.
- Asegurar que los negocios creativos tienen acceso a soporte financiero apropiado, así como beneficios y oportunidades de inversión.
- Responder a las oportunidades globales, promoviendo la creatividad e innovación del Reino Unido a través del mundo.

Además del documento de mapeo de la Economía Creativa mencionado anteriormente, El Department for culture, media and sport (DCMS) desarrolló el *Creative Britain, New Talent for the New Economy* en 2008, con el objetivo de plantear estrategias y respuestas a los nuevos retos que presenta la Economía creativa, principalmente en lo que respecta al desarrollo de jóvenes talentos que impulsen la expansión del sector creativo.

Como premisa este plantea trasladar las industrias creativas del margen al corazón de la economía (DCMS, 2008), para lo cual plantea 26 compromisos, consolidados en 8 estrategias.

1. Proporcionar educación creativa a todos los niños.
2. Convertir el talento en empleos.
3. Contribuir a la investigación e innovación.
4. Ayudar al crecimiento y acceso financiero de los negocios creativos.
5. Fomentar y proteger la propiedad intelectual.
6. Brindar soporte a los clusters creativos.
7. Promover a Gran Bretaña como Hub creativo del mundo.
8. Mantener la estrategia actualizada.

El Department for culture, media and sport (DCMS) plantea estrategias que contribuyan a las industrias creativas desde todas las etapas de desarrollo, para esto parte del soporte al talento creativo, la incubación y fortalecimiento de habilidades desde la población más pequeña bajo el programa “*Find your talent*”, posteriormente y con el fin de convertir estos talentos y habilidades en activos potenciales propone la alianza entre individuos, empresas y gobierno.

En términos empresariales el DCMS reconoce que el tema financiero es uno de los más cruciales para las pequeñas empresas dedicadas a este sector, según este la relación entre las industrias creativas y el capital de riesgo es menos desarrollada y productiva que en Estados Unidos, por esto propone fomentar estrategias de financiación, de acceso a créditos financieros y apoyo a programas como el *Enterprise Capital Fund (ECF)* (*Creative Britain, New Talent for the New Economy*, 2008, pp 47).

En cuanto a propiedad intelectual, parte de la consideración que los derechos de propiedad intelectual son los catalizadores para convertir las actividades creativas en productos y servicios creativos, es por esto que plantea dos retos principales: mejorar la ejecución de los derechos de propiedad intelectual y por otro lado mejorar la concientización en lo que a este tema corresponde (*Creative Britain, New Talent for the New Economy*, 2008, pp 49).

Finalmente, y teniendo en cuenta que una de las principales fortalezas de las industrias creativas está en la configuración de centros creativos “Hubs” que permitan la interacción y diversificación de contenidos, las últimas estrategias están encaminadas a fortalecer el desarrollo de estos, en este sentido los retos se enfocan en mejorar la relación entre la inversión pública y las economías creativas locales, resaltando la importancia y su rol económico a nivel regional, sub- regional y local, por otro lado se enfoca en el desarrollo en infraestructura con el fin de reducir las barreras y aumentar la presencia de estas industrias. (*Creative Britain, New Talent for the New Economy*, 2008, pp 49).

Por último, el impacto de estas estrategias se refleja en el último reto mencionado por el DCMS: promover el Reino Unido como el hub creativo mundial. Con el fin de impulsar la reputación en creatividad e innovación de la región el gobierno puede proyectar su fortaleza en las artes y las industrias creativas a través de la diplomacia cultural internacional, pero también puede mejorar

su reputación ofreciendo un mercado abierto en ideas y habilidades, para lo cual propone una estrategia de mercadeo e inversión para la economía creativa específicamente. (*Creative Britain, New Talent for the New Economy*, 2008, pp 63).

En conclusión, tal como lo menciona este documento, Gran Bretaña es la capital creativa del mundo. Pero ocuparse de estos retos, puede salvaguardar este estatus y permitirá mantener la ventaja que tiene el Reino Unido en las industrias creativas.

Por último, cabe mencionar otro de los estudios realizados por Experian y la universidad de Oxford Brookes para NESTA en 2007. *How linked are UK's creative industries to the wider economy?: An input-output analysis*, hace parte del proyecto titulado *The arts, creative industries and innovation*, en el cual se presentan los vínculos entre el sector creativo y otras partes de la economía, a través de la evidencia cuantitativa de las interacciones.

Este estudio más allá de evaluar independientemente los componentes de las industrias creativas lleva a cabo un análisis basado en toda la cadena de suministros que conforman la industria creativa, así como lo que esta produce.

El estudio parte de la hipótesis que los vínculos en la cadena de suministros (tanto hacia atrás – compras, como hacia delante –ventas), entre el sector creativo y otras partes de la economía generan transferencia de recursos e ideas, facilitando el incremento de los niveles de innovación.

Este está comprendido por tres partes: (1) El Análisis cuantitativo de la extensión y la naturaleza de los vínculos entre la economía creativa y artística y la economía en su conjunto basado tanto en los inputs como en los outputs que la conforman (2) El análisis de las evidencias cuantitativas en innovación de la industria, basado en los resultados de la encuesta comunitaria de innovación (CIS). (3) El análisis de los vínculos entre el uso de los servicios creativos y artísticos y la innovación económica.

En este informe se plantean los resultados de la primera parte y se concluye que las industrias creativas establecidas por el DCMS aportan el 77% al suministro total de productos creativos, de los cuales, la publicidad es la industria que menor contribución tiene al total del suministro de productos de publicidad, con tan solo 41%.

Por otro lado, estima que aproximadamente el 60% de la demanda total de productos creativos en el Reino Unido proviene de la compra de las industrias intermedias, es decir de la compra de productos creativos como *inputs* para la producción de otros productos, este modelo B2B es particularmente importante en industrias como la publicidad, la arquitectura, los software y la moda, sin embargo, las industrias creativas también involucran sectores los cuales están más fuertemente enfocados en la demanda final, tales como: La radio y la televisión, las artes y el cine.

Finalmente y como objetivo específico, este estudio pretende indaga sobre la hipótesis que la naturaleza y fortaleza de estos vínculos entre la economía creativa y la economía general determinan parcialmente patrones de innovación, para lo cual este primer análisis también estudia, por un lado los vínculos que existe hacia delante, las industrias creativas como *inputs*, donde reconoce un incremento significativo a través de los años, evidenciado principalmente en el sector de servicios, financiero y de negocios, por otro lado los vínculos hacia atrás, las industrias creativas como *outputs*, donde también se evidencia una significativa contribución en la demanda de materiales, servicios financieros, profesionales y de negocios.

4.2 Marco teórico

4.2.1 Cultura: tradición y valores compartidos.

Teniendo en cuenta las cuestiones que se han planteado sobre el concepto verdadero de cultura y todo lo que se mueve a su alrededor y a la vez la edifica, es decir las representaciones, el problema de la mirada y la construcción de la realidad, este documento pretende contrastar las diferentes visiones y aplicaciones que de este se pueden desprender.

A pesar de los diferentes enfoques y visiones que el término ha suscitado desde sus primeros planteamientos, tal como se evidenciará más adelante, es claro que parte de la relación entre el hombre y la sociedad; fue en el siglo XVII, cuando su uso empezó a tener un carácter colectivo, como algo que tiene que ver tanto con el individuo, en el sentido que implica consciencia, voluntad y libertad pero que a la vez constituye una tarea social, obedeciendo a su propia naturaleza al pertenecer a un determinado grupo donde se establecen vínculos y experiencias y junto con los otros miembros tienen la labor de transmitirlos y preservarlos.

De acuerdo con lo anterior, el concepto de cultura parte de una base antropológica, pues como lo definió el antropólogo Vinigi L. Grotanelli (1965) “La cultura es toda actividad consciente y deliberada del hombre como ser racional y como miembro de una sociedad y el conjunto de las manifestaciones concretas que derivan de aquella actividad” Pues independientemente de las diferentes visiones y planteamientos que ha tenido el concepto cultura, de acuerdo a las diferentes escuelas de pensamiento, autores, teorías y reformulaciones, es claro que en cada uno de estos acercamientos se edifica bajo el concepto antropológico de la cultura.

Ahora bien, es pertinente hacer un acercamiento al desarrollo del concepto, sus diferentes interpretaciones y las contribuciones que han tenido para la consolidación del concepto hoy en día, teniendo en cuenta las diferencias en cuanto al alcance que otorga el concepto como también a la orientación teórica de cada proponente.

Edward B. Tylor (1871), la definió como:

“Un conjunto complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, leyes, costumbres y varias otras aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad con estos primeros acercamientos el concepto de cultura se estableció como un principio universal y uniforme, que partía de la concepción de la naturaleza humana unitaria y constante que independiente del lugar, el tiempo y de las circunstancias buscaba constantes dentro de las variantes locales de la cultura, “la uniformidad que en tan gran medida caracteriza a la civilización debe atribuirse, en buena parte, a la acción uniforme de causas uniformes; mientras que por otra parte sus distintos grados deben considerarse etapas de desarrollo o evolución, siendo cada una el resultado de la historia anterior y colaborando con su aportación a la conformación de la historia del futuro”.

Con esto Tylor consideró la historia y la evolución de la cultura como base para comprender el proceso por el cual esta cambia, es decir, que adicional a la formulación de leyes sociales y pautas universales la concibe como un patrimonio específico de un determinado grupo social, determinó que para comprender la propia vida es necesario conocer las etapas mediante las cuales las opiniones y costumbres se convirtieron en los que son, considerando peligroso separar una costumbre de sus acontecimientos pasados.

Muchas de las consideraciones anteriores pueden establecerse como determinantes en la concepción del concepto de cultura actual, sin embargo las principales críticas y contradicciones a dicha postulación recaen sobre la existencia de leyes sociales universales, donde los críticos recalcan principalmente la variedad de culturas y la complejidad del término que hacen imposible su estudio como una única unidad.

Entre los principales detractores de la teoría planteada por Tylor se encuentran Franz Boas, quien continuamente expresó escepticismo con respecto a la posibilidad de descubrir leyes sociales, por el contrario él planteaba una visión de extrema diversidad de la cultura “ Los fenómenos culturales son de tal complejidad que parece dudoso que puedan descubrirse leyes culturales válidas ” (Boas, 1966)

Boas por su parte planteó una definición partiendo del individuo que adquiere hábitos y costumbres en la medida en que se ve afectado por el grupo con el que convive, de este modo la cultura incluye todas las manifestaciones de los hábitos sociales de una comunidad y los

productos de las actividades humanas. Para Boas las creencias, prácticas y estilos de vida de cada sociedad tenían que ser examinadas como una entidad única independiente de cualquier otra.

En síntesis para Boas, la cultura partía del individuo, pues es este quien tiene la autonomía y la capacidad de aprender y adoptar hábitos y costumbres impartidas por un determinado grupo, adicionalmente establece que para que este proceso se lleve a cabo debía existir un proceso de aprendizaje y transmisión de la cultura. “Los nuevos miembros de la comunidad aprendían la cultura de la comunidad de sus compañeros, exactamente igual que aprendían la lengua. Lengua y cultura iban juntas como un cuerpo de cosas diferenciadas relativas a una comunidad que se transmitían por aprendizaje y que daban a cada comunidad su propia tradición peculiar, lingüística y cultural”. (Kahn, 1975, p.189)

Es claro que existen ciertas diferencias entre uno y otro planteamiento, así como en la mayoría de proposiciones que se han hecho a lo largo de la historia respecto al término cultura, sin embargo, así como las críticas imperan de visión a visión, de acuerdo a la corriente y a la doctrina de cada proponente, es claro que existen características y elementos que se han mantenido, así como en el Caso de Tylor y Boas, donde para este último la cultura seguía considerándose compuesta por los elementos que Tylor había definido anteriormente.

Si se analizan definiciones posteriores dicha relación sigue demostrándose con evidencia, por ejemplo para Linton (1945) la cultura es la suma de conocimientos y modelos de comportamiento que tienen en común y que transmiten los miembros de una sociedad particular, por su parte para Kroeber y Kluckhohn (1952) la cultura consiste en esquemas explícitos e implícitos del y para el comportamiento adquiridos y transmitidos con la mediación de símbolos. Estos son algunas de las tantas definiciones que mantienen elementos relacionados y complementarios entre sí, sin embargo para este estudio en particular es pertinente analizar un componente que se presenta en todas las definiciones anteriormente mencionadas y que se relaciona con un componente comunicativo esencial para el concepto de cultura, independientemente de la postura que se tome se parte de un proceso comunicativo para que este trascienda. Tal como lo describe Geertz (1973).

“Las culturas se conciben como procesos comunicativos entre las personas, por lo que no son algo indiscutidamente definido sino que están en permanente transformación, algo que emana de la interacción creativa entre las personas y entre las sociedades. Se concibe la a la cultura como un proceso comunicativo en el cual los agentes elaboran un texto con una infinidad de símbolos cuyos significados deben ser interpretados en el propio contexto”.

Ahora bien, es pertinente destacar ciertas apreciaciones esenciales para entender el concepto de cultura hoy en día, es así como en primera instancia hay que comprender que este no puede ser estudiado bajo un principio universal y unitario, por su parte debe partirse de la concepción de este como un concepto variable con capacidad de transformarse y adaptarse, asimismo es claro que parte de las capacidades de los individuos de adoptar comportamientos que voluntariamente considera que cumplen sus deseos y decisiones individuales, pero que asimismo para que adquieran sentido debe establecerse bajo un entorno social, donde el individuo se asocia junto con otros que comparten valores y comportamientos similares y de este modo llevar a cabo un proceso de transmisión, socialización y adaptación en el que se heredan y se comparten recursos tanto materiales como inmateriales.

Finalmente es claro que este concepto implica una manifestación que adquiere significado y relevancia en la medida en que constituye un patrón de conducta y comportamiento para un grupo determinado y que implícitamente lo caracteriza y diferencia de otros.

Partiendo de las anteriores generalidades cabe destacar la interpretación que Clifford Geertz (1973) hace de este concepto dentro de su complejo estudio, se tomarán algunas de sus apreciaciones que pueden ser la base para la comprensión del concepto de aquí en adelante. En primera instancia tomando como referencia la consideración que hace en su libro *La interpretación de las culturas* donde propone el concepto no como una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones, con lo cual debate la idea de los postulados anteriores de estudiar la cultura bajo una teoría universal única donde todo debía confluir. Tal como se puede evidenciar actualmente este postulado define más claramente la realidad, pues es claro que el significado que hoy en día ha adquirido este concepto es debido a el dinamismo que tiene donde es imposible encasillarlo bajo un único postulado, tal como se verá más adelante los alcances y delimitaciones de este son cada vez menos claros y perceptibles.

Ahora bien, cabe esclarecer la importancia de dicha afirmación sobre este estudio, lo cual obedece principalmente a la relación de este concepto con la configuración de las nuevas sociedades y la implicación del proceso de globalización, pues como lo afirma Ugo Fabietti (2000) “la cultura es un concepto que está en crisis y debe ser reformulado. El propio proceso de globalización en que estamos inmersos presenta nuevas cuestiones y desafíos para la reflexión antropológica”

Con lo anterior se establece el reto al cual se enfrenta hoy el concepto de cultura el cual está mediado principalmente por el impacto de la globalización, que hace aun más difícil determinar el alcance y límites que este debe tomar, los elementos que permanecían constantes en las visiones anteriormente analizadas hoy están poco definidas, las nuevas formas de distribución, adhesión y delimitación junto a la proliferación de modos de concebir la identidad cultural, política, económica y social hacen que cada vez sea más apropiado hablar de *culturas* de infinidad de relaciones sociales e interconexiones entre diferentes agentes.

Lo cual hace evidente la necesidad del estudio de la cultura desde la interpretación de cada uno de los diferentes vínculos que se van formando, evidentemente partiendo del contexto y los diferentes fenómenos que enmarcan y diferencian a cada uno tal como lo planteó Geertz (2002) “El escenario del mundo: crece a la par más global y más dividido, más ampliamente interconectado a la vez que más intrincadamente fragmentado”

De acuerdo con lo anterior y continuando con las consideraciones de Geertz, este propone que el estudio de la cultura debe tener en cuenta diversos factores que permitirán comprender ¿El por qué?, ¿El cómo?, y ¿El para qué? Se realizan esas acciones que moldean a la cultura y dan forma a una sociedad determinada. Es decir, se debe tomar en cuenta el contexto en el que se desarrollan las situaciones o fenómenos sociales ya que estos son expresiones comunicativas de ideas. Por ello para Geertz la cultura es siempre significación de algo, es un todo que puede ser abordado desde una perspectiva muy general o muy particular según el caso, pero siempre es “algo” representativo de otro “algo”.

Con lo anterior Geertz establece que la cultura no puede ser entendida como un concepto aislado, sino que por el contrario está directamente relacionado con su entorno, es por ello que necesita ser contemplado bajo las fuerzas externas que influyen sobre esta así como aquellas en las que

tiene injerencia, de este modo es claro que la cultura depende de la naturaleza, del lugar geográfico, de las creencias, los valores, los gustos y las percepciones y puede ser considerado bajo principios antropológicos como inicialmente se planteó pero también bajo fundamentos psicológicos, etnográficos, sociológicos, políticos, económicos y sociales entre muchos otros.

En síntesis Geertz define la cultura como el conjunto de conocimientos, interacciones de diferentes grupos sociales y sociedades, que está configurada bajo diferentes perspectivas y niveles de representación, los cuales deben ser analizados de forma independiente e íntegro. Asimismo cabe destacar el carácter comunicativo que sigue considerándose como factor determinante en el concepto de cultura pues es aquel que permite el intercambio, modificación y ampliación de la cultura, es lo que permite descifrar y agrupar códigos.

Una vez establecidos diferentes visiones y percepciones del concepto de cultura y partiendo de las consideraciones hechas por Geertz, antes de hablar de la concepción del concepto de cultura hoy en día, es apropiado retomar las afirmaciones de Ugo Fabietti, ahora que es claro que el concepto de cultura debe concebirse dentro de un entorno global que influye en los demás aspectos de las sociedades pero que así mismo se ve influenciada por estos. Tal como lo mencionó él el proceso de globalización plantea una reconfiguración del concepto de cultura, así como se evidencia su injerencia en los diferentes aspectos de las sociedades, para el caso de la cultura no es ajeno.

En términos culturales la globalización implica alianzas y acuerdos ideológicos globales, nuevas identidades y prácticas sociales dentro de nuevos entornos culturales para compartir y transferir ideas, conceptos, valores y expectativas. En términos de desarrollo la globalización promueve la innovación y las nuevas ideas, crea mayor conocimiento del mundo y reconocimiento de las otras culturas, es un recurso efectivo de inclusión y participación.

De acuerdo con lo anterior es claro que la globalización no es un concepto aislado al de cultura y adicional a lo anterior es evidente su importancia en el proceso de transferencia y divulgación de los elementos culturales entre grupos y sociedades, así como en la preservación de estos de generación en generación.

En consecuencia, en 1982, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO), como parte de sus contribuciones en el acercamiento de las naciones y de los pueblos para garantizar un desarrollo sostenible, estableció que “A raíz de las transformaciones que ha sufrido el mundo y los avances de la ciencia, el ser humano ha modificado drásticamente su manera de relacionarse con su entorno; por tal, la educación y la cultura, cuyo significado y alcance se han ampliado considerablemente, son elementos esenciales para un verdadero desarrollo del individuo y la sociedad” Debido a esto declaró que:

“La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden” (Conferencia mundial sobre las políticas culturales, UNESCO,1982)

Es así como la cultura va adquiriendo un carácter mucho más representativo dentro de la configuración de las sociedades, su reconocimiento, la diversidad de sus contenidos y formas de expresión se constituyen como un elemento necesario para el crecimiento justo y equitativo de las naciones.

Es claro que el concepto de cultura ha ido adquiriendo un alcance cada vez mayor a medida que evolucionan las diferentes planteamientos si se analiza el concepto planteado por la UNESCO anteriormente, es evidente que este abarca un espectro mucho mayor al que se había establecido, sin embargo, muchos de los postulados precedentes siguen manteniéndose pero cada vez la delimitación del concepto se hace más difícil, así como se evidenciaba anteriormente a pesar de las oposiciones que se presentan al definirlo, los acuerdos entre una y otra visión también se hacen evidente.

Es así como puede verse que coinciden en que parte de la capacidad del individuo de apropiarse e identificarse con ciertos valores, comportamientos y conductas que lo relacionan con determinado grupo, contexto en la cual se elaboran textos y expresiones que los caracterizan, que

están en constante transformación y requieren de un proceso de socialización y comunicación evidente.

Ahora, volviendo a examinar la declaración de la UNESCO, se evidencia que esta parte de la noción de la cultura como concepto intrínsecamente diverso, así como en los postulados precedentes se daba énfasis al carácter universal como el caso de Tylor, o a las decisiones individuales si se habla de Boas, la UNESCO enaltece el carácter múltiple de esta, como base fundamental de su definición, dentro de este contexto.

Analizando dicho planteamiento es indiscutible la postura de Geertz pues este establece la cultura dentro diferentes perspectivas donde es esencial analizar cada una de las interconexiones bajo el completo análisis del entorno que rodea a cada una, esta afirmación se da, pues al remitirnos a la declaración de la UNESCO, allí es claro que esta se fundamenta en las transformaciones que está sufriendo el mundo y que representan un elemento esencial para el verdadero desarrollo del individuo y la sociedad, de este modo es evidente que el concepto de cultura no tiene significado si no está vinculado con el entorno y sus transformaciones pues son estas interacciones lo que promueve la diversidad y por ende constituyen una fuerza motriz de desarrollo.

4.2.2 Economía y el efectivo manejo de los recursos escasos.

Por su parte por economía se entiende “La ciencia social que estudia cómo los individuos o las sociedades usan o manejan los escasos recursos para satisfacer sus necesidades produciendo mercancías valiosas y distribuyéndolas entre los diferentes individuos, sin embargo además de estudiar la conducta humana, estudia un aspecto de la realidad social, comportamientos e implicaciones a nivel agregado o macro” (Banco de la República, 2015)

De esta definición caben destacarse algunos conceptos claves para el desarrollo de este estudio, el manejo de los escasos recursos, el estudio de la conducta humana y la producción de mercancías valiosas, todas éstas entendidas bajo un enfoque mediado por el impacto de la globalización, pues es claro que esta tiene gran influencia sobre la nueva configuración del mundo, en términos económicos la globalización ha permitido que la competencia mantenga los precios bajos para los consumidores y asimismo estimular la productividad. La globalización

tiende a dirigir el mundo hacia una sociedad homogénea caracterizada por la expansión hacia mercados extranjeros y la externalización de procesos, ofrece oportunidades para asociaciones y alianzas globales, asimismo permite diversificación de mercados y productos alcanzando nuevos grupos demográficos y variedad en la oferta.

Ahora bien, es claro que el impacto de la globalización en el desarrollo económico es obligatorio, pero por otro lado es importante tener en cuenta aquellos términos a los cuales hace referencia la definición general de economía, en primera instancia se debe hacer alusión al manejo de los escasos recursos, esto teniendo en cuenta las condiciones económicas actuales donde cada vez es más evidente la necesidad de consolidar economías competitivas y productivas, es claro que el comportamiento del mercado ha cambiado, las implicaciones ambientales, sociales y políticas han efectuado modificaciones trascendentales en la dinámica económica de los últimos años, es así como los bienes y servicios que hasta hace poco marcaban la pauta y representaban mayor competitividad a los países hoy están quedando relegados.

Hasta hace algún tiempo la prosperidad económica de las naciones dependía en su mayoría de la producción minero energética y la manufactura, sin embargo la realidad está cambiando y ha hecho necesario la sofisticación de las economías con el fin de responder eficientemente a las condiciones del entorno, pues tal como se pronostica las condiciones económicas mundiales ya no serán las mismas, de acuerdo a las previsiones de crecimiento económico globales determinadas por el banco mundial, tan solo para este año el pronóstico se está reduciendo al 2,4% del crecimiento mundial, lo cual obedece al lento crecimiento de las economías avanzadas y a la disminución de los precios del petróleo y otros productos básicos que dificulta la adaptación de las economías y aumenta el riesgo de desaceleración.

Es por esto que las economías están en busca de sofisticación y diversificación de sus industrias, solo basta con evaluar el pronóstico de crecimiento de productos como el petróleo para entender la necesidad de migrar a otras industrias, si se analiza el caso Colombiano se evidencia que las actividades que presentan un constante decrecimiento son las relacionadas con la explotación de minas y canteras, según los datos reportados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), en 2015 este sector presentó un crecimiento de tanto solo el 0,6% respecto al año anterior, mientras que en el primer trimestre de este año presentó un decrecimiento del

4,6% lo cual obedeció a la disminución de carbón mineral en 7,3% y petróleo crudo y gas natural en 5,9%, mientras tanto las industrias creativas y de contenido aportan el 3,3% al PIB nacional y el 5,8% de contribución al desarrollo económico del país, Según cifras reveladas en reveladas en el Bogotá Audiovisual Market (BAM)(2015) con datos de la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD).

Con esas cifras se está hablando de un sector económico potente y creciente a nivel mundial, con más peso económico y con un porvenir más próspero que el sector de la energía y no solo en el caso de economías potenciales, sino también de economías en vía de desarrollo y subdesarrolladas, tal como se puede apreciar claramente en el caso Colombiano, según cálculos del Ministerio de Educación, a través de un estudio de Invest IN Bogotá, se explica que las industrias creativas aportaban 2.843 millones de dólares al PIB Colombiano en el 2005, mientras que al 2015 se estima haber logrado una participación de 6.000 millones de dólares y se proyecta cerrar el 2017 con 7.000 millones de dólares.

Por otro lado, la expansión demográfica y económica a nivel mundial está creando una mayor demanda por recursos críticos, lo que genera presiones sobre su disponibilidad y acceso en el futuro, otro factor determinante a la hora de impulsar y promover la explotación y producción de recursos más accesibles y menos escasos, tal como lo menciona perfectamente Daniel Bell (1976), la fuerza motora del desarrollo capitalista no es el capital físico sino el capital humano.

Es cierto que la sociedad post – industrial redefinió la estructura social hasta ahora establecida, mientras la industrial se caracterizaba por la coordinación de máquinas y hombres para la producción de bienes, la post- industrial se organiza entorno al conocimiento para lograr el control social, de este modo y continuando con el planteamiento de Bell, “esta se remite a la manera en que está siendo transformada la economía y remodelado el sistema de empleo como también a las nuevas relaciones en particular entre la ciencia y la tecnología” (Daniel Bell, 1976, p. 28)

Para Bell una de las dimensiones fundamentales de la sociedad post- industrial está precisamente en la centralidad del crecimiento teórico como fuente de innovación y formulación política de la sociedad, que ya no basa la producción de bienes y/o servicios en el uso de materias primas y su combinación con los factores productivos tradicionales (mano de obra, capital físico y tierra).

Todo lo anterior adquiere mayor sentido si se profundiza en el concepto de sociedad de la información como Bell denominó a este periodo post-industrial y que posteriormente fue adquiriendo mayor relevancia hasta desencadenar en el actual término sociedad del conocimiento; pues es cierto que la reestructuración de la sociedad se da de la mano de la globalización donde el control de la tecnología y sus contribuciones son inevitables, sin embargo, también es claro que la desigualdad es un problema que se vislumbra a lo largo de la sociedad de la información, esto se debe al hecho de que se empiezan a destacar los mas hábiles y astutos en la competencia, y es precisamente en este punto donde el capital intelectual cobra sentido, ciertamente este cambiará la manera de hacer negocios, pues contribuirá en primer plano a la generación de valor agregado, aquello que crea una verdadera ventaja competitiva, de aquí que se ha apostado a la creación y fortalecimiento del *Know – How* y *Goodwill*, ambos hacen referencia a activos intangibles que están generando mayor valor y competitividad, por el primero se entiende al ‘saber hacer’ el cual es difícilmente apropiable o adquirible por la competencia lo que genera un reconocimiento y posicionamiento en el mercado a la delantera del resto y el segundo corresponde al valor adquirido proveniente del buen nombre, reputación, marca y prestigio que facilita la incursión y sostenimiento en un mercado.

Esta es una de las razones por las cuales en 1980 estos activos representaban un 20% del valor de las compañías que conformaban el índice S&P 500, mientras que en la actualidad se estima que puedan llegar a alcanzar un 70% del valor de las mismas.

Haciendo referencia a la labor del capital intelectual es pertinente analizarlo también como generador de crecimiento equitativo entre las naciones, como se mencionaba anteriormente estamos en una sociedad donde la evolución tecnológica ha traído tantos beneficios a las naciones como disparidades entre las desarrolladas y las subdesarrolladas, pues inevitablemente estos avances favorecen en gran medida a quienes poseen un poder adquisitivo mayor y unas mejores condiciones de inversión y de implementación, bien lo decía Winston Churchill en su discurso en la universidad de Harvard en 1943 “ Los imperios del futuro serán los imperios de la mente..... las viejas batallas por los recursos naturales todavía están con nosotros. Pero están siendo complementadas por otras nuevas, por talento, no sólo entre las empresas (que compiten por " recursos humanos"), sino también entre los países (que se preocupan por el ‘equilibrio de cerebros’, así como por el ‘equilibrio de poder’).

Es así como el desarrollo del capital intelectual de las naciones ofrece una competencia más justa y equilibrada para todas, pues ahora se trata de recursos ilimitados disponibles de igual manera tanto para países subdesarrollados como desarrollados, está en cada uno el aprovechar las capacidad y aptitudes propias e impulsarlo para generar un verdadero rendimiento, y será en este momento cuando la sociedad de la información cobre sentido, cuando su finalidad sea “la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación para edificar sociedades del conocimiento orientado hacia un desarrollo del ser humano basado en los derechos de este”

Por otro lado, el estudio de la conducta humana representa un factor determinante para la economía, el rápido crecimiento de esta, las nuevas necesidades y condiciones de los individuos han llevado a transferir sus valores personales a preferencias de marca, productos y servicios, valores como compartir en vez de comprar, minimizar el impacto en el medio ambiente y respetar los derechos de las personas son fundamentales. Ahora características como el precio y la calidad serán variables secundarias a la hora de tomar una decisión de compra.

De aquí, que la sostenibilidad se ha convertido en la base para la competitividad de las empresas, son aquellas quienes se atreven a hacer cambios y contribuir de forma significativa las que mayor crecimiento y estabilidad tienen, es así como están dominando conceptos como el de *Triple resultado y organizaciones exponenciales*, bajo los cuales puede explicarse el éxito de compañías como Airbnb, Alibaba, Unilever, Johnson y Johnson, Toms y muchas otras las cuales han apostado a un crecimiento más allá de los modelos tradicionales.

Por el esquema del Triple resultado (Triple bottom line) planteado en 1994 por John Elkington, se entiende al enfoque que evalúa el éxito y la sustentabilidad de un empresa no solamente en términos financieros sino incorporando factores adicionales como el desempeño social y medioambiental. Según CEPAL (2006), "la maximización de las utilidades de la empresa es tal vez el elemento más importante para la continuidad y permanencia de los negocios en el tiempo. Pero también es cierto que asociada a la creación de riqueza, esta la salud, la seguridad, la equidad y la protección del medio ambiente, bajo un esquema de triple bottom line donde lo ambiental y lo social debiera ser igual de importante que lo económico-financiero".

De este modo empresas como Unilever tomaron la iniciativa al pensar en como podían producir algo que creará beneficio no solo para los accionistas sino para el resto de la sociedad, y fue así

como con la implementación del plan de sustentabilidad lograron reducir costos, impulsar la innovación, crear confianza con los consumidores generando así un 50 % del crecimiento tras su implementación.

Asimismo, otro de los factores de desempeño empresarial que los consumidores de hoy en día mayor recompensan corresponde evidentemente a la innovación, es claro que lo digital es una exigencia para las compañías en la actualidad pero son aquellas vanguardistas e innovadoras quienes han tomado ventaja en la implementación de herramientas tecnológicas para impulsar sus negocios las que mayor crecimiento presentan. Es cierto que no para todos los modelos de negocio puede implementarse de la misma manera y no en todos va a arrojar los mismos resultados, pero evidentemente todas las organizaciones deben pensar modelos disruptivos en su negocio ya sea de manera parcial o total, pues como se ha mencionado anteriormente el entorno está requiriendo una reconfiguración de las compañías. De acuerdo con el índice bursátil S&P 500 la expectativa de vida de las organizaciones se ha reducido de 67 años en 1920 a 15 en la actualidad.

Un claro ejemplo de lo exitoso que puede significar la implementación de modelos disruptivos en las organizaciones corresponde precisamente a compañías como Uber y Airbnb, éstas como muchas otras han sido consideradas como empresas exponenciales, pues son al menos 10 veces más efectivas y eficientes que las empresas tradicionales, y que aun ofreciendo los mismos servicios que otras han adquirido en menor tiempo un crecimiento mayor incluso están mejor valoradas que su competencia, como es el caso de Uber valuada en 41,2 billones de dólares.

Finalmente dentro de las tendencias más significativas para afrontar las nuevas características de los mercados está la producción de mercancías valiosas y esto no solo haciendo referencia a la sofisticación de productos y servicios, pues ya en este punto es claro que la innovación no puede limitarse únicamente a las transformaciones producto de la revolución tecnológica, pues hay que entenderla como algo que eleva o mejora las capacidades existentes ya sea tangible o intangible como el caso del conocimiento.

Se trata de crear bienes realmente íntegros y diferenciadores, como se mencionaba anteriormente en una situación tan competitiva como la que viven actualmente los mercados, la calidad y el precio ya no son factores determinantes, se necesita especial atención en el valor agregado y la

ventaja competitiva que tienen los bienes y productos ofrecidos, debido esto se hace necesario un replanteamiento de los modelos de negocios hasta ahora instaurados.

Es así como modelos tan tradicionales tales como el de la cadena de valor, deben redefinirse para ajustarse a las nuevas mecánicas de los mercados. De acuerdo a la estructura planteada por Porter alrededor de los años 60 (ver figura 1), se evidencia una relación lineal entre proveedor – cliente donde sus interacciones se desarrollan de manera secuencial y centralizada, de esta manera el producto adquiere valor en la medida en que va pasando por los eslabones de la cadena.

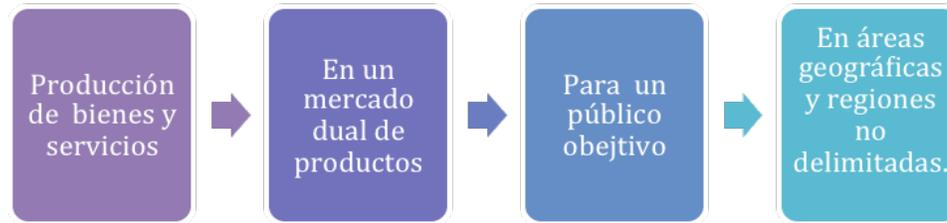
Gráfico 1: Cadena de valor de Porter



Fuente: Revista de la empresa (<http://revistadelaempresa.com/la-cadena-de-valor-de-porter>)

Si se analiza este modelo de acuerdo a las nuevas condiciones de los mercados es evidente que la relación ha dejado de ser necesariamente lineal, actualmente se habla de una ruptura de la cadena de valor tradicional, donde se destacan asociaciones más flexibles, la adquisición de valor se da de forma más interactiva y descentralizada y no implica el paso secuencial por todos los eslabones de la cadena, se evidencia que el proceso de distribución ya no depende de canales tradicionales. En este orden de ideas se da paso a diferentes tipos de distribución entre los más importantes se destaca el concepto de *distribución dual*, por esta se entiende la amplia variedad de mecanismos de comercialización en el cual el productor utiliza más de un canal de distribución simultáneamente para llegar al consumidor final.

Gráfico 2: Distribución dual



Fuente: propia

Lo anterior puede recapitularse en el supuesto establecido por Peter Drucker (2002), quien dice que “no es posible sobrevivir como una compañía manufacturera. Es preciso convertirse en una compañía del conocimiento a base de distribución. En realidad no se pueden diferenciar los productos manufacturados. La manufactura ya no agrega valor. Al valor contribuyen el conocimiento y la distribución”

De este modo la convergencia de las tecnologías han conducido a una importante transformación en la forma de producir, distribuir y consumir, así lo mencionan Larry Downes y Chunka Mui (1998) "Las nuevas fuerzas de la digitalización, de la globalización y de las desregularización están destruyendo las cadenas de valor de empresas de gran trayectoria. En industrias tan variadas como la banca, los seguros y las empresas de servicios públicos, la ventaja competitiva está siendo borrada por nuevos y a veces inesperados competidores, que usan como arma letal las aplicaciones de la tecnología digital para alterar radicalmente la ecuación. Para responder efectivamente, las empresas amenazadas deben hoy en día repensar totalmente sus cadenas de valor en vez de optimizarlas."

Actualmente uno de los temas cruciales en términos económicos es el generación de valor y ventajas competitivas que permitan sobresalir acorde al proceso de apertura económica pues es claro que este conlleva nuevas oportunidades de crecimiento, pero también implica una mayor competencia, es por eso que las teorías tradicionales que hasta hace un tiempo se mantenían han sufrido rápidas transformaciones especialmente durante este siglo y finales del anterior, donde se han evidenciado cambios estructurales de los modelos económicos y los sistemas productivos lo

que ha permitido una evolución de conceptos, de la teoría de desarrollo económico y la reconstrucción del pensamiento económico.

Al hablar de generación de valor, las teorías que se han planteado son numerosas, la diversidad de postulados es evidente sobre todo si se analiza los cambios sufridos tras la segunda guerra mundial y la creación de la “nueva economía”, para este caso en particular se hará énfasis en los diferentes postulados frente a la ventaja competitiva, esto teniendo en cuenta que constituye un factor determinante en el desarrollo económico actual de las naciones.

Al hablar de ventaja competitiva, sin duda debe discutirse la teoría del equilibrio, la cual predominó por mucho tiempo y donde se daba especial atención a los costos y el trabajo como factores determinantes en cuanto a la generación de valor y diferenciación en el mercado. Según los planteamientos hechos por David Ricardo y Adam Smith la economía conseguiría una distribución equilibrada de los recursos a través de la competencia de precios buscando la eficiencia óptima, definida como la obtención del menor coste posible, de este modo cada país obtiene su ventaja competitiva frente a otros cuando se especializa en la producción de aquel bien del cual tiene la suficiente disponibilidad y los factores necesarios para ofrecer un costo más bajo y una mejor calidad que su competencia. Bajo esta teoría se resaltan principios de cooperación e intercambio entre países, y tal como su nombre lo indica lo que busca es un equilibrio económico a través de la especialización.

A pesar de los grandes beneficios que esta teoría proyectaba suscitó diferentes interrogantes, por un lado se cuestionó el caso en que un país contara con una ventaja absoluta en la producción de varios bienes este no tendría beneficios en el comercio internacional debido a su condición tan superior. En este mismo orden de ideas, uno de los detractores de esta teoría, Joseph Schumpeter, discutió el hecho que el equilibrio es un estado ideal, mientras que la economía y su teoría están en constante cambio, por ende esta no podría ser un modelo aplicable a la realidad. En respuesta a dicho planteamiento este señaló que el capitalismo progresaba no mediante la competencia de precios sino a través de la competencia en la innovación.

“La visión de Schumpeter se ajusta a los cambios estructurales del modelo económico conformado después de la segunda guerra mundial y el quiebre del Bretton Woods que han marcado la economía internacional constituyendo un sistema productivo cuya economía en transición ha recogido, creado y conformado

nuevos conceptos que no se habían presentado antes de la década de los noventa, En este entorno la obra de Joseph Schumpeter cobra actualidad y fortalece la teoría económica y la ciencia económica en las tendencias actuales de la ciencia social”. (Girón, 2000)

Su pensamiento se adecuó a la nueva economía, pues es claro que los cambios sufridos a partir de la segunda guerra mundial afectaban las cuestiones de producción de bienes y servicios, así como también las interacciones del mercado mundial lo cual facilitó la apertura y autorregulación, por ello la ventaja competitiva se daba con la creación de nuevos mercados mediante innovaciones a partir de la creación de nuevos productos y servicios.

El principio de innovación en el que se enfocó Schumpeter, se potencializó bajo el concepto de “Destrucción creativa”, del cual recalca su importancia a lo largo de su obra como determinante para el desarrollo y reestructuración económica de las naciones. En la obra se afirma que “la innovación tecnológica desplaza las viejas tecnologías y propicia la *destrucción creativa*”, por esta se entiende al proceso de construcción de un nuevo producto, mercado, modelo de negocio etc. Que tiene como objetivo reemplazar el ya existente, aunque este proceso implica la desaparición de este último es cierto que los dos pueden coexistir mientras ocurre un proceso de adaptación por parte de los consumidores.

Así, Schumpeter determina que la ventaja se da a través de alguna de estas combinaciones: “la introducción de un nuevo bien; un nuevo método de producción; la apertura de un nuevo mercado, la conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o de bienes semimanufacturados; y la creación de una nueva organización de cualquier industria”, de este modo es el consumidor quien genera un cambio económico impulsándolo inclusive a modificar sus preferencias lo cual se da mediante la creación de nuevas cosas que difieran en algo respecto a las ya existentes pero que además generan flexibilización del trabajo, reducción de costos de mano de obra.

En resumen, tal como lo menciona Michael Porter en su libro *La ventaja competitiva de las naciones* (1990) “Las empresas de una nación deben mejorar inexorablemente la productividad en los sectores existentes mediante la elevación de la calidad de los productos, la adición de características deseables, la mejora de la tecnología del producto o superación de la eficiencia”.

4.2.3 El ascenso del consumo cultural.

Partiendo de la consideración descrita al inicio de este documento, en el cual se establece que es imposible que una sociedad llegue a una completa unidad cultural y adicionalmente como efecto de la revolución tecnológica de la era moderna se consolida el concepto *cultura de masa* y con este se da la transformación cultural y social, todo esto producto del ascenso del consumo masivo, pues con este se posibilita la comunicación y difusión entre los diferentes estrato de la sociedad, así lo que se considero como exclusivo para las clases altas como resultado de la visión burguesa, secular, tradicional y jerarquizada, se convierte en un bien público.

Con la popularización de la cultura de masas se rompe la paradoja de cultura e industria como términos opuestos que no pueden converger, tal como lo planteaban los representantes de la escuela de Frankfurt Theodor Adorno y Max Horkheimer cuando instauraron el término *Industria cultural* como una crítica radical del entretenimiento de masas.

El término industria cultural apareció en el periodo post segunda guerra mundial y fue utilizado para contrarrestar las limitaciones de la vida moderna surgió bajo la denominada teoría crítica y se fundamenta en postulados marxistas “ las ideas de la clase dominante son en todas las épocas las ideas dominantes”. (Marx, 1968) Estos entendían los problemas de la cultura de masas en términos de la distinción entre élite/masa. En cuanto a cultura mantenían la visión propuesta por algunos de los pensadores descritos anteriormente quienes rechazaban la postura de cultura universal, su definición partía de la visión idealista de Herder, quien postuló la necesidad de pensar en culturas en plural, rescatando la multiplicidad y variedad de culturas.

El término industria por su parte se basó en los conceptos económicos marxistas y weberianos de mercantilización y racionalización, en el primer caso para estos teóricos las sociedades debían mantener la división entre estructura y superestructura, es decir, entre medios y modos de producción por un lado y política, religión, cultura, ideología y demás en otro, tal como lo planteó Marx, pues de esta forma se garantizaba el valor de estos bienes culturales en el tiempo sin riesgo de dejar de ser apreciados y convertidos en mercancías. En cuanto al concepto de racionalización, reconocen la necesidad de establecer un orden y un proceso de sistematización en los diferentes ámbitos de la sociedad desde las acciones más íntimas e individuales hasta las más colectivas, eso sí cada una a su nivel, para ello Weber determinó tres niveles primordiales:

racionalización intelectual, racionalización existencial y racionalización social, todo ello con el fin último de lograr la racionalización del capitalismo, proceso que solo surge cuando la responsabilidad individual llega a convertirse en un sistema, es decir que cada uno de los eslabones que conforman la sociedad están racionalmente estructurados.

Para Horkheimer y Adorno, la cultura de masa evitaba el ideal de multiculturalidad, pues esta promulgaba una sociedad alineada, para Adorno un concepto central de la cultura era la autenticidad “El arte es lo ‘no-identico’, aquel que se sustrae a cualquier noción, es el contrario del mundo administrado y el contrario de la arbitrariedad producida para las masas” (Adorno, 1944). En este orden de ideas el hecho de masificar la cultura generaba pérdida en su esencia, pues su interés recae ya no en las cualidades y contenido del mismo sino en la cantidad, esto debido a la misma dinámica económica que lo exige, pues es cierto que entre más homogenizada se comporte la sociedad mayor rentabilidad representa en términos de distribución, pues si se esto se lleva a un contexto económico, la producción a escala reduce costos y maximiza utilidades así como lo menciona Adorno (1967) en su texto industrias culturales “ los comerciantes culturales de la industria se basan, como dijeron Brecht y Suhrkamp hace ya treinta años, sobre el principio de su comercialización y no en su propio contenido y su construcción exacta”. Dicha consideración era atribuida principalmente a la necesidad de adaptar las manifestaciones artísticas con el fin de alcanzar el mayor número de receptores sacrificando así la originalidad del contenido

Uno de los grandes argumentos en contra de la cultura de masas fue el planteado anteriormente por Horkheimer y Adorno, pero es claro que de esta postura se desprendieron numerosos cuestionamientos de oposición, *los apocalípticos* como fueron catalogados por Umberto Eco (1965) aquellos contradictores de la cultura de masas, entre otras cosas cuestionaban la consolidación del disfrute de la cultura como un mero consumo estandarizado, así en cuanto surgían nuevos recursos, géneros y estilos producto de la transformación surgían en la misma medida cantidad de interrogantes ¿los formatos estandarizados niegan la creatividad individual? ¿los mass media tienden a secundar el gusto existente sin promover renovaciones? ¿al difundir una cultura de tipo homogéneo, se destruyen las características culturales propias de cada grupo étnico? ¿los mass media alientan una visión pasiva y acrítica del mundo? ¿los mass media, inmersos en un circuito comercial, están sometidos a la ley de la oferta y demanda?.

A pesar de los grandes cuestionamientos hacia la cultura de masas como se apreció anteriormente, del otro lado se encuentran aquellos defensores de esta nueva configuración de las sociedades, *los integrados* como los denominó Eco, a aquellos autores que defendían la cultura de masas como un nuevo ámbito de expresión que más allá de destruir y corromper las estructuras y modelos sociales hasta ahora instaurados, buscaban por su parte enriquecerlos y diversificarlos, estos defendían la democratización de la cultura, la consolidación de una audiencia participativa, la accesibilidad, el intercambio cultural y la aparición de nuevas formas de expresión cultural.

Si bien muchos de los planteamientos tanto de los defensores como de los opositores son muy acertados y en igual proporción contribuyeron a la profundización del concepto y a su posterior evolución, es cierto es que esta transformación en la concepción de las artes y la cultura ocurre como respuesta a la necesidad de acoplarse a las nuevas dinámicas de las sociedades, por esto aquellos planteamientos negativos hacia la cultura de masas pueden ser considerados como obsoletos, en palabras de Umberto Eco (1965) “Con los *mass media* ocurre que se les juzga midiendo y comparando el mecanismo y los efectos con un modelo de hombre del renacimiento, que evidentemente (si no por otras, a causa de los *mass media*, y también de los fenómenos que han hecho posible el advenimiento de los *mass media*) no existe ya”.

Tal vez, el anterior argumento constituye la base para defender y consolidar el concepto de cultura masiva hoy en día, pues a pesar de reconocer los grandes desafíos que esta transformación representa, no solamente en el tema de la esencia de los contenidos como lo identificaron Horkheimer y Adorno, sino también rescatando las demás críticas que emergen de la cultura de masas, es claro que no se trata únicamente de convertir el arte en un negocio, como se creyó en un principio.

Retomando los planteamientos de Daniel Bell en *El fin de la ideología* (2015) este expone que “la nueva sociedad sólo será entendida en clave de una revolución: la sociedad de consumo, que liquida la vieja revolución operada en el ámbito de la producción. Por lo tanto, lo que está cambiando no se sitúa en el ámbito de la política sino en el de la cultura”.

La reconfiguración de la sociedad basada en el consumo masivo empieza en 1920 y se consolida después de la segunda guerra mundial en lo que se conoce como capitalismo tardío, fue posible

en primer momento gracias a la aplicación de la energía eléctrica en las tareas domésticas, adicionalmente a la producción masiva de la línea de montaje, el desarrollo del marketing y por último la difusión de la compra a plazos, estas primeras invenciones fueron decisivas en la transformación de los estilos de vida y los comportamientos de las personas, y se da como respuesta a la expansión de Estados Unidos al finalizar la primera guerra mundial, pues el continente europeo se encontraba en un periodo de hundimiento económico lo que llevo a Estados Unidos a consolidarse como el gran proveedor mundial impulsando la transformación productiva basada en la innovación técnica, con el fin de disminuir costos y aumentar la producción para abastecer la amplia demanda que había.

De acuerdo a lo planteado por Daniel Bell, la sociedad de consumo representó una transformación en la cultura, pues estos primeros esfuerzos contribuyeron ampliamente en la diversificación y las asociaciones entre individuos, el abaratamiento de los productos tales como los electrodomésticos y los automóviles, permitieron vincular a todos los individuos a la sociedad, eliminando las barrera establecidas por la élite. A través del marketing se identificaron nuevas clases de consumidores y se impulsaron hábitos de consumo a nivel masivo, y finalmente con la aplicación de la venta a plazos se incentivo el consumismo.

Dichas tendencias de la sociedad de masas, se incrementaron años después, durante el capitalismo tardío, tiempo en el que se definió la reconfiguración social gracias a la apertura económica, lo que permitió la expansión masiva del capitalismo, la introducción de la inversión extranjera, la expansión de las empresas multinacionales, el auge del comercio exterior y por ende el crecimiento del comercio mundial esto marcó una nueva dinámica global en pro de la universalidad, impulsado por la eliminación de barreras comerciales, las regulaciones y garantías en las transacciones.

De acuerdo a lo anterior, se puede decir que con el ascenso del consumo masivo la sociedad se caracterizó por propiciar nuevas experiencias, por impulsar la variedad y luchar por la libre circulación, la experimentación y la innovación de contenidos desde cualquier nivel de la pirámide social, eliminado castas y posiciones de superioridad, el mundo entero sufrió una reestructuración, una ruptura de paradigmas que dio paso a la consolidación de una sociedad

global, masificada y participativa en todos los ámbitos de desarrollo desde el económico, pasando por el político, social y finalmente el cultural. Para Bell (1977):

“Lo que contemplamos aquí es un cambio histórico extraordinario en la sociedad humana. Durante miles de años, la función de la economía fue brindar los elementos cotidianos necesarios para la vida, la subsistencia. Para diversos grupos de clase alta, la economía ha sido la base del estatus y de un estilo suntuario de vida. Pero ahora, en una escala masiva, la economía se ha engranado con las exigencias de la cultura. También aquí la cultura, no como simbolismo expresivo o significado moral, sino como estilo de vida, llegó a reinar soberana”

Es así como el aumento de intercambios económicos y las nuevas condiciones de comunicación facilitadas por las industrias de la cultura crearon una situación diferente, los nuevos medios ayudaron a integrar a regiones desconectadas dentro de cada nación (Barbero, 2002), también fueron dando condiciones para que cada nación conociera más de las otras, y a diferencia de lo que buscaban anteriormente protegiendo y limitando la producción nacional con fines comerciales y privatizando las acciones culturales, se dio paso al libre mercado de bienes y servicios y a la cooperación internacional.

Por otro lado la progresiva transformación de la economía basada en la producción a la economía basada en consumo, brinda una nueva concepción no solo en cuanto a consumo, como se explicó anteriormente, sino que adicionalmente hace referencia a los regímenes laborales y de producción, así como al notable crecimiento del tiempo libre, las actividades lúdicas y el ocio.

En primera instancia, las nuevas dinámicas económicas se desarrollaron en función de alcanzar una mayor flexibilidad laboral con el fin de adaptarlas a las nuevas condiciones y estructuras sociales, esto basado en los planteamientos de la teoría de bienestar, los cuales remarcaban el antagonismo de clases y por su parte buscaban la reconstrucción de la noción de ciudadano e individuo, este definido ya no por y para el trabajo, es decir, frente a la idea del trabajo como objetivo de vida se impone la idea del trabajo como medio para obtener los recursos de la vida cotidiana, incluyendo en ello el disfrute como proyecto de vida. Ford consideró “Que los profundos cambios en la relación producción- consumo requerían de un trabajador excepcional que fuera a la vez un consumidor disciplinado, lo cual era posible a través de una estructura rígida en el trabajo y una normativa social que abarcará la familia, la cultura, la vida sexual y recreativa de los trabajadores”(Gramsci, 1973).

Según anota Harvey esta postura generó una serie de transformaciones laborales que modificaron el control sobre la mano de obra y el empleo, asimismo generó la proliferación de los empleos en el sector servicios, ocasionada por la emergencia de nuevos mercados e innovaciones comerciales y tecnológicas.

Continuo al desarrollo de los regímenes laborales y de producción, se da el fomento de las actividades ociosas, paralelamente la popularización de los medios ya existentes y la aparición de nuevos medios de expresión como la fotografía, el cine, la prensa, la radio o la TV, dando lugar a nuevos espacios de producción y difusión de las muestras culturales y artísticas, ahora caracterizadas por la amplitud del público y la aparición de nuevos géneros y formatos.

De este modo, la producción de bienes culturales pasó de constituirse únicamente como una actividad artística para consolidarse como un sector industrial, esto debido principalmente a su amplia capacidad de difusión, pues como se hizo evidente anteriormente la reestructuración de la sociedad producto del auge del consumo masivo impulsó una dinámica diferente de desarrollo en todos los aspectos de la sociedad, incluido entre ellos la cultura, donde se evidenció su gran influencia pues fue gracias a este que la cultura adquirió un carácter masivo, logrando así una transformación en los ideales que imperaban, los cuales reducían la cultura a su carácter netamente artístico.

Como gran propulsor de la transformación de la cultura en la sociedad están los avances técnicos y junto a ellos la ruptura de paradigmas tradicionales, tanto los primeros como los segundos fueron producto de la evolución natural de la sociedad y la necesidad de acoplarse a la nueva dinámica que esta traía consigo, pero gracias a la cohesión entre estos dos factores dicha transformación de la cultura tuvo un impacto tan significativo que en adelante, no pudo volver a definirse únicamente como una manifestación estética de la clase alta o un bien para los cultos y doctos. A partir de entonces, las industrias culturales tomaron un valor dual, adicional a la dimensión cultural tradicional, se le reconoció como mercancía, bajo la dimensión económica.

García Canclini (2002) lo reconoció como “La doble faceta de las industrias culturales – a la vez recurso económico y fuente de identidad y cohesión social – exige considerarlas con un doble enfoque: por un lado buscando el máximo aprovechamiento de sus aptitudes para contribuir al

desarrollo de la economía, y por otro para que su afianzamiento económico favorezca la creatividad y la diversidad cultural”. Es así como el concepto de cultura se consolidó como un concepto íntegro de desarrollo, que parte del equilibrio entre los componentes económicos e industriales y los ideológicos y culturales, pues es claro que se fundamenta en los contenidos simbólicos y tradicionales de las sociedades para posteriormente destinarse a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social, donde se consolida como un elemento de comprensión de la realidad, constituyendo un nuevo espacio público de expresión de difusión y de referencia, además de su incidencia económica como factor de inversión, producción y comercialización entre otros.

No se puede desconocer los grandes desafíos que esta transformación conlleva, además teniendo en cuenta que con el paso del tiempo estos factores se han hecho más evidentes e imperantes en la evolución de las sociedades, lo que genera mayores preocupaciones a la hora de enfrentar los nuevos retos.

Retomando los planteamientos de la teoría crítica y analizándolos bajo el contexto actual, es claro el mercado de masas ha impuesto estandarización, asimismo ha establecido estereotipos y en muchos casos ha sacrificado la calidad y pureza de los contenidos por satisfacer fines comerciales, pero así como “Los integrados insisten, y Adorno en parte coincide: los medios técnicos en sí no son el problema, sino en cómo se utilizan”. (Eco, 1965)

De acuerdo a lo anterior, el reto que ahora conllevan las industrias culturales, corresponde a mantener el equilibrio entre la cultura y la industria, manteniendo la esencia del primero bajo los enfoques del segundo, es cierto que las invenciones técnicas han propiciado la homogeneización de las sociedades, a través de la creación de “fórmulas” efectivas para alcanzar multiplicidad de público, pero no por esto debe declararse que la cultura de masas reduce la multiculturalidad, pues como acertadamente lo plantea Jeremy Rifkin (2000) “Ahora ya la idea no es producir masivamente productos, sino producir conceptos de uso masivo”, en este sentido los avances técnicos han propiciado la adaptación, la internacionalización e hibridación de contenido, esto ha propiciado el intercambio y transculturación en las industria.

En cuanto, al carácter puro y auténtico de las muestras artísticas, es evidente que éstas no pueden preservar su esencia si se habla de un contexto permeado por el intercambio de culturas, la misma dinámica exige la constante transformación de los contenidos, la cuestión ahora es preservar la calidad de los productos independientemente si se habla de una adaptación o hibridación del mismo, el reto está en evitar la trivialización de contenidos. Mario Vargas Llosa, en su libro *La civilización del espectáculo* (2012) establece que “Dentro de este contexto la interpretación importa mas que la obra de arte, y el critico mas que el artista”, en este sentido está en manos del crítico moldear y diversificar los contenidos, pues es este quien a partir de toda la información que recibe crear sus propias representaciones.

4.2.4 Cultura y creatividad como finalidad de desarrollo

La transición de las ya mencionadas *Industrias culturales* a las *Industrias creativas* se remite a la década de los noventa, y se constituye en el momento en que la cultura se instrumentaliza por medio de los organismos internacionales. Inicia con la UNESCO cuando institucionaliza el concepto de cultura y reconoce el carácter industrial de éstas así como su potencial comercial y valor económico lo que lleva a establecer políticas culturales mundiales en la conferencia de 1982.

De este modo impulsados por la UNESCO, los diferentes estados inician una valoración oficial de las industrias culturales como propulsor económico con gran potencial en la generación de trabajo y bienestar para cada una, posteriormente y como primer avance a los esfuerzos de la UNESCO, el ámbito definido por las industrias culturales se redefine para vincular las artes con el concepto de creatividad instaurando así en 1994 en Australia el concepto de *Industrias creativas*, bajo el informe “Nación creativa”. En el cual se planteaba una nueva forma de entender la cultura, haciendo énfasis a las nuevas formas de producción, mediación y distribución de los bienes y servicios culturales bajo las condiciones de la sociedad de la información.

Es así como las industrias culturales convencionales (libros, periódicos, revistas, cine, televisión, video y radio) se complementan con el grupo de creaciones funcionales, nuevos medios y software, como se designan acertadamente en el informe del BID (2013) *Economía naranja y*

que corresponde a “las actividades que tradicionalmente no hacen parte de la cultura, pero definen su relación con el consumidor a partir de su valor simbólico en lugar de su valor de uso”. Dentro de este se destacan las actividades relacionadas con el diseño entre ellos el de interiores, artes gráficas e ilustración, joyería y demás, en cuanto a software de contenido incorpora los videojuegos, otros contenidos interactivos audiovisuales y los medios de soporte para contenidos digitales, y por último incluye servicios de información, publicidad y moda.

Bajo esta nueva definición se reconoce “el valor de la creatividad, talento, las habilidades y las capacidades para potenciar la riqueza a través de la explotación de sus propiedades intelectuales” (DCSM, 2001). Estas ya no vistas como efecto de una transformación global, sino estructuradas y construidas bajo principios independientes ahora entendidas como un sector, pues actúa de forma directa en los diferentes ámbitos de la sociedad y se consolida como una actividad económica. “El rol de las políticas culturales pasaría a ser fundamental en los países, bajo una concepción de desarrollo cultural, articuladas con las distintas ramas de las industrias de cultura, concebidas de manera diferenciada, segmentada, sin desdeñar su carácter económico, junto a una potencialidad educativa, social y cultural” (Carrasco & Saperas, 2012).

Con lo anterior se consolida el vínculo definitivo entre cultura e industria, el valor de los fenómenos culturales se potencializa gracias a aquellas características inherentes en estos, es decir el capital intelectual, intangible, simbólico y producto de la creatividad, con lo cual se busca que dichos fenómenos evolucionen, se propaguen y generen un impacto mayor y que así repercutan de manera significativa en el desarrollo humano, social y económico de la sociedad, de este modo lograr el pleno aprovechamiento de las identidades para contribuir al desarrollo de la economía, favoreciendo la creatividad y la diversidad cultural manteniéndola como fuente de identidad y cohesión social, John Hartley (2005), lo sintetiza de la siguiente manera: “La idea de industrias creativas trata de describir la convergencia conceptual y práctica de las artes creativas (talento individual) con industrias culturales (escala masiva), en el contexto de las TICs en una nueva economía del conocimiento, para el uso de los nuevos consumidores-ciudadanos-interactivos”

De acuerdo al anterior planteamiento de Hartley, cabe resaltar la relación que este hace entre las industrias creativas y las tecnologías de la información, esto teniendo en cuenta que los primeros acercamientos que se hicieron al concepto durante el Nuevo Laborismo británico parten

precisamente de esta relación. Las diversas aproximaciones teóricas de donde emerge el término de industrias creativas, “ surgen como respuesta a la crisis del sector manufacturero en el Reino Unido, de donde se desplegaron diversas iniciativas políticas para explotar lo que se consideraba la ventaja comparativa del Reino Unido en el nuevo mercado global de la información electrónica con origen en la lengua inglesa y en la posición de Londres como nodo central tanto de los recursos financieros como en la red global de telecomunicaciones” (Cabinet office, 1983). En efecto, es claro que al hablar de Industrias Culturales, evidentemente se hace referencia a la relación que tiene la explotación de la propiedad intelectual, entendida como la producción de contenido basado en las propiedades intangibles del individuo, junto con la mediación de las tecnologías de la información y la comunicación.

“Tal término obtiene su poder político e ideológico del prestigio y la importancia económica asociados a los conceptos de innovación, información, trabajadores de la información y del impacto de las tecnologías de la información y la comunicación derivadas de la teoría de la sociedad de la información. En pocas palabras, la política destinada a las industrias creativas son inseparable de la política para las TIC en su diversas formas”. (Bustamante, 2011)

Bajo este fundamento, es evidente la gran extensión que el concepto abarca, a partir de este momento sus delimitaciones serán cada vez más difusas y su rango de estudio cada vez más incalculable, en consecuencia se establecen diferentes modelos que principalmente intentan definir las características estructurales de las industrias creativas, según el propósito y modo de operación.

Es así como se estructura no solo el Modelo del Reino Unido (DCMS), ya discutido anteriormente, sino que de allí se plantean otros, tales como el Modelo de textos simbólicos, y el Modelo de los círculos céntricos.

Conviene ahora distinguir las generalidades de cada modelo y su impacto en postulados sucesivos, para comenzar es pertinente profundizar con el modelo del Reino Unido : Departamento de cultura, medio y deporte (DCMS), ya se ha hablado que bajo sus planteamientos se estableció teóricamente el concepto de industrias creativas, pero adicional al vínculo establecido con las TICs, las consideraciones del Nuevo Laborismo de Tony Blair

“supuso tres nuevos fenómenos: privatización de la cultura, creación de la figura del emprendedor cultural y valorización de los agentes de pequeña escala” (Rowan, 2014, p. 20).

Ahora bien, es importante determinar el aporte y el impacto en el posterior desarrollo de las industrias creativas. Con la privatización y junto a esta la desregulación se alcanzó un orden económico y social menos rígido y con mayor resistencia al cambio, donde se evidenció un proceso de apertura y participación muy notorio, esto principalmente debido al fomento de la cultura empresarial como propulsor de competitividad pues brinda tanto a los individuos como a las empresas libertad, participación e integración para el desarrollo de sus capacidades, facilitando así la creación de nuevos mercados, nuevos actores económicos como también la ruptura de barreras de toda índole y finalmente una mejor adaptación al cambio y a las dinámicas globales del mercado.

Los aportes generados por el proceso de privatización son evidentes, y sin duda alguna son fundamentales para la estructuración de las industrias creativas, su evolución y fortalecimiento como agentes productivos, sin embargo con su implementación se generaron diferentes críticas producto de la reestructuración que implicaba, como primera consideración se dijo que la privatización de la cultura producía pérdida del patrimonio cultural, esto teniendo en cuenta que los deberes y la injerencia de los organismos públicos frente a la producción y distribución de estos bienes se reducía al ser compartida por entidades privadas, y considerando que sus prioridades eran diferentes, los intereses del estado bajo los cuales se promulgaba una concepción netamente patrimonial pasaría a estar en segundo plano y por ende aquellos elementos culturales tradicionales serían renovados por productos con mayor nivel de rentabilidad e innovación como aquellos fruto de los avances técnicos y tecnológicos. Como se evidenciará más adelante, dicho temor hacia el tema de la privatización de las industrias culturales, se ve solventado parcialmente por la relevancia de la cultura en todos los ámbitos de la sociedad, que impiden que esta sea convertida en un bien puramente económico.

Dentro de este marco ha de considerarse también el problema del acceso al material ahora sujeto a derechos de autor y legislación de propiedad intelectual, conceptos que evidentemente no eran de carácter prioritario ni visible en los primeros periodos de su concepción, pero que a partir de este momento afectarían notoriamente el desarrollo de las industrias creativas, estos surgen como

efecto de la privatización pero serán tratados especialmente y a profundidad por un modelo posterior.

Ligado al fenómeno de privatización y a la necesidad de crear instituciones culturales más eficientes, el modelo británico hace especial consideración en la figura del emprendedor cultural, este surge en el momento en que se reconoce que la generación a la cual hace frente está basada en la libertad, la autonomía, la participación y la diferencia, es así como paralelo a la creación y fortalecimiento de los grandes conglomerados culturales se establecen pequeños productores de contenidos, entre ellos microempresas y trabajadores independientes que apostándole a sus capacidades individuales se organizan formando pequeñas asociaciones con el objetivo de crear un valor agregado. “Estos deberán aprender a identificar las estructuras y mecanismos del mercado y a operar dentro de este nuevo marco económico-ideológico, pero que serán grandes proveedores de creatividad y valor añadido”. (Rowan, 2010)

Con el posicionamiento de los emprendedores culturales, se logra romper con el paradigma de los teóricos culturales anteriores quienes enfatizaban en la pérdida de individualidad y originalidad al momento de masificar la cultura pues esto impulsaba la estandarización en sus miembros, por su parte cuando se habla de emprendedores culturales se puede decir que estos contribuyen a la sustitución de la lucha de clases. El individuo ahora considerado como un poseedor de valor, y esto haciendo referencia a los conocimientos, habilidades, talentos y capacidades, puede ser productor y gestor económico, independientemente de cual sea su posición social, del operario impulsado por la sociedad industrial, se procede al individuo autónomo, que figura como agente económico clave.

Haciendo referencia a los planteamientos de Joseph Schumpeter, quién resalta el impacto de la producción cultural no sólo en las maneras de producir la cultura sino también en las identidades de los productores, adjudica al concepto de emprendedor cultural

“la responsabilidad de promover el desarrollo, producir innovaciones y ser el centro de la actividad económica. La función de un emprendedor consiste en reformar o revolucionar el sistema de producción, explotando un invento o, de una manera más general, una posibilidad técnica no experimentada para producir una mercancía nueva o una mercancía antigua por medio de un método nuevo, para abrir una

nueva fuente de provisión de materias primas o una nueva salida para los productos, para reorganizar una industria, etc.” (Schumpeter, 1983, p.181)

La posición de Schumpeter adquiere gran relevancia, si se habla de la generación de valor agregado, pues es claro que el objetivo primordial para el gran productor de contenidos es alcanzar el mayor número de receptores que deseen o necesiten el bien que este ofrece, y para que esto se lleve a cabo éste recurre a fórmulas ya establecidas en el mercado y bajo las cuales tiene garantía de alcanzar su cometido, no muchos se atreven a salir de esta zona de confort y proponer nuevos conceptos, pues esto implica riesgo, aumenta costos y genera incertidumbre, es por ello que en cierto modo es justificable pensar que la masificación reduce la diversidad de contenidos pues las fórmulas exitosas se repiten continuamente y el receptor se conforma. Es por ello que el perfil de los emprendedores culturales adquiere transcendencia pues surgen como impulsores de cambio, según Ross “ El perfil laboral preferido es el del artista en apuros, cuya vulnerabilidad prolongada e inseguridad laboral se transforman mágicamente, dentro de este nuevo orden de la creatividad, en un modelo de emprendedor amante del riesgo” (2007, p. 21).

De acuerdo a lo anterior, es indudable la necesidad de implementar el concepto de emprendedores culturales como una nueva figura laboral, tal como la denominan diversos autores, pues al hablar de creatividad necesariamente se hace referencia a la innovación y si bien este cambio recae en todos los procesos de orden económico, requiere de actores dispuestos a tomar el riesgo a proponer nuevos contenidos e implementar nuevas técnicas de producción y distribución con el fin de contribuir a la diversificación del mercado, al aumento de la competitividad de las naciones y fortalecimiento del mercado global y esto solo es posible si se lleva a cabo la ruptura de los sistemas rígidos que impiden la generación de valor agregado en los bienes.

Como complemento a los fenómenos descritos previamente y en consideración con el concepto de emprendimiento cultural se plantea la valorización de los agentes de pequeña escala, pues como se enfatizó anteriormente son las pequeñas empresas las que promueven e impulsan la innovación y la generación de valor agregado, de ahí que se consolidaron como nueva figura laboral. “De esta forma se define un nuevo ecosistema de pequeñas empresas compuestas por dos o tres trabajadores que se articularán en red, funcionando como un *Cluster*... se generan

conglomerados compuestos por multitud de agentes coordinados que mantendrán una actividad económica y cultural constante” (Leadbeater & Oakley,1999).

A pesar de la importancia de cada uno de los fenómenos mencionados anteriormente, estos solo adquieren sentido en el momento en que se cohesionan unos con otros y permiten la perfección de las industrias creativas desde todos los ámbitos, como primera medida, producto del proceso de privatización y desregulación se redujeron las barreras burocráticas que permitían que unos pocos controlaran la actividad económica de la industria, este proceso facilitó un entorno plural, y como consecuencia se da la valoración de actores alternos que antes no habían sido considerados bajo una perspectiva económica, es así como aparecen empresarios independientes que buscan su autorrealización y establecen vínculos para así establecer pequeños conglomerados de alto impacto que se basan en la innovación como elemento de competitividad para hacer frente a las grandes industrias.

Con estos tres planteamientos definidos por el Modelo Británico se marcan las primeras directrices de las industrias creativas y se determina que son susceptible de ser introducidas en el mercado, sin embargo el campo de estudio para éstas se vuelve menos delimitado debido a la alta penetración por parte de los nuevos incursores, a partir de entonces se estructuran diferentes modelos y principios que luchan por mantener y potenciar su impacto, por un lado conservando su carácter como poseedor de identidad cultural y por el otro como valor de mercado, pero adicionalmente adecuando su estructura de acuerdo a las necesidades, características y condiciones de cada entorno.

Como ya se mencionó, el foco de estructuración de las industrias creativas varía de acuerdo al contexto desde donde se analice, sin embargo es pertinente resaltar que estos se aprecian por tener tres características, así como lo determinó Throsby (2001) “Las industrias creativas hacen referencia a productos y servicios culturales que incluyen la creatividad en su producción, abarcan algún grado de propiedad intelectual y transmiten significado simbólico”, de acuerdo a lo anterior, se dice que independientemente de cual sea el enfoque o delimitación que se le vaya a dar a este, la creatividad debe prevalecer como característica en su producción, de allí, que el primer modelo analizado corresponde precisamente a aquel que instauró la creatividad como elemento esencial para la consolidación de las industrias culturales.

Una vez definido el carácter creativo, la valoración de estos depende de las condiciones y características de quien lo determine, por lo cual los modelos posteriores buscan reducir el gran espectro formado bajo el modelo Británico, es así como estos han logrado delimitar cuales son los bienes y servicios, que según su entorno cultural generan ya sea un significado simbólico o son susceptibles a tener propiedad intelectual, y desde su política pública, establecer cuales de estas dos características buscan priorizar, pues es cierto que no en todos los casos, el nivel de simbolismo es proporcional al nivel de propiedad intelectual o viceversa.

Es así como se estructura el *Modelo de textos simbólicos*, bajo el cual se da énfasis, tal como su nombre lo dice, a las industrias de contenido simbólico, en este modelo se establecen “Las bellas artes como la base del establecimiento social y político, como también en cultura popular. El proceso a través del cual se crea y transmite la cultura de una sociedad, está representado por la producción industrial, difusión y consumo de textos o mensajes simbólicos que son generados por varios medios de comunicación, como el cine, radio, prensa” (UNCTAD, 2010)

Este modelo es perfectamente aplicable en naciones las cuales poseen una complejidad cultural mayor, y que al evaluar específicamente las condiciones y capacidades productivas, determinan que el valor generado por las industrias creativas en estos casos se da cuando éstas se traducen como medios para la difusión y circulación de los textos simbólicos tradicionales, industrias como la de Francia y la India, recurren a este modelo para estructurar las particularidades de sus industrias creativas. Si se analiza el caso francés, este limita las industrias a aquellas que generan un significado simbólico, en este caso delimitan el sector a “La arquitectura, las artes y las artes visuales, las artes escénicas, la literatura, las publicaciones, los museos y la música” (UNCTAD, 2010). En pocas palabras, la industria creativa en Francia, está impulsada principalmente por las industrias culturales tradicionales, de este modo es preciso que su enfoque se fundamente en el fomento de éstas, por supuesto sin dejar de lado el componente esencial en todo este proceso, la creatividad.

En el caso indio, las características de su industria son difusas pues es claro que la cultura Hindú se consolida como una de las más arraigadas pero también en términos económicos esta se considerada como una de las naciones emergentes más importantes del mundo, su alta competitividad dentro del comercio mundial hacen previsible su impacto en el devenir

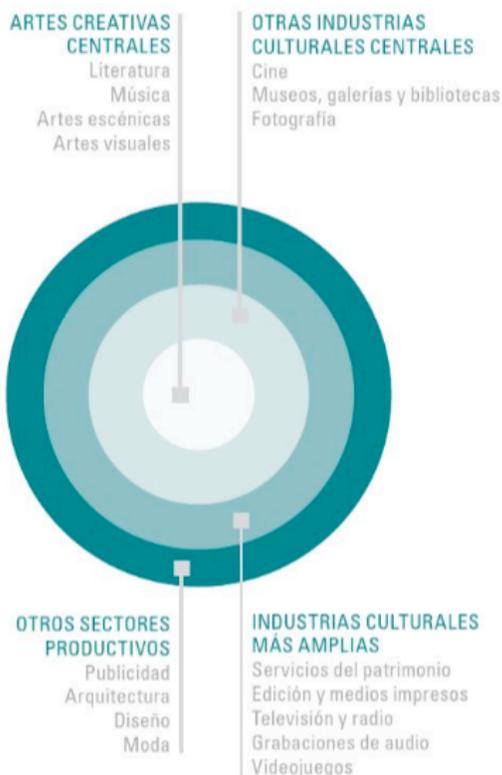
económico, político y social global, cuestión que genera una constante polarización de intereses a los cuales apostarle: tradición/ modernidad, localización/ globalización.

Con lo anterior, es claro que el caso Indio corresponde un gran ejemplo de las industrias creativas bajo el modelo de textos simbólicos, pues favorecido por la revolución tecnológica y las capacidades que tienen para explotarla, alcanzan una aplicación decisiva en todas sus industrias, incluyendo por supuesto la cultural. De este modo la economía de la India logra una perfecta cohesión entre cultura y mercado y es así como a través del cine, la música y el arte han logrado una completa difusión de la gran diversidad de tradiciones y costumbres culturales.

Al hablar de las industrias creativas como medio de transmisión de textos simbólicos específicamente en el caso de la India, es imprescindible hablar del cine como medio de divulgación de las riquezas culturales que aquella nación contiene, pues no solo constituye una de las más antiguas sino también una de las más diversas, y es principalmente a través de la gran pantalla que esta se hace visible y predominante en el entorno global, esto teniendo en cuenta que “ Entre más de 3.500 películas producidas en el mundo al año, India produce un promedio de 850 películas, empleando a más de cinco millones de personas. India es el mayor productor cinematográfico del mundo” (Duisenberg,2008).

Dentro de este marco ha de considerarse adicionalmente el *Modelo de círculos concéntricos*, este por su parte divide las diferentes actividades culturales y creativas de acuerdo a 4 dimensiones, es así como a medida que se escala desde el centro hasta la superficie del círculo, las actividades van adquiriendo mayor valor económico, de este modo al alcanzar su perímetro las actividades actúan como soporte y vínculo hacia otras disciplinas.

Gráfico 3: Modelo de círculos concéntricos de Throsby



Fuente: The Economic performance of the UK's creative industries (The work foundation 2007)

De acuerdo a lo anterior, su estructura está justificada en el sentido que este parte de las actividades más intrínsecas de la cultura, es decir, las más tradicionales y puras, por esto están ubicadas en el centro del círculo, una vez éstas se van vinculando al mercado adquiriendo un carácter mas externo, también van avanzando hacia la superficie del círculo, donde finalmente alcanzan un alto dinamismo económico. Según Throsby (2011)

“En el corazón (core) de este círculo están las disciplinas culturales que desarrollan mayor creatividad, y en los anillos circundantes se encuentran los sectores que combinan creatividad con funcionalidad. Es decir, desde las artes visuales y escénicas en el centro, hasta la publicidad y la arquitectura en el borde, los distintos sectores artísticos se alimentan —directa o indirectamente— de la creatividad, y desde ellas se irradia hacia otros ámbitos de la sociedad de esta forma las ideas elaboradas por los creadores y los artistas informarán y ayudarán al proceso de innovación en el centro de la economía y el trabajo creativo se podrá medir en su impacto sobre la economía”.

Por último, es necesario hacer referencia al *Modelo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)*, anteriormente ya se había hecho mención al carácter que habían adquirido los derechos de autor y la propiedad intelectual en las industrias creativas tras el proceso de privatización y desregulación, pero fue a raíz del establecimiento de la OMPI, cuando se hizo evidente la importancia de los derechos de propiedad intelectual como mecanismo para velar por la protección de los derechos de los artistas y creadores con el fin de reconocer y darle valor a sus invenciones, así como en la reglamentación del comercio de estos bienes intangibles basados en los conocimientos, en consecuencia, esta organización es constituida para velar por la protección de los derechos de los artistas con el fin de reconocer y darle valor a sus creaciones.

Este modelo está basado en las industrias que participan directa e indirectamente en la creación, fabricación, producción y distribución de bienes sujetos a derechos de autor (OMPI, 2003), de este modo, el modelo hace distinción entre estas industrias, de las cuales se destacan la publicidad, el cine, la música, las artes escénicas, visuales y gráficas y por otro lado aquellas industrias interdependientes de las industrias de derechos de autor.

Con el establecimiento de este modelo, y con ello la creación de la OMPI, se consolidan las industrias creativas como verdaderos actores económicos. Política, legal y comercialmente son reconocidos y equiparados con las demás industrias, ejerciendo influencia bajo las mismas dinámicas de mercado, condiciones que fomentaron un entorno propicio para la creatividad y la innovación, en definitiva todos estos aportes contribuyeron a la consolidación de la cultura como catalizador de desarrollo económico para todas las sociedades.

Producto de todos los avances que se efectuaron a raíz del reconocimiento de las industrias creativas, junto con los esfuerzos de los diferentes actores económicos para vincularlos oficialmente a las dinámicas de desarrollo de cada nación, se dice que este concepto alcanza su hito más importante cuando el tema de las industrias se incluye en la agenda económica y de desarrollo internacional, por parte de la UNCTAD, lo cual se lleva a cabo con el fin de maximizar las oportunidades comerciales, capacidades de inversión y mejorar la integración en la economía mundial.

Bajo este enfoque, la UNCTAD establece “La ampliación del concepto de creatividad basadas en actividades con fuerte componente artístico, a cualquier actividad económica que produzca

productos simbólicos, con una gran dependencia en la propiedad intelectual ampliando el mercado a su máxima expresión”(UNCTAD, 2008). Dentro de las distinciones que hace del concepto, la mayoría mantienen relación con los postulados de los modelos anteriormente descritos, pero en correspondencia con el modelo de círculos concéntricos, enfoca sus planteamientos en el anillo superficial de este, pues considera que el gran alcance de las industrias creativas, esta dado por la interacción con los diferentes sectores.

Para este organismo, según lo menciona el Informe Economía creativa (2010) “El propósito es entender de mejor manera el dinamismo de la creatividad y todas sus interacciones con el mundo económico, incluyendo su dimensión multidisciplinar”. Con esto cabe enfatizar en dos temas importantes que servirán como punto de referencia para posteriores despliegues del concepto, por un lado la visión de externalización de la actividad creativa y paralelamente su carácter dinámico.

Para una mejor comprensión de lo anterior es oportuno remitirse a los planteamientos de Schumpeter analizados al inicio de este documento, donde se recalca su postura frente a la generación de valor agregado en esta nueva economía. Como se mencionó anteriormente éste substituyó la idea de la competencia de precios como motor de cambio, y por su parte defendió la innovación como verdadero mecanismo de competitividad y crecimiento económico. De este modo “el desplazamiento hacia las Industrias creativas ha sido un intento de extender la teoría de la innovación, y el concepto general de creatividad que la acompaña”(Zallo, R, 2016), Adicionalmente Schumpeter señala que para que este proceso genere un impacto íntegro se requiere “del impulso de la creatividad en los tres niveles: micro (Personas creativas y emprendedores), meso (sector industrial creativo) y macro (apuesta institucional por el I+D+i) así esta sería la precondition del éxito de esa estrategia de especialización en creación”

Ahora bien, cabe mencionar la relación entre la postura de Schumpeter y los planteamientos sobre las industrias creativas, más específicamente con los propósitos de la UNCTAD, pues bien, es de considerar que los objetivos de esta organización se centran en impulsar estas industrias y fomentar el vínculo e impacto en otros sectores, así como la capacidad de ponerlas al servicio de otras industrias con el fin de alcanzar un proceso productivo superior, de este modo el alcance de estos propósitos puede consolidarse bajo la postura de Schumpeter. Esto teniendo en cuenta que

para impulsar el proceso de externalización y dinamismo de las industrias creativas, implementado por la UNCTAD, se debe llevar a cabo una perfecta alineación entre los diferentes actores económicos que intervienen en la sociedad, tal como lo plantea Schumpeter.

Modelos anteriores habían definido acertadamente la influencia de los niveles micro y meso en las industrias creativas. Pero fue a través de la UNCTAD, influenciado por el modelo de círculos concéntricos que se marcó el hito en el establecimiento de las industrias creativas bajo un enfoque a nivel macro, sin embargo bajo este se establece un acercamiento general con el fin de difundir la nueva dinámica a las que se enfrentaban las industrias creativas, pero tal como se anotó previamente el auge y consolidación de este enfoque solo puede darse mediante la implementación de las áreas de soporte para la creatividad, procediendo con los aportes de Schumpeter, esto quiere decir que exige una apuesta por la investigación, el desarrollo y la innovación creativa y cultural (I+D+i).

Adicionalmente cabe mencionar que junto a la apuesta por la I+D+i, actúan otras áreas de soporte que ejercen presencia sobre estas industrias, como lo menciona el BID, en el libro *La economía naranja: una oportunidad infinita* (2013), en las cuales incluye “la formación técnica especializada en actividades creativas, Gobernanza (institucionalidad) y derechos de propiedad intelectual y educación profesional”.

4.2.5 La Economía creativa: El centro donde todo confluye

Como resultado del apoyo de estas áreas y en interacción con las industrias culturales y creativas, se da la construcción del término *Economía creativa*, este fue acuñado inicialmente por John Howkins (2001), quien teóricamente lo definió como:

“La transacción de productos creativos, los cuales poseen dos valores complementarios, por un lado el valor de lo intangible y la propiedad intelectual y por otro el valor del soporte físico o de la plataforma en la cual se manifiesta, tales como la arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos”

Es indudable que la base fundamental en la evolución de todos los conceptos tratados a lo largo de este documento, y como tal, de la concepción de la cultura radica en la capacidad de innovar, de transformar y generar nuevos contenidos, “Sin cultura, y la relativa libertad que implica, la

sociedad, incluso cuando es perfecta, es una jungla, por ello, toda creación auténtica es un regalo para el futuro” Albert Camus

Es cierto que el ser humano por naturaleza propia es creativo, sin embargo no todas sus ideas trascienden y se potencializan, pues evidentemente éstas requieren de un proceso conjunto con la técnica y las capacidades del entorno que finalmente determinan la viabilidad de una u otra idea, como ya se ha mencionado, el primer recurso para que estas actividades creativas y culturales adquieran un nivel mucho más trascendental es un fuerte vínculo con la investigación y el desarrollo, pues a través de la interacción entre el sector económico, la ciencia y la tecnología, las ideas se reinventan, se perfeccionan y dan paso a nuevos usos, nuevos procesos y nuevas dinámicas.

Con lo anterior, queda claro que la ocupación de las industrias creativas debe ser ahora el fortalecimiento de la investigación y el desarrollo, pues de éstas depende el verdadero éxito en la apuesta por la innovación y la creatividad,

“hoy estamos atestiguando un periodo de transición. Parece que el mundo vive un cambio gradual de paradigma, pasando de la Sociedad de la Información del siglo 20, en la que el enfoque estaba en la comunicación liderada por la información, hacia un enfoque más holístico de la Economía Creativa en el siglo 21, donde la fuerza motriz es la creatividad liderada por el conocimiento y respaldada por la conectividad” (Duisenberg, 2005)

El valor de lo simbólico, lo auténtico y lo intangible ya esta plenamente reconocido, las industrias creativas por sí mismas ya son lo suficientemente valiosas, pero reconociendo que el poder del capital intelectual es incalculable y que las posibilidades técnicas, físicas y del entorno son igualmente beneficiosas, es momento de potencializar su carácter. Esto quiere decir que ahora bajo la Economía creativa, las industrias buscan no solo fortalecerse y diversificarse entre ellas, sino ahora quieren trascender e impactar significativamente en la consolidación de otras industrias poco relacionadas, generándoles valor a través de la implementación de procesos y dinámicas más encaminadas a la explotación de las capacidades intangibles y creativas.

Lo anterior se da en la medida en que las industrias creativas se consolidan como transversales a las demás industrias y se incorporan a una dinámica económica global, para esto es necesario

posicionar el valor agregado que aportan a los demás sectores, mediante el estudio el diseño y la estructuración de nuevos modelos basados en la perfecta cohesión entre los valores culturales y creativos junto con las áreas de soporte de la industria, así como el involucramiento con los diferentes agentes económicos.

“La Economía Naranja se centra en invertir en nuevas capacidades, en atraer talento y nutrirlo”(BID, 2013). La base para impulsar la innovación y creatividad como se ha dicho parte de las capacidades intelectuales, es así como a través de la inversión en investigación se busca conectar talentos, capacidades y competencias de manera que se amplíen los conocimientos existentes, se profundicen con nuevos modelos, experiencias y nuevas teorías, bajo este proceso las industrias creativas se alinean con la academia con el objetivo de profundizar en los contenidos, ampliar el campo de acción y hallar nuevas y mejores utilidades. El desarrollo del conocimiento es la base, pero para que el proceso se complete y genere efectivamente un resultado significativo es necesario que estos aportes científicos e investigativos tengan aplicación práctica, para lo cual es necesario la vinculación con la técnica y la tecnología, pues son las que permiten que se materialicen y difundan las ideas.

Así como la inversión en I + D + i involucra a la academia para impulsar la innovación en las industrias creativas a través de la ampliación de conocimientos, existen otros actores que toman relevancia en la Economía creativa, bajo esta dinámica no solo la academia y los organismos multilaterales mencionados anteriormente adquieren un carácter imprescindible, por su parte el sector privado, empresarial y los estados también se vinculan activamente impulsando la formalización y especialización mediante la formación técnica especializada en actividades creativas, educación profesional, gobernanza y derechos de propiedad intelectual.

Es así como partiendo de la creación de programas académicos enfocados en las industrias creativas, de la instauración de instituciones en pro del fomento de la creatividad y muchos otros medios para la formalización de las actividades creativas, se incentiva tanto a las empresas como a la academia y los gobiernos a legitimar el carácter profesional de éstas, con lo cual se busca que así como las ciencias, las artes sean valoradas objetivamente, que sean entendidas como el conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades científicas y tecnológicas para la innovación, invención y desarrollo, y que como tal requieren de la protección e

institucionalización, de este modo se logra que se establezcan mecanismos de coordinación bajo la articulación de un pacto social, económico y político entre los sectores “para respetar las normas y actuar con sentido común llegando hasta la imposición forzosa de reglas y controles brindando legitimidad y estabilidad” (BID, 2013).

Como resultado de la integración entre temáticas, disciplinas y entidades se da un especial reconocimiento a los conceptos de libertad de expresión, derechos humanos, subsidios, impuestos, seguridad social y propiedad intelectual para las actividades basadas en el capital intelectual y el conocimiento y donde se resaltan principalmente los derechos de autor, las patentes, el registro de marcas y los diseños. Según lo plantea Howkins, estas cuatro industrias constituyen la economía creativa, pues bajo estas formas se reconocen legalmente los bienes y servicios intangibles, de este modo se establece que según derechos de autor la ley cubre las expresiones artísticas y creativas entre las que se encuentran las obras literarias, las cinematográficas y las grabaciones de sonido y todas aquellas que se desprendan de éstas. Por su parte las patentes protegen las invenciones de productos industriales nuevos, con lo cual se reconoce la destreza y el talento único para desarrollar cierto producto, Asimismo el registro de marca la originalidad y exclusividad con la que se diferencia un producto o servicio y que en definitiva le otorga cierto status frente a la competencia, finalmente los diseños, así como los registros de marca se establecen para proteger el carácter distintivo y singular a los productos pero en este caso corresponde a las propiedades de este.

La *Economía creativa* se consolida como “la conexión entre la economía, la cultura y la tecnología, bajo un enfoque holístico y multidisciplinario, concentrado en la predominancia de productos y servicios con contenido creativo, valor cultural y objetivos de mercado” (Duisenberg, 2008), en este orden de ideas la Economía creativa, es el centro donde todo confluye. El contenido cultural, artístico y patrimonial se vincula con otros sectores y procesos de la economía. A través de la creatividad no solo se modifica la producción de bienes y servicios, sino adicionalmente se modifican los modos de vida, las estructura de negocios y la organización de procesos, relaciones y dinámicas de los individuos, las empresas y las naciones.

“La cultura y la economía son dos ámbitos que tienen un puente especial de comunicación: la creatividad. Centro neurálgico del dinamismo cultural, la creatividad es fuente constante de

innovación y de impulso del emprendimiento, y su alcance y atractivo permean de estas practicas a la sociedad en su conjunto” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2013).

La creatividad es inherente a las industrias culturales y en sí al ser humano, sin embargo, y como lo menciona Hopkins, 2001, la Economía Creativa tiene en cuenta dos tipos de creatividad, el primero relacionado con esta característica universal, que tiene que ver con la satisfacción como individuos y que se encuentra en todas las sociedades y culturas, pero adicional a este vincula el tipo de creatividad relacionado con la creación de un producto o servicio, y que valora más la novedad, la ciencia y la innovación tecnológica, la Economía creativa pretende la perfecta conjunción entre los dos tipos, y es por esto que focaliza su atención en el desarrollo y generación de activos intangibles (derechos de propiedad intelectual, derechos de autor y derechos conexos) que permitan el correcto manejo de aquellos elementos esenciales de la creatividad, tales como el talento, destreza, experiencia, Know how, entre otros.

5. METODOLOGÍA

El objetivo de esta investigación es identificar el impacto de las industrias creativas en el desarrollo socioeconómico del Reino Unido y China y establecer aquellos criterios que los hacen competitivos y que podrían ser aplicados al caso Colombiano con el fin de potencializar el desarrollo de sus industrias creativas.

Esta investigación, es un análisis documental de reportes e investigaciones económicas, políticas y socio-culturales desarrollado bajo una metodología comparativa, para lo cual se hace necesario describir el comportamiento de aquellos criterios dominantes y donde se evidencia mayor impacto, tanto para el caso Británico, como el caso Chino, para posteriormente relacionarlos al caso Colombiano.

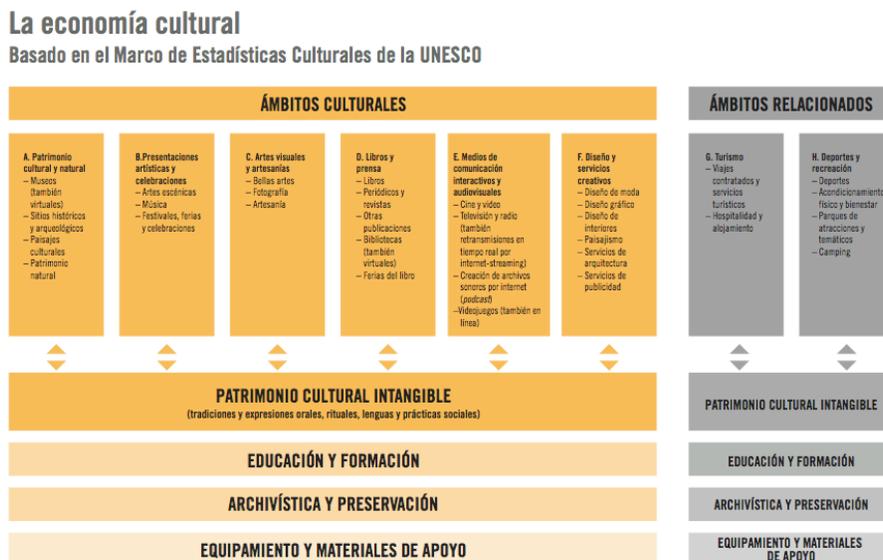
5.1 Enfoque de Investigación

Para cumplir con el propósito de la investigación se tomará como referencia el marco de las estadísticas culturales de la UNESCO, y con base en su clasificación, la metodología se dividirá en tres análisis: el primero correspondiente al enfoque **económico**, el cual hará uso de los diferentes indicadores, especialmente aquellos proporcionados por la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico -OCDE- y por el Banco Interamericano de Desarrollo – BID-. Por otro lado, se analizará el enfoque **político** a través de los criterios establecidos por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la cultura –UNESCO–, en el informe Economía Creativa de 2010. Por último, el enfoque **social y cultural** a partir de los objetivos de desarrollo del Milenio y la reducción de la pobreza de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Teniendo en cuenta que los ámbitos de medición de las industrias creativas varían de un país a otro, pues no todos coinciden en la determinación de los mismos sectores y subsectores para su medición, es necesario establecer una referencia que permita realizar la comparación de criterios, por ello esta investigación toma como referencia el Marco de estadísticas culturales de la UNESCO, y los dominios culturales que en este se expresan y que comprenden: el patrimonio cultural y natural, las presentaciones artísticas y celebraciones, las artes visuales y artesanías, los

libros y prensa, los medios de comunicación interactivos y audiovisuales y los diseños y servicios creativos.

Gráfico 4: Dominios culturales de la UNESCO



Fuente: UNESCO (2009), pag 24.

“Los dominios culturales del Marco de estadísticas culturales de la UNESCO –MEC–, representan un conjunto común de industrias, actividades y prácticas culturalmente productivas... Estos dominios se consideran netamente culturales. Asimismo, si bien esto permite especificar la extensión del sector cultural, también proporciona una idea de su estructura” (UNESCO, 2009).

Como base metodológica se usará el análisis económico, esto teniendo en cuenta que los trabajos más desarrollados se han llevado a cabo bajo esta perspectiva, pues los resultados arrojados son más evidentes que en otros aspectos. Cabe señalar que la cantidad de variables útiles para hacer esta medición son múltiples, sin embargo hay sectores que cuentan con menor información, por ello, es preciso recurrir a aquellos indicadores en los cuales el impacto es más notorio, por lo cual se recurrirá a los indicadores planteados por el BID y la OCDE como aspectos determinantes para evaluar el desarrollo de las naciones.

De este modo, se determinan los siguientes indicadores económicos, antes descritos en el estado del arte, como oportunos para el análisis de las industrias creativas.

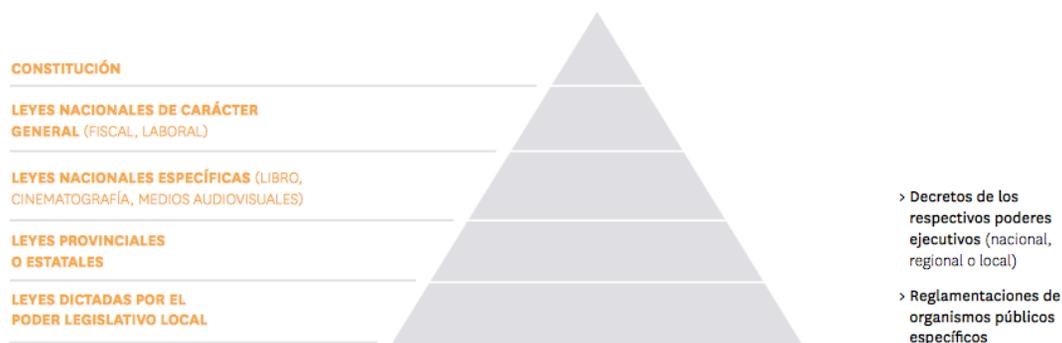
1. Aporte al PIB
2. Valor agregado
3. Generación de empleo
4. Aporte del sector privado
5. Comercio exterior en cultura: Nivel de exportaciones e importaciones, participación del contenido nacional en las exportaciones
6. Gasto del gobierno
7. Características de consumo, gustos y preferencias
8. Ingreso generados por la actividad productiva
9. Tipo de gastos de los consumidores intermedios y finales
10. Montos y tipos de inversión
11. Relación producción – consumidor

Adicional al análisis económico, el impacto de las industrias creativas también debe abordarse bajo la perspectiva política, esto teniendo en cuenta que el desarrollo de estas nuevas industrias requiere, ya sea el replanteamiento de algunas de las políticas establecidas o la implementación de nuevas estrategias que favorezcan los mercados de bienes y servicios culturales. Si bien los marcos jurídicos responden y se ajustan a los objetivos estratégicos de cada país, estos vinculan su marco regulatorio con la normatividad de organizaciones internacionales tales como la Organización Mundial del Comercio – OMC, la Organización Internacional del Trabajo - OIT y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual – OMPI.

De este modo los países establecen tratados internacionales, convenios de cooperación y coproducción internacional, los cuales les permiten diseñar y modificar la estructura jurídica con el fin de acoplar las condiciones, tanto internas como externas, a un entorno global.

De acuerdo con el informe *Políticas para la creatividad: guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*, planteadas por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la cultura –UNESCO, en 2010, la participación del sector público se puede percibir bajo distintos niveles de intervención, sin embargo cada país, en función de su sistema de organización, tiene su propia escala o pirámide jurídica. Este informe plantea una escala de representación en líneas generales, tal como se puede ver a continuación.

Gráfico 5: Escala de normatividad jurídica



Fuente: UNESCO, Políticas para la creatividad (2010)

Es así como basados en la jerarquía general enunciada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO, esta investigación estructura las políticas y regulaciones llevadas a cabo en Reino Unido, China y Colombia en los siguientes ámbitos de la industria creativa: propiedad intelectual, Libre comercio y fortalecimiento empresarial.

Por último, otra de las grandes influencias de la economía creativa puede evidenciarse en el impacto social que éstas generan, así como lo identifica Las Naciones Unidas en su informe Economía Creativa, 2010. “La creatividad, conocimiento, cultura y tecnología pueden conducir a la creación de empleo, innovación e inclusión social” (2010, p.14). Estos efectos pueden evidenciarse bajo Los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la Organización de las Naciones Unidas – ONU, en los cuales se plantean los objetivos específicos que contribuirán al desarrollo, espacialmente para los países en vía de desarrollo.

Según Las Naciones Unidas, La Economía Creativa contribuye a la consecución de algunos de los objetivos:

- Erradicación de la pobreza y reducción de la desigualdad.
- Igualdad de géneros
- Estrategia de desarrollo sostenible
- Asociación mundial para el desarrollo
- Inclusión social de la juventud
- Acceso a las nuevas comunicaciones

Esta investigación hará énfasis en las estrategias de impacto social enfocadas en la inclusión social, la estimulación de las capacidades intelectuales del ser humano y por último el fortalecimiento de la identidad local.

5.2 Objeto de investigación

El objeto de esta investigación, del lado económico, serán las estadísticas y los datos suministrados por del BID y el DANE. En cuanto a lo político, será la legislación de cada uno de los países antes mencionados y los convenios de cooperación internacional más recientes. Finalmente, para el análisis socio-cultural se analizarán los casos de desarrollo de industrias creativas, que han sido exitosos en el marco de cada país.

De cada aspecto se analizarán los siguientes elementos:

Aspecto	Económico	Político	Sociocultural
Categoría	1. Aporte al PIB	1. Propiedad intelectual	1. Inclusión social
	2. Valor agregado	2. Libre comercio	2. Capacidades intelectuales
	3. Generación de empleo	3. Fortalecimiento empresarial	3. Identidad local
	4. Comercio exterior		
	5. Gasto público		
	6. Inversión		

5.3 Definición de la muestra

El método de muestreo de esta investigación es no probabilístico de carácter discrecional. En este caso los elementos sujetos a investigación han sido seleccionados con base en clasificaciones previas, las cuales se han tomado como referencia para la estructuración de la presente investigación y de acuerdo con los criterios establecidos en éstas se han filtrado de forma subjetiva los criterios propios considerando, únicamente, aquellos que pueden aportar a este estudio.

5.3.1 Criterios de Inclusión

- Industrias creativas del Reino Unido, China y Colombia.
- Sectores creativos incluidos en el ámbito cultural del Marco de estadísticas culturales de la UNESCO
- Subsectores creativos incluidos en el ámbito cultural del Marco de estadísticas culturales de la UNESCO
- Bienes cuyo valor de uso no es necesariamente simbólico.
- Última legislación para las industrias creativas y culturales en Colombia, Reino Unido y China
- Convenios de cooperación de productos y servicios creativos recientes de Colombia, Reino Unido y China.
- Casos de éxito de Colombia, Reino Unido y China de los últimos 10 años.
- Datos económicos suministrados por la Organización de Las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO
- Datos económicos suministrados por El Banco Interamericano de Desarrollo – BID
- Datos económicos suministrados por Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico- OCDE.
- Datos económicos suministrados por la Organización de Las Naciones Unidas – ONU
- Datos económicos suministrados por la Organización Mundial del Comercio – OMC
- Datos económicos suministrados por la Organización Internacional del Trabajo –OIT
- Datos económicos suministrados por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual- OMPI.

5.3.2 Criterios de Inclusión

- Sectores y subsectores creativos según clasificación del modelo DCMS de Reino Unido
- Sectores y subsectores creativos clasificados según el modelo de textos simbólicos
- Sectores y subsectores creativos clasificados según el modelo de círculos concéntricos.
- Sectores y subsectores creativos clasificados según el modelo de la OMPI.
- Calidad y forma de contenidos.
- Primeros documentos legislativos para las industrias creativas y culturales.
- Legislación sobre industrias culturales y creativas de otros países.
- Convenios de cooperación para productos y servicios creativos no vigentes.

- Convenios de cooperación para productos y servicios creativos entre otros países.
- Casos de éxito superiores a 5 años.

5.4 Diseño de los instrumentos

La consolidación de la información se hará bajo tres instrumentos distintos, según al análisis al que pertenezca: económico, político o sociocultural.

En este orden de ideas para el análisis económico, la información se clasificará a partir de una matriz de doble entrada que será independiente para cada país, pero con la misma estructura, en el eje vertical se encuentran los indicadores económicos y los años que se van a analizar y en el eje horizontal están las fuentes a la que corresponde cada dato, tal como se muestra a continuación para el caso Colombiano. **(Ver anexo 1)**

En cuanto al análisis político se desarrollará una matriz la cual permite clasificar las diferentes fuentes formales del derecho (Leyes, decretos, normas, tratados, etc...) según el aspecto al que corresponde (Propiedad intelectual, libre comercio o fortalecimiento empresarial) y el alcance que tiene la fuente. Así como en el análisis económico en este caso también se construirá una matriz independiente para cada uno de los países. **(Ver anexo 2)**

Por último el análisis sociocultural, se llevará a cabo a través de una matriz que consolida los datos generales de los casos seleccionados, esta matriz está constituida por las siguientes categorías:

- Tema del caso
- Título
- Objetivo
- Origen
- Año
- Organismo
- Variables analizadas
- Descripción

(Ver anexo 3)

6. RESULTADOS

6.1 Análisis económico

REINO UNIDO					
INDICADOR	PERIODO	BID	UNESCO	*DCMS	ANÁLISIS
1. Aporte al PIB	2013- 2016			2013 8% de su PIB 2014 8,2% de la economía.	En 2014 se estimó que los aportes de la economía creativa valieron 133 mil millones de euros.
2. Valor agregado	2013- 2016			2015 £87,4bn 2014 £84,067 bn 2013 £76,9 bn	2013: 5,04% (ONS Annual Business Survey) 2014: 5.19% 2015: incremento del 7 % desde 2014
3. Generación de empleo	2013- 2016	1,5 millones de trabajadores		2015 1.866.000 2014 1.808.000 2013 1.713.000	DCMS Para 2015 había aproximadamente 1.9 millones de trabajos en las industrias creativas, un incremento del 3,2 % desde 2014, y 19,5 % desde 2011. El porcentaje sobre el total de trabajos en el Reino Unido fue: 2013: 5.6% 2014: 5.8% 2015: 5.8%
4. Comercio exterior	2013 -2106			2014 EXP SS: £19,809 BN 2013 EXP SS: £17,856 BN	Según <i>The global innovation index</i> en 2016 China ocupó el puesto 15 en cuanto a la exportación de bienes creativos y servicios culturales y creativos. DCMS Las exportaciones de servicios creativos y culturales sobre el total de las exportaciones en el Reino Unido fue de: 2013: 8.3% 2014: 9.0%
5. Gasto público	2013- 2016			2013 0.1%	En 2014 el gasto público destinado a la cultura y el ocio equivalió al 1,7 % del gasto público del país.
6. Inversión extranjera directa (IED)	2013- 2106				Las industrias creativas atrajeron 558 proyectos de inversión extranjera directa entre 2015 y 2016.

*Department for culture, media and sports

COLOMBIA					
		BID	UNESCO	DANE	ANÁLISIS
1. Aporte al PIB	2013-2016	2016 3,6% (ESTIMADO) 2015 3,30%	3,5 %		
2. Valor agregado	2013-2016				(2012) Según Datos de la Cuenta Satélite de Cultura, Ministerio de cultura Dane, el valor agregado del sector cultural alcanzó el 1,57% incrementando el 0,03% respecto al año anterior, siendo el sector audiovisual el de mayor aporte.
3. Generación de empleo	2013-2016	2015 (5,8%) 1,1 millones de puestos de trabajo. 2013 1 millón 160 empleos.			El impacto en la generación de empleo es del 5,8% la segunda más significativa después de México, dentro de Latinoamérica y el Caribe. Cifra que está por encima de países como Holanda, Reino Unido y Finlandia, lo que indica que la cultura en Colombia es un potencial generador de crecimiento económico, según explica la Cámara de Comercio de Bogotá
4. Comercio exterior	2013-2016	2015 EXP 4.268 millones de dólares. 2013 EXP BS Y SS : 815 Millones de dólares. IMP BS Y SS: 2387 Millones de dólares.			Según The global innovation index en 2016 Colombia ocupó el puesto 75 en cuanto a la exportación de bienes creativos y en exportación de servicios culturales y creativos ocupó el puesto 53.
5. Gasto público	2013-2016			2014 \$390.793 millones. (Mincultura) 2013 \$354.872 millones (Mincultura)	En 2014 MinCultura contó con \$390.793.872 millones en recursos, y en 2013 con \$354.872 millones, sin embargo el presupuesto de inversión para el desarrollo de los diferentes componentes de gestión de la actividad artística para el año 2015 fue de \$ 26.000 millones de pesos y para el año 2016 fue de \$ 23.000 millones de pesos.
6. Inversión extranjera directa (IED)	2013-2016				Las inversiones greenfield” alcanzó 464 millones de dólares en la última década en la ciudad de Bogotá siendo esta el centro de concentración de las industrias creativas con 74% de contribución y 78% de los ingresos del sector.

CHINA					
		BID	UNESCO		ANÁLISIS
1. Aporte al PIB	2013 - 2016			2015 3,82% (Cifras de la Administración Estatal de Estadística) 2014 Aproximadamente 5%	
2. Valor agregado	2013 - 2016			2015 2.723.500 millones de yuanes (Cifras de la Administración Estatal de Estadística)	
3. Generación de empleo	2013 - 2016	2013 49,7 Millones de trabajadores	2013 3,3%		
4. Comercio exterior	2013 - 2016		2013 EX 60.110,68 Millones dólares IMP 5840,68 Millones de dólares,		Según The global innovation index en 2016 China está en el puesto 1 en cuanto a la exportación de bienes creativos. En cuanto a la exportación de servicios culturales y creativos ocupa el puesto 71 En 2013 China fue el mayor exportador de productos culturales del mundo por un valor de más de 60.000 millones de dólares, lo que representa el 28,2 % del total de las exportaciones mundiales en ese sector
5. Gasto público	2013 - 2016				
6. Características de consumo.	2013 - 2016			2013 4,7 billones de yuanes (informe del Índice de Consumo Cultural de China)	El consumo cultural y de entretenimiento desde 2011 hasta 2014 ha mantenido una tasa media de crecimiento superior al 12 %
7. Inversión	2013 - 2016				

En términos económicos el impacto de las industrias creativas puede evidenciarse bajo índices como el Producto Interno Bruto (PIB), Valor agregado (VAB), generación de empleo, comercio exterior, gasto público e inversión. Según el análisis realizado por la UNESCO, la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC) y la firma de consultoría Ernst & Young (EY) en 2015, las Industrias culturales y creativas representan el 3% del Producto Interno Bruto (PIB) a nivel global, emplean 29,5 millones de personas, cifra que supera el número de puestos de trabajo que ofrece la industria automovilística de Europa, Japón y Estados Unidos juntos.

Según los datos suministrados por diferentes organismos tanto nacionales como internacionales, el análisis comparativo de las anteriores dimensiones económicas deja en evidencia la preponderancia del Reino Unido en esta industria, así como también el impulso que ha tomado tanto en China como en Colombia.

De acuerdo con lo datos suministrados por el *Department for culture, media and sport (DCMS)* del gobierno británico en 2013 el aporte de las industrias creativas a la economía fueron equivalentes al 8% del PIB, indicador que se ha incrementado con el paso del tiempo, sin embargo a pesar del evidente potencial en el crecimiento económico, en cuanto a generación de empleo China y Colombia superan el índice.

De acuerdo con el *China Briefing, business intelligence*, para 2014 las industrias creativas y culturales contribuyeron aproximadamente en un 5% a la economía de este país, pero a pesar de no ser considerado un indicador tan representativo como en el caso del Reino Unido, la fuerza laboral ascendió a 49,7 millones de trabajadores según lo indica el Banco Interamericano de desarrollo (2013).

En Colombia las industrias culturales y creativas representaron el 3,3% del PIB en 2015 (0,6 por ciento más que el sector cafetero), porcentaje que monetizado equivale a 20,6 billones de pesos, cifra significativamente inferior respecto al Reino Unido, sin embargo en cuanto a generación de empleo se asemejó considerablemente, con una contribución del 5,8% y 1.1 millones de puestos de trabajo alcanzó la segunda posición más significativa en Latinoamérica y el Caribe después de México. En cuanto a Reino Unido, a pesar de no ser un indicador tan significativo, si se evidencia

un alto dinamismo, en 2015 esta industria generó 1.866.000 puestos de trabajo equivalente al 5,8% del total de trabajos, con un incremento de 3,2% respecto a 2014 y 9% respecto a 2013 de acuerdo con datos de 2015 del *Banco Interamericano de Desarrollo* (BID) y el *Department for culture, media and sport* (DCMS).

A nivel macroeconómico otro de los datos fundamentales para determinar el posicionamiento de los países respecto a las industrias creativas corresponde a los indicadores de comercio exterior, específicamente los niveles de exportaciones e importaciones de bienes y servicios creativos y culturales, de acuerdo con esta medición para 2016 China se posicionó como el país con mejores índices de comercio exterior, según *The global innovation index* ocupó el puesto No 1 en cuanto a exportación de bienes creativos, puesto que ha mantenido durante los últimos años, en 2013 se posicionó como el mayor exportador de productos culturales del mundo por un valor de más de 60110 millones de dólares equivalentes al 28,2 % del total de las exportaciones mundiales en el sector, en cuanto a importaciones alcanzó un volumen de 5840,68 millones de dólares aproximadamente el 3,5 % del volumen de las importaciones mundiales obteniendo con esta cifra el 8 puesto, en cuanto a la exportación de servicios culturales y creativos ocupó el puesto 71 de acuerdo con datos del Instituto de estadísticas de la UNESCO.

Por su parte Reino Unido ocupó el puesto 15 tanto en exportación de bienes creativos como servicios culturales y creativos, para 2013 el valor de las exportaciones de servicios creativos se avaluaron en 17856 millones de libras esterlinas, equivalentes a 22 mil millones de dólares, correspondientes al 8,3% de las exportaciones totales del Reino Unido según lo afirma el *Department for culture, media and sport* (DCMS), a pesar de no presentar un indicador tan elevado como China el incremento a través de los años ha sido favorable alcanzado un incremento del 11% en 2014 por un valor de 19809 libras esterlinas. Por otro lado las importaciones de productos culturales se avaluaron por encima de 1000 millones de dólares, de acuerdo con el *Instituto de estadísticas de la UNESCO* (UIS).

Por último, de acuerdo con el *Global Innovation Index* en 2016, Colombia se posicionó en el puesto 75 en cuanto a la exportación de bienes creativos, y en el puesto 53 respecto a la exportación de servicios creativos y culturales, sin embargo el crecimiento evidenciado en los últimos años es mayor que en China y en el Reino Unido, para 2013 el valor de las exportaciones

e importación de bienes y servicios creativos estaba alrededor de 815 millones de dólares y 2387 respectivamente, mientras en 2015 el valor de las exportaciones ascendió a 4268 millones de dólares, según los datos suministrados por el *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE)*.

Finalmente es conveniente analizar la inversión de cada país en las industrias culturales y creativas así como en Investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) teniendo en cuenta que este último constituye un indicador esencial a la hora de potenciar las actividades creativas. En Colombia este indicador constituye una desventaja para la industria y tal vez el factor de mayor incertidumbre a pesar del progreso de los anteriores, según datos del Ministerio de Cultura, hasta 2015 el presupuesto destinado para este mantenía un aumento constante, sin embargo para 2016 se evidenció una reducción del 14,3% respecto al presupuesto de 2015, por su parte las cifras correspondientes a la inversión extranjera directa en nueva producción “Inversiones greenfield” alcanzó 464 millones de dólares en la última década en Bogotá siendo esta el centro de concentración de las industrias creativas con 74% de contribución y 78% de los ingresos generados en el sector, según datos de *Foreign direct investment markets*. En el Reino Unido, para 2014 el gasto público dedicado a la cultura y el ocio correspondió a 20946 dólares aproximadamente.

Por otro lado en cuanto a la inversión en Investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), Reino Unido y China mantienen su liderazgo y estatus de referencia en el sector frente a los otros países, Reino Unido dispone el 1,7% del PIB en esta actividad, por su parte China dispone del 2% de su PIB y por último Colombia del 0,2%.

Por último, es pertinente hacer referencia al Índice global de creatividad, el cual evidencia el comportamiento de los indicadores analizados anteriormente, según este, Reino Unido ocupa la posición número 12 con un índice de 0.881, este índice está determinado por tres indicadores tecnología, talento y tolerancia. Reino Unido ocupa el puesto 15, 20 y 4 respectivamente. Por su parte China se posiciona en el puesto 62 con 0.462 y se posiciona en el puesto 14, 87 y 96 en cuanto a tecnología, talento y tolerancia, por último Colombia ocupa el puesto 71, con un índice de 0.410 y puesto 89, 75 y 36 en los tres indicadores de medición.

6.2 Análisis político

REINO UNIDO			
Alcance/ Aspecto	Propiedad Intelectual	Libre Comercio	Fortalecimiento empresarial
Constitución			
Leyes Nacionales generales (Fiscal, laboral)	1. Economía Digital Ley de 2010 2. Ley de 2002 sobre Derecho de Autor		
Leyes Nacionales Específicas			
Reglamentación organismo público específico			1. Gran Bretaña Creativa: Nuevos talentos para una nueva economía 2. The Creative Arts Investment Network (CAIN) 3. The UK Enterprise Investment Scheme (EIS) 4. The NESTA Creative Pioneer Programme 5. Creative and cultural skills.
Reglamentación organismo Internacional	1. Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor 2. Organización Mundial del Comercio (OMC) - Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo sobre los ADPIC) (1994) 3. Convenio de Berna y el Convenio de Roma 4. Convención Universal de derechos de autor y sus protocolos I y II 5. Convención sobre la protección de la diversidad cultural (UNESCO, 2005)	1. Convenio Europeo sobre Coproducción Cinematográfica 2. Convenio Constitutivo de la Asociación Europea de Libre Comercio 3. Acuerdo sobre la Zona Económica Europea	1. China-UK: Connections through Culture (2015) 2. Creative Europe 3. Alianza Europea para las Industrias Creativas

COLOMBIA				
Alcance/ Aspecto	Propiedad Intelectual	Libre Comercio	Fortalecimiento empresarial	Otras
Constitución	1. Ley 23 de 1982 2. Ley 44 de 1993			
Leyes Nacionales generales (Fiscal, laboral)				1. Ley general de cultura 397 (1997) 2. Ley 1185 de 2008.

<p>Leyes Nacionales Específicas</p>	<p>1. Copyright, Designs & Patents Act 1988</p>	<p>1. Ley 1261 de 2008 Protocolo de enmienda al Acuerdo latinoamericano de coproducción cinematográfica. 2. Ley 897 de 2004, Acuerdo de Coproducción Audiovisual entre Colombia y Canadá. 3. Ley 155 de 1994, Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica. 4. Ley 151 de 1994, Acuerdo para el Mercado Común Cinematográfico Latinoamericano. 5. Ley 26 de 1992, Tratado sobre el Registro Internacional de Obras Audiovisuales. 6. Ley 09 de 1992, Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana. 7. Ley 22 de 1940, Convención originarias de la Conferencia Interamericana de Consolidación de la Paz, sobre audiovisuales. 8. Ley 47 de 1933, Convención Internacional que reprime la circulación de publicaciones obscenas.</p>	<p>1. Ley 1014 de 2015 (de Fomento de la Cultura del Emprendimiento). 2. Ley 814 de 2003 (Ley de Cine). Normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia. 3. Ley 1493 de 2011 4. Ley 1556 de 2012 (Ley Filmación Colombia). El objetivo de esta norma es posicionar a Colombia como un escenario para rodar y producir películas, atrayendo a productoras extranjeras para que contraten empresas colombianas de servicios cinematográficos. 5. Ley 9 de 1942, Visión del valor de la cinematografía en la sociedad</p>	<p>1. Proyecto de Ley 104, Ley Naranja. 2. Proyecto de Ley No 208 de 2016. Estimula la creatividad y se adoptan lineamientos para el desarrollo de un sistema de bioriginalidad nacional.</p>
<p>Reglamentación organismo público específico</p>			<p>1. Política para el emprendimiento y las industrias culturales (Mincultura) 2. Programa de transformación productiva (PTP)</p>	<p>1. Ministerio de Cultura, Plan Nacional para las Artes 2006-2010, Bogotá, Ministerio de Cultura, 2005</p>

Reglamentación organismo Internacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Convención Universal de derechos de autor y sus protocolos I y II (Unesco 1952) 2. Tratado sobre Derechos de autor y derechos conexos (OMPI) 3. Tratado sobre Derechos de autor y derechos conexos (Grupo de los tres, 1994) 4. Convenio de Berna y Convenio de Roma 5. Acuerdo sobre los Aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC) 6. Tratado de Beijing sobre interpretaciones y ejecuciones audiovisuales. 7. Convención sobre la protección de la diversidad cultural (UNESCO, 2005) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reglas multilaterales de la OMC 2. Uniones aduaneras 3. convención de la Diversidad Cultural de la UNESCO 4. Alianza Mercosur (1991) 5. Tratado de Montevideo (ALADI, 1980). 6. Comunidad Andina (CAN, 1997) 		
---	--	--	--	--

CHINA			
Alcance/ Aspecto	Propiedad Intelectual	Libre Comercio	Fortalecimiento empresarial
Constitución	1. Ley Constitucional de la República popular de China (2004)		
Leyes Nacionales generales (Fiscal, laboral)			
Leyes Nacionales Específicas	1. Ley del Derecho de Autor.(1990) Última reforma 2010		
Reglamentación organismo público específico			<ol style="list-style-type: none"> 1. Doceavo Plan Quinquenal para el Desarrollo Económico y Social de la República Popular China 2. SMEs Go Global

Reglamentación organismo Internacional	1. Convención Universal de derechos de autor y sus protocolos I y II (Adhesión 1973) 2. Tratado sobre Derechos de autor y derechos conexos (OMPI), adhesión 2007 3. Acuerdo sobre los Aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC) 4. Tratado de Beijing sobre interpretaciones y ejecuciones audiovisuales. (Firma 2012) 5. Convención sobre la protección de la diversidad cultural (UNESCO, 2005) Ratificación 2007 6. Convenio de Berna 7. Tratado sobre la Protección Intelectual respecto de los Circuitos Integrados. 8. Ley de patrimonio cultural inmaterial (2011)	1. Reglas multilaterales de la OMC 2. Uniones aduaneras 3. Convención de la Diversidad Cultural de la UNESCO	
---	--	--	--

En cuanto a la legislación y normatividad que rige las industrias culturales y creativas, cada uno de los países han fomentado sus políticas con la promoción de la cultura, los derechos de propiedad intelectual y el comercio de bienes y servicios creativos, adicional a las políticas estructuradas y definidas a nivel estatal, muchas de las regulaciones están determinadas por los compromisos de estado con tratados internacionales que regulan los derechos derivados de la propiedad intelectual e inversión.

Reino Unido como país pionero y modelo en el diseño de políticas públicas tanto en su región como en el ámbito internacional, ha mantenido su esfuerzo en fomentar un ambiente que

incentive la producción de capital intelectual, a través la reducción tributaria y la generación de incentivos fiscales a las empresas dedicadas a la producción cultural y creativa, asimismo ha promovido la industria a través de la creación de proyectos educativos, de desarrollo de habilidades que fomenten la imaginación y el talento, así como el apoyo a startups y pequeñas redes creativas. Prueba de esto es que las industrias creativas representan un sector con un alto índice de educación, alrededor del 43% de los trabajadores cuentan con un título de licenciatura o mayor.

De acuerdo con el programa de Economía Creativa del DCMS, organismo enfocado en las industrias creativas, este estableció 3 áreas de interés para el diseño de políticas referentes a esta industria, en las cuales se enfatizó en el desarrollo económico local, a través de la regeneración y el desarrollo de *Clusters* locales y regionales, como segundo punto de interés se determinó las políticas industriales nacionales, mediante la innovación y la competitividad internacional y finalmente como último foco de interés se determinó las políticas culturales a través de la cooperación cultural, la identidad cultural y las nuevas formas culturales.

Estas políticas se complementan con los tratados de cooperación internacional y acuerdos bilaterales a los que se ha vinculado el Reino Unido con el fin de promover la distribución, la inversión, la innovación y la protección de los derechos de autor, para los cuales recurre a la regulación estipulada por organismos tales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), la Organización Mundial de la Propiedad intelectual (OMPI) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Por otro lado, el actual liderazgo chino en el sector servicios y su relevancia en el comercio de las industrias culturales y creativas, ha incentivado al gobierno hacia la estructuración de políticas y planes gubernamentales que impulsen la presencia tanto interna como externa de las industrias culturales y creativas. En este orden de ideas, se reconoce el esfuerzo de dicho gobierno en la generación de estrategias multisectoriales que abarcan diversos ámbitos de la economía creativa, y diferentes sectores del gobierno, a través de la producción equilibrada entre lo tradicional y lo mediado por la tecnología.

En términos de innovación, y proliferación de las industrias creativas China ha logrado posicionarse como gran precursor de éstas, sin embargo y de acuerdo con *The Global Intellectual Property Center (GIPC)* y su índice de propiedad intelectual, China y muchos otros países del sudeste asiático necesitan mayor y mejor protección de la propiedad intelectual, según este indicador China tiene un puntaje de 9.13/25 comparado con 22.5/25 del Reino Unido.

Por su parte, en Colombia tras la instauración de la cuenta satélite de cultura se han venido implementando nuevas políticas entorno a las industrias creativas, esto ha permitido la formalización y la protección de la industria, actualmente el reto de éstas está encaminado a fomentar un ambiente que incentive la producción de capital intelectual y la cooperación con otros países, en términos de propiedad intelectual, derechos de autor así como comercio exterior, el país se ha valido de estatutos y convenios internacionales que le han permitido estipular políticas internas que estén acorde con el entorno internacional. Adicional a la ley general de cultura que enmarca las generalidades de esta industria en Colombia así como los estímulos y alcances, actualmente está en curso el Proyecto de ley 104 - ley naranja, que busca estimular la creatividad enfatizando en la biodiversidad y ancestralidad del país, adicionalmente parte de la industria se ha dispuesto como parte del programa de transformación productiva (PTP) del Ministerio de Comercio, bajo el cual se establece como sector clave de desarrollo del país, con una perspectiva competitiva y productiva.

6.3 Análisis sociocultural

Este análisis se lleva a cabo a través de algunos casos de éxito de cada uno de los países, donde se evidencia el impacto de las industrias creativas y culturales como forma de reestructuración de las sociedades.

Caso No 1.

COLOMBIA	
Tema del caso	El Cine comunitario en América Latina
Objetivo	Retratar el cine como forma de comunicación que pertenece a todos los pueblos.
Origen	América Latina y el Caribe
Año	2012
Organismo	Fondo Internacional para la Diversidad Cultural
VARIABLES analizadas	Inclusión social - Identidad local
Descripción	Este caso describe el estudio sobre cine comunitario que se ha llevado a cabo en 55 comunidades de 14 países y donde se revela la producción cinematográfica impulsada por pueblos indígenas, mujeres, jóvenes afroamericanos, trabajadores migrantes etc. donde se resalta la participación de la comunidad.

Caso No 2

COLOMBIA	
Tema del caso	Manos sucias: Buenaventura en la pantalla
Objetivo	Mostrar la influencia las artes y las industrias creativas en la transformación de las realidades de zonas reprimidas.
Origen	Colombia
Año	2014
Organismo	N/A
VARIABLES analizadas	Transformación social - Identidad local
Descripción	Aquí se describen la historia real de los protagonistas de la película "Manos sucias", quienes contrario a la película lograron a través de las artes y las industrias creativas encaminar su vida.

Caso No 3

COLOMBIA	
Tema del caso	Contra la violencia, Buenaventura se pone creativa
Objetivo	Evidenciar el efecto de las industrias creativas en la transformación de la comunidad.
Origen	Colombia
Año	2015
Organismo	Ministerio de Cultura
VARIABLES ANALIZADAS	Identidad local - Transformación social - Desarrollo de capacidades
Descripción	A través de la iniciativa "Puerto creativo, la propia cinta" se pretende involucrar a los individuos de esta región marginada en la creación de productos audiovisuales que permitan hacer visible las realidades que han vivido y les permitan forjar nuevos proyectos con el fin de alejarse de situaciones delictivas y violentas.

Caso No 1

REINO UNIDO	
Título	Regeneración Urbana en el Reino Unido
Objetivo	Describir el impacto de industrias creativas en la reestructuración de las regiones en Reino Unido a través de clústeres o agrupaciones creativas.
Origen	Reino Unido
Año	2010
Organismo	BOP Consulting
VARIABLES ANALIZADAS	Integración - sostenimiento
Descripción	En este caso se presenta el impacto de las industrias creativas en la zona de Shoreditch en Londres, donde se establece como centro de producción y desarrollo creativo.

Caso No 2

REINO UNIDO	
Tema del caso	Futura dimensión cultural de las ciudades en el Reino Unido
Título	Cities:The cultural dimension
Objetivo	Describir el dinamismo de la cultura en la región.
Origen	Londres
Año	2014
Organismo	Government office of Science
Variables analizadas	Desindustrialización - rol de la cultura.
Descripción	En este documento se plantean 6 escenarios de crecimiento de Londres para los próximos 50 años, esto teniendo en cuenta el proceso de desindustrialización y el enfoque en la cultura y la creatividad. Entre estos escenarios se destacan: Ciudad con experiencia turística y ciudad satélite.

Caso No 1

CHINA	
Tema del caso	Investigación colaborativa sobre Industrias creativas
Título	Movingcities.org: monitorizando la metrópolis de Beijing
Objetivo	Resaltar el poder de las prácticas colaborativas como forma de auto-organización de las industrias creativas.
Origen	China
Año	2013
Organismo	Unesco
Variables analizadas	Geografía cultural
Descripción	<i>Movingcities.org</i> es una iniciativa que desarrolla la investigación colaborativa sobre industrias creativas y educación en materia de medios de comunicación en Beijing. Este proyecto produce un tipo de antropología o mapa alternativo de las industrias creativas en términos de redes de migrantes y trabajo de servicio.

Caso No 2

CHINA	
Tema del caso	Efecto de las industrias creativas en el desarrollo de Shanghái
Título	Shanghái: creative industrial nodes and digital media
Objetivo	Describir el impacto de las industrias creativas en Shanghái y su aporte al desarrollo de la región y el país.
Origen	China
Año	2011
Organismo	N/A
Variables analizadas	Infraestructura - reestructuración - Desarrollo social.
Descripción	Este caso describe la influencia de las industrias creativas en la reestructuración de Shanghái especialmente se hace referencia a los nodos creativos y al clúster de la industria digital.

Caso No 3

CHINA	
Tema del caso	Contribución de la cultura y las representaciones artísticas en la transformación social.
Título	¿Pueden los artistas liderar los cambios sociales?
Objetivo	Manifiestar el efecto de las artes y la cultura en el desarrollo social de algunas regiones.
Origen	N/A
Año	2017
Organismo	Sharmeen Obaid-Chinoy - World Economic forum
Variables analizadas	Cambio social
Descripción	En este artículo se describe un caso paquistaní y uno chino donde se evidencia el arte como medio para educar y crear empatía, factores que en última contribuyen al cambio.

De acuerdo con los casos analizados en los diferentes países se evidencia que en aquellos desarrollados como China y Reino Unido, el impacto de las industrias creativas según la perspectiva socio-cultural se enfoca en la reestructuración urbana a través de la creación de zonas creativas especializadas, tal es el caso de los clústeres y ciudades creativas de Reino Unido, o los nodos creativos de Shanghái. En estos casos factores como la inclusión social y la preservación de la identidad local a través de las industrias creativas, se fundamenta en el fortalecimiento de zonas apartadas y la transformación de aquellas zonas improductivas convirtiéndolos en entornos

artísticos, culturales y altamente creativos, impulsados por el gobierno y favorecidos por incentivos fiscales y estructurales para el desarrollo de negocios enfocados en dicha industria. Es así como a través del desarrollo en infraestructura y tecnología se ha logrado la creación de redes y conglomerados creativos que han permitido la preservación de la identidad local, y el desarrollo de las capacidades de sus individuos. En estos casos se evidencia la transformación de las regiones anteriormente dedicadas a la producción manufacturera e industrial como el caso de Sheffield en el Reino Unido, donde tradicionalmente la producción se especializó en el acero y la minería de carbón y a raíz del colapso de dichas industrias modificó su estrategia productiva enfocándola de este modo en las artes y las industrias culturales.

Por su parte en países subdesarrollados y en vía de desarrollo el impacto socio-cultural de las industrias creativas constituye una oportunidad para contrarrestar la exclusión social, mejorar la confianza y seguridad de las regiones. Haciendo referencia al caso Colombiano, las industrias creativas han permitido que aquellas regiones reprimidas y desvalorizadas a causa de entornos productivos menos prósperos, puedan sobreponerse y descubrir en la cultura el estímulo para avanzar, como se evidencia en los casos anteriores las industrias creativas han permitido que individuos en riesgo de involucrarse con actividades violentas y delictivas, encuentren en las actividades culturales y creativas un recurso para estimular sus capacidades y competencias y que por otro lado les brinde un beneficio económico. En estos casos la cultura les ha dado la confianza para afrontar situaciones de vulnerabilidad y competitividad, asimismo ha permitido valorar las costumbres y tradiciones y reconocer en éstas un activo significativo en el desarrollo de las regiones que ha permitido a muchas personas salir de la pobreza.

En este orden de ideas, podría decirse que en países desarrollados la inversión está enfocada en los recursos estructurales “Hard” proporcionándole a los individuos mejoras en infraestructura y tecnología que les permita conectarse, compartir recursos y con ello impulsar la industria, mientras que en países subdesarrollados, el enfoque está en los recursos de contenido “Soft” donde se hace necesario trabajar en los individuos inculcando en ellos el valor de la cultura y la creatividad y así convertirlos en creadores, productores y gestores.

7. CONCLUSIONES

De acuerdo con el anterior análisis es evidente el impacto de las industrias creativas en el desarrollo económico, político y social de los países, independiente al nivel de desarrollo de estos, se reconoce su influencia tanto en países desarrollados caso de China y Reino Unido como Subdesarrollados y en vía de desarrollo en donde se encuentra Colombia.

Asimismo cabe resaltar el actual posicionamiento de estas industrias a nivel global así como su favorable previsión como industria pionera en el desarrollo integral, dinámico y sostenible de las naciones.

Ahora bien, cabe mencionar aquellos rasgos diferenciales de competitividad que hacen a algunos países más prósperos que otros. Para este caso en particular, tomar como referencia a Reino Unido y China permitió determinar oportunidades y estrategias para fortalecer la industria en Colombia.

Reino Unido se consolidó como pionero en el desarrollo de estas industrias, gracias a que entendió la necesidad de diversificar su sistema de producción, y se enfocó en una economía basada en el desarrollo del conocimiento, la creatividad y la innovación, de este modo, ha logrado consolidar un desarrollo sólido y sostenible a través de acciones estratégicas y transversales que influyen en toda la cadena de suministro de los bienes y servicios culturales y creativos. Partiendo de la regeneración urbana e implementación de clústeres creativos el gobierno británico ha ofrecido nuevas alternativas de producción en zonas abandonadas o estancadas a causa de la quiebra de otras industrias, por otro lado ha propiciado la integración y conexión entre personas y empresas con el fin de fomentar el intercambio y la transmisión de conocimientos e ideas, adicional a estas estrategias el gobierno se ha enfocado en instaurar políticas y beneficios fiscales que favorezcan dichas industrias e incentiven la creación de empresas dedicadas a esta industria y por último ha establecido vínculos con demás entidades gubernamentales y empresas privadas con el fin de crear semilleros e incubadoras de talentos, gracias a esto las repercusiones de las industrias culturales y creativas son evidentes de acuerdo a las diferentes variables macroeconómicas, lo cual ha impulsado a los diferentes actores a invertir, promover y fortalecer estas industrias así como integrarlas con otros sectores de la economía.

China, como parte de los países emergentes también ha entendido la importancia del sector creativo y cultural en el desarrollo de su economía, y así lo ha definido en el plan quinquenal en curso (2016- 2020), este instrumento estratégico para el establecimiento de las políticas del país, planteó que estas industrias deben estar intrínsecas en el plan estatal del país. Asimismo, y a pesar de ser pionero en la producción manufacturera, ha modificado su modelo de desarrollo, ahora dependiendo fuertemente de los sectores de servicios y altas tecnologías. De este modo ha logrado que el liderazgo en el comercio de bienes y servicio creativos crezca a la par que la industria manufacturera.

Como parte de las estrategias que está llevando a cabo el país, cabe reconocer la intención de cambiar la percepción de lo que allí se produce, de este modo del reconocido slogan “Hecho en China” se busca trascender al “Creado en China”, con esta iniciativa se busca fomentar un enfoque basado en la producción con valor añadido más que en la producción a escala, es decir se quiere optar por el valor más que por la cantidad.

Tras el ingreso del país a la Organización Mundial del Comercio – OMC, el gobierno emprendió el apoyo a las industrias creativas a través de incentivos gubernamentales para promover la creación de empresas en estos sectores e impulsar la inversión. Por otra lado, y favorecido por la alta inversión en investigación y desarrollo ha estimulado el desarrollo de estas industrias enfocado principalmente en la innovación y con mayor énfasis en lo digital, de este modo ha logrado consolidar nodos creativos de intercambio y transferencia de contenido creativo como en Shangai, región donde se perciben los mayores ingresos del sector.

Por último el gobierno chino ha estimulado al sistema educativo a que se involucre en la investigación y a que establezcan vínculos que fomenten el desarrollo del capital intelectual en el país y fomenten el crecimiento de la industria.

Ahora bien, estos dos casos son un claro ejemplo del impacto de las industrias creativas en dos economías diferentes, y sirven como referencia para incentivar y promover el desarrollo de éstas en economías inferiores. Reduciéndolo al caso Colombiano es necesario entender que la evolución sostenible de las industrias creativas depende de su renovación e innovación constante, objetivo que requiere de la inversión en diferentes sectores, como se evidencia en Reino Unido y

China, desde la educación como primer peldaño para incubar y formar talentos, hasta la infraestructura como gran motor de desarrollo de éstas.

Es cierto que en términos de infraestructura y tecnología las economías desarrolladas llevan la delantera, lo que ha favorecido la prevalencia de su producción y el desarrollo del capital intangible, sin embargo estamos hablando de un bien inagotable y que surge de la nada, lo cual no excluye a las economías subdesarrolladas y en vía de desarrollo a que apuesten al desarrollo basado en éstas.

Como primera medida para impulsar esta transformación en economías con menores niveles de desarrollo, es necesario incentivar la producción de capital intangible, esto con el fin de generar confianza y optimismo en las poblaciones, y que les permita valorar las capacidades individuales y explotarlas de forma que se conviertan en un activo rentable.

Adicionalmente a nivel local, es necesario fomentar las redes creativas y apoyo entre los diferentes actores tanto urbanos como rurales, con el fin de aumentar las capacidades de los individuos y mejorar las inversiones, en Colombia particularmente los esfuerzos en este sentido están localizados en las capitales y principalmente en Bogotá donde actualmente está en desarrollo el *cluster* creativo, impulsado por la Cámara de Comercio de Bogotá, sin embargo el contenido de las poblaciones rurales aún no se ha extendido de forma significativa y en muchos no se potencia el talento creativo y el patrimonio cultural.

Por último en cuanto a reglamentación, por un lado es necesario establecer estrategias más fuertes de protección de los derechos de propiedad intelectual, que le brinden mayores garantías e incentivos a artistas, creadores y productores. Y por otro lado es necesario impulsar la integración con mercados internacionales, principalmente fomentando la cooperación con los países de la región con el fin de superar las limitaciones del mercado local, adquirir factores competitivos y crear nuevas oportunidades. Así como Reino Unido y China, Colombia también ha rediseñado su modelo de desarrollo, en este orden de ideas, cabe resaltar el programa de transformación productiva del gobierno nacional, a través del cual se busca diversificar los bienes productivos del país enfocándose en sectores productivos competitivos a nivel global, sin embargo la participación de las industrias creativas en estos 20 sectores es reducido.

Con lo anterior queda claro que las economías creativas constituyen una fuente de desarrollo económico, social y político para todas las economías, que procura el crecimiento holístico de cada una y contribuye a la reducción de la brecha entre países desarrollados y subdesarrollados.

8. REFERENCIAS

- Adorno, T. (1944). Cultura industrial, iluminismo como engaño de las masas. En T. Adorno., & M. Horkheimer, *Dialéctica del Iluminismo*. Recuperado el 17 de febrero de 2017 de: http://www.economics-reloaded.es/8_critica_filosofica/adorno/8_2_1_cultura_industrial_iluminismo_como_engaño_de_las_masas.htm
- Adorno, T., & Morin, E. (1967). *La industria cultural*. (pp. 7-20). Buenos Aires: Galerna
- Agencia de promoción de inversión de Bogotá. (2016). *Industrias creativas en Bogotá*. Recuperado el 17 de febrero de 2017 de: <http://es.investinbogota.org/invierta-en-bogota/en-que-invertir-en-bogota/industrias-creativas-bogota>
- Bakhshi, H., Hargreaves, I., & Mateos-García, J. (2013). *A manifiesto for the creative ecoomy*. Nesta. Recuperado el 1 de marzo de 2017 de: <http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/a-manifiesto-for-the-creative-economy-april13.pdf>
- Barbero, J. (2002). *Nuevos mapas culturales de la integración y el desarrollo*. En B. Kliksberg., & L., Tomassini, (comps.), *Capital social y cultural: claves estratégicas para el desarrollo*, Banco Interamericano de Desarrollo/ Fundación Felipe Herrera/ Universidad de Maryland. Buenos Aires: FCE.
- Bell, D. (1976). *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. (Gallego, E, Trad.). Madrid: Alianza editorial.
- Bell, D. (1977). *Las contradicciones culturales del capitalismo*. (Míguez, N, Trad.). Madrid: Alianza editorial.
- Bell, D. (2015). *El final de la ideología*. (Rivero, A, Trad.). Madrid: Alianza editorial.
- Boas, F. (1966). *Race, Language and Culture* (p.257). Nueva York: The Free Press.
- British Council. (2002). *Mapeo de Industrias creativas en Bogotá y Soacha*. Recuperado el 1 de marzo de 2017 de: <http://www.britishcouncil.org.co/mapeo.pdf>
- Bustamante, E. (Ed.). (2011). *Las industrias creativas, amenazas sobre la cultura digital* (p. 21). Barcelona: Gedisa.
- Cabinet office. (1983). *Making a Business of Information*. Citado en E. Bustamante (ed), *Las industrias creativas, amenazas sobre la cultura digital* (p. 37). Barcelona:Gedisa.

- Cámara de Comercio de Bogotá. (2015). Cifras industrias creativas y culturales. En Rueda de prensa Bogotá Audiovisual Market (BAM). Recuperado el 17 de febrero de 2017 de: <http://www.ccb.org.co/content/download/4453/47516/version/2/file/>
- Carrasco, A., & Saperas, E. (2012). UNESCO and the institutionalization of culture: towards a new culture status. *Razón y palabra*, Vol .16 (80), consultado en: 17 de febrero de 2017. Recuperado de: <http://revistarazonypalabra.com/index.php/ryp/article/view/466/pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2006). El sector empresarial en la sostenibilidad Ambiental: Ejes de interacción. recuperado el 17 de febrero de 2017 de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4139/1/S2006031_es.pdf
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2013). Cultura y Economía II. Recuperado el 17 de febrero de 2017 de: <http://www.cultura.gob.cl/cultura-economia-ii/>
- Convenio Andrés Bello. (2009). Cuenta satélite de cultura, Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica. Recuperado el 17 de febrero de 2017 de: <http://cdn.cuentasatelitecultura.go.cr/wp-content/uploads/ManualCAB.pdf>
- Department for culture, media & sport. (2001). Creative industries mapping documents. Recuperado el 1 de marzo de 2017 de: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>
- Department for culture, media & sport., Department for business Enterprise and regulatory reform., & Department for innovation, universities and skills. (2008). Creative Britain: New talents for the new economy. Recuperado el 1 de marzo de 2017 de: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/images/publications/CEPFeb2008.pdf>
- Downes, L., & Mui, C. (1998). *Unleashing the killer App*. Boston: Harvard Business School Press.
- Duisenberg, E. (2005). Harnessing the Creative Economy en Developing Countries. En Comité Cultural del Mercosur. Venezuela.
- Duisenberg, E. (2008). La economía creativa: ¿Es una opción de desarrollo factible?. En Organización Ana Carla Fonseca Reis, *Economía creativa : Como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo* (pp. 54 – 76). São Paulo: Itaú Cultural, recuperado de: http://sic.conaculta.gob.mx/centrodoc_documentos/555.pdf
- Duque, I y Buitrago, F. (2013). *La Economía Naranja: Una oportunidad infinita*. Centro cultural Banco Interamericano de desarrollo.

- Drucker, P. (1959). La revolución educative. En Etzioni A. y Etzioni E. (comp.) (1968) los cambios sociales. Fuentes tipos y consecuencias. México: Fondo de cultura económica.
- Drucker, P. (2002). La gerencia en la sociedad futura. (Cárdenas, J, Trad.). Bogotá, Colombia: Grupo editorial Norma.
- Eco, U. (1965). Apocalípticos e integrados. (Boglar, A, Trad.). España: Editorial Lumen.
- Ernst & Young. (2015). Tiempos de cultura, el primer mapa mundial de las industrias culturales y creativas. Recuperado de:
http://www.worldcreative.org/wp-content/uploads/2016/03/EYCulturalTimes2015_ES_Download.pdf
- Fabietti, U. (2000). Mondo delocalizzato e antropologia della contemporaneità. Citado en F. Lerma, La cultura y sus procesos, antropología Cultural: guía para su estudio (p. 25). España: Ediciones Laborum.
- García, N. (2002). Las industrias culturales y el desarrollo de los países Americanos, recuperado el 17 de febrero de:
www.oas.org/udse/espanol/documentos/1hub2.doc
- Geertz, C. (1973). Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura. En C. Geertz, La interpretación de las culturas (pp. 17-40). Barcelona:Gedisa.
- Geertz, C. (2002). El mundo en pedazos. En C. Geertz, Reflexiones antropológicas sobre temas filosóficos (p. 250). Barcelona.
- Girón, A. (2000). Schumpeter: aportaciones al pensamiento económico. Revista de comercio exterior, Vol. 50 (12), consultado el 17 de febrero de 2017. Recuperado de:
<http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/41/7/RCE.pdf>
- Gramsci, A. (1973). Notas Sobre Maquiavelo, sobre política y sobre el Estado moderno. Buenos Aires: Ediciones nueva visión.
- Grottanelli V. L. (1965). Etnologia L'uomo e la civiltà. Citado en F.Lerma, La cultura y sus procesos, antropología Cultural: guía para su estudio (p. 27). España: Ediciones Laborum.
- Hartley, J. (Ed.). (2005). Creative industries (p. 5).Oxford: Blackwell Publishing.
- Howkins, J. (2001). The creative Economy: How people make money from ideas. [version Kindle]. Inglaterra: Penguin Group.
- Hwang, I. (2013). New Governments and Economic Models in NE Asia. Recuperado el 17 de febrero de 2017 de:
http://www.seriworld.org/16/qt_Section_list.html?mncd=0302&pub=20130321&dep=2&ubseq=320&year=2013

- Jin, D. Y., & Otmazgin, N. (2014). East asian cultural industries: Policies, strategies and trajectories. *Pacific Affairs*, 87(1), 43-51. Recuperado de <https://search-proquest-com.ez.unisabana.edu.co/docview/1542719026?accountid=45375>
- Kahn, J. S. (1975). *El concepto de Cultura: Textos fundamentales* (p.189). Barcelona: Editorial Anagrama.
- Kroeber, A., & Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A critical review of concept and definitions*. (p. 65). New York: Random House.
- Leadbeater, C., & Oakley, K.(1999). *The independents, britain´s new cultural entrepreneur*. Citado en J. Rowan, *emprendizajes en cultura: discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural* (p. 41). Madrid: traficantes de sueños.
- Linton, R. (1945). *The Cultural Background of Personality* (p. 32). New York: Appleton Century Crofts.
- Marx, K., & Engels, F. (1968). *Contraposición entre la concepción materialista y la idealista*. En K.marx & F. Engels, *La ideología alemana*. (Roces, W, Trad.). Montevideo, Uruguay: Ediciones Pueblos Unidos.
- Ministerio de cultura de Colombia., Convenio Andrés Bello., & Equipo economía y cultura. (2003). *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*. Bogotá, Colombia: Colección economía y cultura.
- Ministerio de cultura de Colombia. (2015). *Cultura a la medida, Análisis de la cuenta satélite de cultura de Colombia*. Recuperado el 17 de febrero de 2017 de: <http://culturayeconomia.org/pdf/publicaciones/Cultura%20a%20la%20Medida.%20Análisis%20de%20la%20Cuenta%20Satélite%20de%20Cultura%20de%20Colombia.pdf>
- Nesta. (2007). *How linked are the UK´s creative industries to the wider economy?:An input: output analysis*. En Nesta, *the arts, creative industries and innovation*. Recuperado el 1 de marzo de 2017 de: https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/creative_industries_analysis.pdf
- OMPI. (2003). *Guía para determinar la contribución económica de las industrias basadas en derechos de autor*. En Unctad, *Informe economía creativa 2010* (p. 32). Recuperado de: http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf
- Organización Ana Carla Fonseca Reis. (2008). *Economía creativa : Como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. São Paulo: Itaú Cultural, recuperado de: http://sic.conaculta.gob.mx/centrodoc_documentos/555.pdf
- Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones* (p. 29). Buenos Aires, Argentina: Javier Vergara Editor S.A.
- Rifkin, J. (2000). *La era del acceso, la revolución de la nueva economía* (p. 39). Barcelona:Paidós.

- Ross, A. (2007). Nice work if you can get it: the mercurial career of creative industries policy. En G. Lovink., & N. Rossiter (eds), my creative reader (pp. 19-29). Amsterdam: Institute of network cultures.
- Rowan, J. (2010). Emprendizajes en cultura: discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural (p. 39). Madrid: Traficantes de Sueños.
- Rowan, J. (2014). Economía y cultura. En materiales teoría de la cultura. Barcelona:UO, recuperado el 17 de febrero de 2017 de:
<http://www.evento.es/gestioncultural/?m=201506>
- Schumpeter, J. (1983). Capitalismo, socialismo y democracia I. Citado en J. Rowan, emprendizajes en cultura: discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural (p. 22). Madrid: traficantes de sueños.
- Subgerencia Cultural del Banco de la República de Colombia. (2015).Definición y funciones de la economía. Recuperado el 27 de febrero de 2017 de:
http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/economia_definicion_y_funciones
- The Economist. (2006). The battle for brainpower, consultado en: 3 de septiembre de 2016. Recuperado de:
<http://www.economist.com/node/7961894>
- The World Bank. (2013). China 2030: Building a modern, harmonious, and creative society. Recuperado de:
<http://documents.worldbank.org/curated/pt/781101468239669951/pdf/762990PUB0china0Box374372B00PUBLIC0.pdf>
- Throsby, D. (2001). Economics and culture. (p. 4). Reino Unido: Cambridge University Press.
- Throsby, D. (2011). Cultura, economía y desarrollo sustentable. En cultura y economía. llevado a cabo en la segunda versión del seminario del consejo nacional de la cultura y las artes, Santiago, Chile.
- Tylor, E. (1871). Cultura primitiva. Citado en F.Lerma, La cultura y sus procesos, antropología Cultural: guía para su estudio (p. 26). España: Ediciones Laborum.
- UNCTAD. (2008). Economía creativa. Informe 2008. Recuperado de:
http://unctad.org/es/docs/ditc20082ceroverview_sp.pdf
- UNCTAD. (2010). Informe Economía creativa 2010. Recuperado de:
http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf

- UNESCO. (1982). Declaración de México sobre las Políticas Culturales. En Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. Conferencia llevada a cabo en México D.F.
- UNESCO. (2003). Creative economy report. Nueva York, Estados Unidos. Recuperado de: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>
- UNESCO instituto de estadísticas. (2009). Marco de estadísticas culturales de la Unesco 2009. Montreal: Unesco. Recuperado el 1 de marzo de 2017 de: <http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/framework-cultural-statistics-culture-2009-spa.pdf>
- Vargas, M. (2012). La civilización del espectáculo. Madrid, España: Alfaguara.
- Webster, D., Muller, L., & Cai, J. (2011). The emerging cultural economy in chinese cities: Early dynamics. *International Development Planning Review*, 33(3), 343-369. Retrieved from <https://search-proquest-com.ez.unisabana.edu.co/docview/865650679?accountid=45375>
- Zallo, R. (2016). Tendencias en comunicación (p. 26). Barcelona: Gedisa. Recuperado el 17 de febrero de 2017 de: http://www.gedisa.com/downloads/Anexo_I.Tendencias_en_comunicacion.pdf
- Zhang, J., & Kloudova, J. (2011). Factors which influence the growth of creative industries: Cross-section analysis in china. *Creative and Knowledge Society*, 1(1), 5-n/a. doi:<http://dx.doi.org.ez.unisabana.edu.co/10.2478/v10212-011-0001-9>

9. ANEXOS

9.1 Matriz de indicadores económicos

COLOMBIA /REINO UNIDO/CHINA					
		BID	UNESCO	DANE	ANALISIS
1. Aporte al PIB	2016				
	2015				
	2014				
	2013				
2. Valor agregado	2016				
	2015				
	2014				
	2013				
3. Generación de empleo	2016				
	2015				
	2014				
	2013				
4. Comercio exterior	2016				
	2015				
	2014				
	2013				
5. Gasto público	2016				
	2015				
	2014				
	2013				
	2014				
	2013				
6. Inversión	2016				
	2015				
	2014				
	2013				

9.2 Matriz de alcance de la normatividad legal.

COLOMBIA /REINO UNIDO/CHINA			
Alcance/ Aspecto	Propiedad Intelectual	Libre Comercio	Fortalecimiento empresarial
Constitución			
Leyes Nacionales generales (Fiscal, laboral)			
Leyes Nacionales Específicas			
Reglamentación organismo público específico			
Reglamentación organismo Internacional			

9.3 Tabla de categorización de casos

Tema del caso :	
Título :	
Objetivo :	
Origen:	
Año:	
Organismo :	
Variables analizadas:	
Descripción del caso:	