

Rutas emergentes de la economía creativa

Kelvis Luis Rodríguez Medina¹

UNESR. Núcleo Caricuao | vanfinsa@gmail.com

Fecha de recepción; 06 octubre 2023

Fecha de aceptación; 23 octubre 2023

RESUMEN

Estudiamos la Economía Creativa como desarrollo de emprendimientos alternativos en un contexto de crisis económica, donde urgen proyectos rentables, pensados desde las capacidades integrales de la persona emprendedora, interactúan rescatando los saberes, reconociendo los propios aprendizajes, proceso andragógico donde el aprendizaje es integral, no fragmentado, permanente y para toda la vida. Lo productivo valida los aprendizajes adquiridos y emergentes, ambos complementan los saberes consolidados, modos de aprender, donde los valores, la ética y las percepciones socio culturales median acreditando la coherencia de estas empresas culturales. El término economía naranja hegemonizó los emprendimientos de las empresas culturales, pero en nuestro país agobiado por una guerra económica, donde la salud es el tesoro máspreciado y donde todos los venezolanos y venezolanas hemos aprendido a sobrevivir desde las capacidades tangibles e intangibles de nuestras potencialidades creativas, podemos con autoridad hablar de Economía Creativa, sinónimo de vida, alegría, combatividad y resistencia.

Palabras clave: Crecimiento económico. Economía creativa. Acreditación de la experiencia.

¹ Kelvis Luis Rodríguez. TSU. Hotelería, Lic. Administración mención Recursos Humanos (UNESR) Núcleo N°1 Caricuao, Fundación Teatro Teresa Carreño, Profesional III Consejo Nacional Electoral.

RUTAS SOCIOPRODUCTIVAS

Desde el año 2017, la hiperinflación en Venezuela, enunciado acuñado por el mismo Banco Central de Venezuela, ha obligado a la clase trabajadora en su más extensiva expresión, es decir, incluyo en ella toda persona que trabaja y desde su capacidad humana de reflexión y abstracción busca alternativas económicas que provean los recursos financieros vitales para su sobrevivencia, orientando soluciones que funcionen ante la pérdida adquisitiva del salario, la inflación acelerada hasta en divisas, el deterioro de la salud, la percepción de ingobernabilidad; el desamparo producto de la frustración y el desencanto ante la ausencia de alternativas políticas; la corrupción criminal presente e incontrolable en todos los estratos de la sociedad, el reduccionismo, la polarización, la incoherencia de las políticas tributarias, la migración del capital humano productivo, las pandemias globales, enfermedades sociales que han empobrecido profundamente al pueblo venezolano

En medio de este complejo escenario descrito, la economía creativa se ha manifestado como una alternativa que junto a los recursos financieros genera otras economías relacionadas a la emocionalidad, la afectividad y la espiritualidad. Podemos partir de la premisa que el hecho de poner a producir nuestros talentos naturales genera para nosotros y nosotras un bienestar integral, la acción de crear, muy ligada al horizonte simbólico y arquetípico de la motivación profunda, posee raíces capaces de conectarse a nuestro horizonte de sentido, un lugar emocional donde somos cocreadores y cocreadoras, algo así como sacerdotes y sacerdotisas de la creación.

Este no-lugar emocional intangible que favorece la concreción de proyectos tangibles es el aspecto que pretendo desarrollar en el presente artículo, para ello trabajaré dos

categorías que sustentadas en la ontología se aproximan a la estética, no específicamente desde la filosofía del arte, sino desde las potencialidades artísticas de los talentos naturales, todas las personas nacen con un don, algo así como un super poder, y el hecho de tener ese privilegio hasta llegar a evidenciarlo y usarlo con plenitud de intencionalidad y conciencia aporta una riqueza inconmensurable a la vida cotidiana.

ECONOMÍA EMOCIONAL

La economía emocional es un concepto diferente a la llamada economía de las emociones, esta última parte de la premisa que las personas no son movidas por la economía de productos, sino por un deseo incontrolable de hiperconsumo emocional, manifestado en la cotidianidad cuando compramos compulsivamente todo aquello que satisface desde nuestras necesidades básicas hasta lo que simbólicamente se relaciona con las fantasías, ocios, deseos e impulsividades inmediatas. Esta teoría plantea, que estas conductas actúan con una fuerza incontrolable en la misma medida que lo hace el aumento de nuestras insatisfacciones, miedos y vacíos más intensos.

Las grandes empresas multinacionales emplean equipos transdisciplinarios integrados por antropólogos, politólogos, sociólogos psicólogos, entre otros, el fin último es crear la necesidad de consumo que garantice la venta del producto, si el fin es vender todo lo que pueda inducir a la duda es omitido, ha sido la constante en la llamada sociedad de consumo, modelo que ha generado profundas insatisfacciones y en el mismo observamos como los países de las economías más sólidas, son los que presentan, lamentablemente, el más alto índice de suicidios.

Es por todas estas razones, por lo que hago referencia al surgimiento de una economía otra, donde el tiempo existencial en la dinámica inevitable del vivir y morir es invertido en relaciones, procesos, vivencias, que orgánicamente están relacionadas desde nuestra vocación con lo que deseamos, cuidamos y amamos. Desde esta visión opera un discernimiento colectivo, tomemos, por ejemplo, la angustia de padres y madres que han migrado a otros países dejando a sus hijos, en cuido con familiares, amigos e incluso vecinos, lamentablemente muchos de estos niños y niñas han sufrido abusos, maltratos, descuidos que han hecho reflexionar a sus padres, que ven ahora el haber migrado como un grave error, ya que no existe mayor riqueza que estar juntos, que la posibilidad de dar un cuidado amoroso a su familia no tiene precio, es un salario emocional que todo lo compensa, donde la paz interior, la satisfacción complementan la sensación de plenitud.

Este estado de bienestar no está condicionado a la ausencia de dificultades, adversidades, escasez que, sin duda, sigue estando presente, pero el hecho de estar centrado en lo esencial, proceso mediado por aprendizajes derivados de la experiencia propia y la experiencia de terceros, este discernimiento colectivo posibilita vivir centrado, y lo esencial siempre es el bienestar personal, la familia, los amigos, la vocación.

Surgen desde estas reflexiones la necesidad de conceptualizar o mejor dicho reconceptualizar términos, enfoques, definiciones acordes con la experiencia de las/ los venezolanos donde, por ejemplo, esta capacidad de discernimiento del sujeto-sujeta colectivo está viabilizado por la auto-experiencia, la co-experiencia y hetero-experiencia. La punta de lanza, es la experiencia personal, lo que hemos

aprendido desde nuestra propia carne; nadie nos lo contó, no son disertaciones teóricas, lo hemos vivido y sufrido, son hasta conclusiones válidas producto de nuestra propia experiencia, poseen estas un valor reflexivo intrínseco que guía de manera inequívoca nuestro discernimiento.

Luego está la co-experiencia, la cual surge cuando compartimos y comparamos nuestras conclusiones con las sapiencias de nuestros iguales, son las reflexiones compartidas con familiares, amigos, personas cercanas y significativas para nosotros, entran aquí los contextos cotidianos, los vecinos, nuestros contextos laborales, el consejo comunal, el mercado, la iglesia. Después y por último la hetero experiencia donde incorporamos a nuestra reflexión la experiencia de los terceros, entra aquí lo que leemos en la prensa y redes sociales, las noticias, las informaciones; de igual manera son significativos los rumores, los relatos, anécdotas, cuentos de las experiencias de otros y otras.

Evidentemente economía emocional no es lo mismo que salario emocional, la primera está muy vinculada a las nuevas concepciones de la Economía Creativa, la cual se distancia cada vez más de la llamada Economía Naranja, relacionada al desarrollo de las empresas culturales, recreativas y del entretenimiento. La economía creativa surge del valor agregado de los talentos naturales de cada persona, ocurre, por ejemplo, cuando invertimos en un emprendimiento sustentado en el desarrollo de nuestras propias capacidades y potencialidades, en ese sentido, integra los talentos, sensibilidades, percepciones, micro y macro visiones de la objetividad y la intersubjetividad, es una especie de mirada múltiple, holística, integral e integradora.

El salario emocional está más relacionado con el mundo corporativo, el objetivo es mejorar la productividad manteniendo

un armonioso clima laboral, de forma que la competitividad del personal se mantenga permanentemente minimizando roces, incomprensiones y descalificaciones que como consecuencia genere que tanto los empleados más capaces como los menos capaces planteen cambiar de empresa.

Las empresas usan el término salario emocional para señalar los beneficios que van más allá de la remuneración, lo componen todos los incentivos no económicos, es decir. las ventajas, reconocimiento de logros, exaltación de atributos, reconocimientos personales, premiación de la presencia, la puntualidad, la responsabilidad, la iniciativa y proactividad, paseos, viajes, celebraciones, regalos, forman parte del salario emocional, el cual busca como fin último la felicidad y fidelidad de los empleados, los cuales, incluso, enfermos van a trabajar.

Estos conceptos corporativos surgen, entre otros factores, por la necesidad de incentivar la competitividad y de establecer maneras de compensar los desempeños exitosos de las gestiones de manera menos evidente ante los demás empleados y por la inclusión de la psicología social aplicada al trabajo, que describe que la motivación humana es mucho más compleja de lo que ordinariamente se asume desde lo tradicional.

ECONOMÍA AFECTIVA

Los conceptos de economía afectiva están muy relacionados a los apegos e impulsividades desordenados de personas que sufren patologías; en estas categorías entran los llamados acumuladores que están imposibilitados de desprenderse de objetos, mercancías y toda clase de cosas,

es una enfermedad que ha estado presente entre los humanos pareciera que desde siempre.

Estos apegos desordenados son estudiados desde diferentes disciplinas del conocimiento, tarea de por sí compleja ya que dentro de los acumuladores no sólo están los acumuladores de baratijas, o cosas inservibles que pueden ser consideradas basura, están, por ejemplo, los coleccionistas de obras de artes, personas que invierten cantidades exorbitantes de dinero para concretar sus adquisiciones. De igual manera están los coleccionistas en general, que igualmente acumulan, aunque esta actividad no está relacionada con una patología, pero indudablemente hay un profundo vínculo afectivo del coleccionista con las cosas que colecciona, es posible que un anciano o anciana que agoniza en un hospital tenga en la mesita de noche al lado de su cama clínica un álbum de estampillas de correo, el cual tiene un profundo y significativo valor afectivo para él o ella.

Las conceptualizaciones derivadas de economía afectiva son muy extensas, versátiles y difíciles de clasificar, uno de sus autores más citados es Adam Smith, quien dedicó mucho tiempo a su estudio; en tal sentido, cito, aproximaciones sobre el pensamiento de este autor de la economía afectiva por parte de sus seguidores:

...El fetichismo de la mercancía, y por extensión del dinero, tan decisivo como modelo teórico en la herencia del marxismo sobre los modos de pensar el problema del deseo en la cultura de consumo, permite una serie de extrapolaciones antropológicas. Está arraigado en aquella constatación que anticipa Adam Smith, anterior a la paradoja por la que, en nuestro sistema económico, otorgamos más valor a los objetos suntuarios que a los de primera

necesidad, enunciada en su obra más influyente para la economía política. La cuestión se remontará entonces a esta otra reflexión sobre las baratijas que se describen en Teoría de los Sentimientos Morales (1759), antes que en La riqueza de las naciones (1776). En el tratado de 1759, el balance sobre los valores morales en relación a la riqueza o el éxito, Adam Smith, tiene muy presente, ya sea como metáfora o como término recurrente, esas baratijas en las que se transforman todas las riquezas al llegar el final de la vida. En su capítulo “De la belleza que la apariencia de utilidad confiere a todas las producciones artísticas, y de la generalizada influencia de esta especie de belleza”, el trasfondo estético de este vínculo con la moral se hace patente en sintonía con otros tratadistas europeos... (<https://vientosur.info/economia-afectiva-de-los-objetos-indeterminados-y-estetica-de-la-baratija/>): Consultado 22/09/2023. H: 2:00pm.

Desde este punto de vista el “problema del deseo en la cultura del consumo” da más valor a los objetos suntuarios, es decir, a los objetos de lujo, que a los objetos de primera necesidad, todo aquello que de manera directa enaltece o resalte mi posición, de esta manera lo importante no es sólo un buen automóvil, tiene que ser un automóvil de lujo, esta banalidad que señalaba el abogado y filósofo Carlos Marx es una constante de las sociedades humanas, pero surgen otros enfoques, por ejemplo, el bienestar que otorga la obra de arte, donde se incorpora la búsqueda de la belleza, donde lo bello puede ser entendido como “experiencia sensorial de lo sublime” y por ende expresión de comprensión y totalidad.

Esta disertación la realizo para dejar claro que reconceptualizar la economía afectiva es un tema complejo, por

lo tanto, no pretendo adentrarme en una disertación filosófica. No obstante, sí definir, lo que entiendo por economía afectiva.

Es aquella posibilidad que tiene toda persona para desarrollar sus capacidades creativas, estas se expresan en servicios, oficios, oficios artísticos, disciplinas artísticas, habilidades y destrezas específicas. Desde estas potencialidades, el universo de expresiones productivas se transforma en bienes y servicios que promueven beneficios económicos, desarrollo cultural, innovación creativa, versatilidad comercial y desarrollo social, entre otras.

Se constituye así, un multiverso de expresiones creativas integradas por las artes (literatura, dramaturgia, poesía, arquitectura, escultura, pintura). Por otra parte, las artes del fuego (joyería, la orfebrería, la cerámica, las fundiciones, los metales, las piedras preciosas) los oficios (técnicos especializados, carpinteros, ebanistas, metalúrgicos, zapateros, tapiceros, costureros) las artesanías (en textiles, madera, metales, resinas, multi versatilidad de texturas naturales, acrílicas, combinadas, compuestas).

En otro orden de ideas tenemos también: Artes audiovisuales, artes escénicas, artes musicales, artes de conjunción, artes gastronómicas, modalidades turísticas, danza, ballet, joyeros, orfebres, luthier. Igualmente se integran otras modalidades, los narradores y narradoras orales, declamadores, músicos, tallistas, costureros(as), modelistas, zapateros artísticos, herreros artísticos, carpinteros artísticos, personas con habilidades específicas, panaderos, pasteleros, decoradores, estilistas, gourmet, chef, “influencer”, programadores, cocineros, cocineras, entre muchísimos otros y otras, hablamos literalmente de un universo en continua expansión. La posibilidad que brinda

el poder desarrollar un emprendimiento socio productivo desde el despliegue de mis propios talentos no sólo es un modelo económico, es una especie de alquimia que encontró la piedra filosofal, convertir todos mis talentos en oro.

CONCLUSIONES

La economía creativa que desde su definición clásica se entiende como el conjunto de actividades vinculadas a través de las cuales las ideas se transforman en bienes y servicios culturales cuyo valor está determinado por la propiedad intelectual. (Iván Duque y Felipe Buitrago, 2013). Es como una especie de modelo de desarrollo donde se expresan las diversidades culturales desde sus capacidades de creatividad e innovación y en su conjunto tienen un alcance que ha demostrado incidir en la economía de territorios y por ende en la economía de todo un país. Esta capacidad de generar capitales intangibles que reconoce la emocionalidad y la espiritualidad de las regiones es lo que los consolida como una propuesta económica pertinente para los países de América Latina.

Esto constituye un modelo de desarrollo en el que la diversidad cultural y la creatividad son pilares para la transformación social y económica de un país, desde las regiones. Este modelo cuenta con herramientas de desarrollo cultural, social y económico. Desde estas potencialidades, el universo de expresiones productivas que se conoce como economía creativa, transforman la creación intelectual en bienes y servicios que promueven beneficios económicos, desarrollo cultural, innovación creativa, versatilidad comercial y desarrollo social, entre otras.

Así descrita, pues, la economía creativa representa una esperanza de transformación de la sociedad en los términos de lograr más y mejor democracia, equidad, justicia social, participación real y activa de los actores de algunas representaciones socio política más importante en Venezuela como son las organizaciones y movimientos sociales que sirven de sustento a lo que será la Ciudad Comunal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, A. (2012). Ontología y epistemología en la investigación cualitativa. *Revista IIPSI*, 209 - 212.
- Ahmed, Sara (2015) 19/09/2023. https://www.puees.unam.mx/curso2021/materiales/Sesion14/Ahmed2015_LaPoliticaCulturalDeLasEmociones.pdf
- Alcaldía de Maracaibo. (2022, 3 febrero). Plan Economía Naranja. <https://www.maracaibo.gob.ve/economia-naranja/>
- Astudillo Gómez, F. (2013). Perspectivas de una Marca de Calidad Comunal para los Colectivos Socioeconómicos de Venezuela. *Revista de Propiedad Intelectual*, XII(16), 43–66. <https://www.redalyc.org/pdf/1890/189028463004.pdf>
- Azzellini, D. (2017). Construyendo utopías concretas: el movimiento comunero en Venezuela. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 76, 191. <https://doi.org/10.29101/crcs.v25i76.4664>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2017). Public Policies for Creativity and Innovation: Promoting the Orange Economy in Latin America and the Caribbean. <https://publications.iadb.org/publications/english/document/Public-Policies-for-Creativity-and-Innovation-Promoting-the-Orange-Economy-in-Latin-America-and-the-Caribbean.pdf>.

Breuker, J. (1999). *Ontología del Conocimiento Educativo*. IOS Press, Amsterdam. Amsterdam: IOS Press

Bruner, Jerome. (1997). *La educación puerta de la cultura*. Madrid (España): Visor Dis. S.A.

(<https://vientosur.info/economia-afectiva-de-los-objetos-indeterminados-y-estetica-de-la-baratija/>) Consultado 22/09/2023. H: 2:00pm.

Centro Internacional de Inversión Productiva. "La hiperinflación en Venezuela". Consultado 22/09/2023 H:5pm. <https://observatorio.gob.ve/bcv-luego-de-tres-anos-venezuela-sale-de-la-hiperinflacion/>