

La industria creativa como potencial factor de crecimiento económico

Fidel Villegas Hernández¹

vhfabogado@gmail.com

La América no debe imitar servilmente, sino ser original...

¿Dónde iremos a buscar modelos?

La América española es original; originales han de ser sus instituciones y su gobierno, y originales los medios de fundar uno y otro. O inventamos, o erramos.

Simón Rodríguez

RESUMEN

El texto que expongo para su lectura es parte de la tesis doctoral que desarrollo para el programa de Estudios Abiertos del Decanato de Postgrado y Educación Avanzada de la Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez (UNESR), en el cual estoy desarrollando la economía creativa o economía naranja, que como forma emergente de actividad económica tiene el potencial de aportar bienestar y crecimiento económico, tanto a los individuos como a los países. En el caso de mi estudio, haré referencia especial a Venezuela. Desarrollo ideas referentes a esta forma de pensar y hacer la economía a partir no sólo de las perspectivas que observo de ésta en el mundo, sino también desde la inquietud generada desde mi propia experiencia y tránsito laboral en la fundación llamada La Villa del Cine, como experiencia exitosa que logró sacar de los circuitos tradicionales y de grabaciones en grandes estudios la

¹ Participante del Programa de Acreditación de Saberes y Experiencias a través de Estudios Abiertos (2021-2022). Facilitador UNESR, adscrito al Núcleo Regional de Postgrado y Educación Avanzada Caracas.

actividad cinematográfica, desarrollando un acto creativo que permitió reimaginar, rearticular y experimentar otras formas de hacer. Punto de partida que nos condujo a estudiar la utilidad generada por esta economía creativa y, de manera particular su potencial de desarrollo en otros espacios como, por ejemplo, las ciudades comunales como instancias constituidas por iniciativa popular y que deben desarrollar programas económicos en concordancia con el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación.

Palabras clave: Economía creativa, economía naranja, ciudades comunales, desarrollo.

INTRODUCCIÓN

Este texto sobre la industria de la economía creativa, también llamada economía naranja, tiene como propósito invitar a la reflexión y visibilización de una industria que, considero, ha sido muy poco estudiada y desarrollada formalmente en Venezuela. Ésta, puede aportar grandes beneficios al desarrollo del país, así como un gran impulso creativo y económico que como observamos en otros países, el desenvolvimiento de este tipo de industria, ha presentado altos niveles de desarrollo y crecimiento. Como ejemplo de aplicaciones exitosas de países en la región suramericana que contaron con la asesoría de uno de sus insignes impulsores como lo es John Hawkins,² tenemos a Brasil y Colombia.

En el caso de Venezuela, parto de la experiencia vivida en la Fundación Villa del Cine, en la cual pude notar de primera mano, el potencial que tiene este tipo de industria para el país. Sin embargo, de acuerdo a mi apreciación, considero debemos tener en cuenta que (no obstante, a que se ha contado con apoyo real por parte del gobierno nacional en algunos aspectos

2 John Howkins es el autor del celebrado libro "La Economía Creativa: Cómo las Personas Hacen Dinero de las ideas", 'que ha sido traducido a 11 idiomas, incluidos chino, coreano, ruso y árabe.

creativos como este) se podrían encaminar acciones que lleven a una mayor visibilización y potenciación por medio de políticas de fomento y desarrollo como el desplegado en la construcción e implementación de la Fundación La Villa del Cine; para llegar así a otros espacios sociales con la participación gobierno-comunidad.

En este sentido con la investigación emprendida manifiesto especial interés en que se reconozca la importancia de esta industria, debido a que su desarrollo nos beneficiaría a todos, por tener la característica de que los bienes y servicios culturales no están exclusivamente dirigidos a grupos de personas de alto nivel socioeconómico, sino que es viable, poder poner en marcha la inventiva popular; noción que favorecería el incentivo directo para desarrollar y con ello traer beneficios en diferentes aspectos.

Para procurar un entendimiento mayor de esta industria expondré en el presente escrito el concepto y caracterizaciones de esta hasta llegar a mi propia experiencia personal vivida en una de sus actividades creativas desarrolladas en Venezuela.

EL CONCEPTO DE ECONOMÍA CREATIVA O ECONOMÍA NARANJA.

El concepto de economía creativa nació por primera vez para describir una disciplina independiente dentro de la economía en la década de 1960, pero fue John Howkins, en el año 2001, quien popularizó este término para describir sistemas económicos en los que el valor se basa en cualidades imaginativas novedosas más que en los recursos tradicionales de tierra, trabajo y capital (Hartley, 2013). La economía creativa, tal como la define Howkins, incluye todos los sectores cuyos bienes y servicios se basan en la propiedad intelectual: publicidad, arquitectura, artesanía, diseño, moda, cine, juegos y

juguetes, música, edición, investigación y desarrollo, software, TV y radio, videojuegos, artes visuales y escénicas.

En el año 2013 los autores Iván Duque y Felipe Buitrago, renovaron el concepto de economía creativa por el de economía naranja, con la idea de darle un nombre más atractivo que promoviera la cultura en los países. Ellos seleccionaron el color naranja, dada la relación existente entre este color y el mundo de la cultura (Morales, 2021).

En este sentido los mencionados autores indicaron que crear una definición universal de la Economía Naranja era “absurdo e innecesario”, con lo cual estaban agregando una categoría, la contextualización necesaria para su aplicación. De esta manera se estaba destacando la naturaleza rápidamente cambiante de la economía creativa y su particularidad de generar oportunidades y, por tanto, hacer que este aspecto de la economía creativa, sea relevante, aunque reconocemos, este rasgo hace que esta economía sea tan propensa al cambio y difícil de definir sus límites, pero posibilita, sin embargo, la alineación de esfuerzos de los emprendedores, aunado al fomento de los distintos gobiernos para llegar a un fin común.

Por esta razón, los mencionados autores propusieron una definición práctica de la Economía Naranja 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.” (Morales, 2021).

En este sentido el universo de economía creativa incluye:

- i) La economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales; y

ii) Las actividades de apoyo a la creatividad.

En este universo conceptual, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2021) indicó que las industrias creativas incluyen diferentes áreas como la publicidad, la arquitectura, las artes y la artesanía, el diseño, la moda, el cine, el vídeo, la fotografía, la música, las artes escénicas, la edición, la investigación y el desarrollo, el software, los videojuegos, la edición electrónica y la televisión/radio. Estas artes también se consideran una importante fuente de valor comercial y cultural.

Por otro lado, puedo mencionar que la economía naranja o economía creativa se basa principalmente en la creatividad y la cultura como insumo, en donde las ideas son transformadas en productos y servicios, razón por la cual el derecho de autor y la propiedad intelectual alcanzan una relevante importancia también en este concepto. La economía creativa rompe viejos esquemas industriales y de mano de obra para dar paso a procesos creativos que suman valor, como bien dijo el venezolano ingeniero mecánico, máster en administración de empresas y formado en economía internacional y política comparada, José Luis Cordeiro Mateo (2016) “estamos cambiando la manufactura a la mentefactura” lo que permite nuevas oportunidades de negocios y creación de riqueza, ya que cualquier persona tiene la capacidad de ser creativa y por lo tanto de cambiar su vida y entorno a partir de sus ideas enfocadas en una perspectiva de producción y emprendimiento.

¿QUÉ TAN GRANDE ES LA ECONOMÍA CREATIVA O NARANJA?

En la actualidad, la industria naranja se encuentra entre los sectores más dinámicos de la economía mundial y ofrecen

nuevas oportunidades a los países en desarrollo para dar un salto hacia las áreas emergentes de alto crecimiento de la economía mundial (UNCTAD, 2021). Es propicio destacar que la economía naranja o economía creativa se basa principalmente en la creatividad y la cultura como insumo, en este sentido las ideas son transformadas en productos y servicios, razón por la cual el derecho de autor y la propiedad intelectual son factores preponderantes en importancia para este concepto.

La industria creativa es enorme y está en desarrollo, contribuye en por lo menos al 6,1 % del Producto Interior Bruto (PIB) mundial, con una media de entre el 2 y el 7% de los PIB nacionales de todo el mundo (The Policy Circle, 2021).

Según las estimaciones de la ONU, las industrias de la economía creativa generan unos ingresos anuales de 2,25 billones de dólares y representan 30 millones de puestos de trabajo en todo el mundo, destaca este estudio que casi la mitad de estos trabajadores son mujeres, y estas industrias emplean a más personas de 15 a 29 años que cualquier otro sector. La televisión y las artes visuales constituyen las industrias más grandes de la economía creativa en términos de ingresos, mientras que las artes visuales y la música son las industrias más grandes en términos de empleo (The Policy Circle, 2021).

En Europa y Asia, un reporte realizado por la empresa Deloitte (2021) analizó seis enormes economías de Europa y tres grandes economías de las regiones de Asia-Pacífico (APAC). El informe reveló que la industria naranja contrató a casi 20 millones de seres humanos en todas esas economías en 2018. lo que representa (aproximadamente) el 7 % del empleo global.

En el lado opuesto del mundo, en América Latina, este tipo de industria también está creciendo, eso lo demuestra un estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo, llamado “Políticas públicas para la creatividad y la innovación, promoviendo la Economía Naranja en América Latina y el Caribe” dicho estudio estima que la industria creativa también llamada naranja corresponde al 2,2% del Producto Interno ruto de la región, así como del 5 al 7%, del porcentaje de empleo de los países, cifras que se espera aumenten en los próximos años, haciendo la industria bastante prometedora.

En la industria naranja al igual que en otras industrias, intervienen muchos factores y elementos, es fundamental que para que se desarrolle esta industria los actores jueguen en un equilibrio casi perfecto, para que promuevan el desarrollo y el crecimiento de las invenciones creativas. La organización no gubernamental The Policy Circle (2021), enumera algunos de los actores que intervienen en la industria creativa:

Los creadores

Gracias a factores como la globalización el reconocimiento de los derechos humanos y el desenvolvimiento de la personalidad cada día más personas son libres de perseguir sus sueños y dedicarse a lo que desean. Asimismo, el crecimiento del consumo global por invenciones creativas como: arte, películas, libros, etcétera, ha logrado que más personas se dediquen a suplir estas necesidades por medio de invenciones creativas. Los creadores son la esencia de la industria naranja, sin ellos no habría industria ya que no habría nada que comercializar, ni que vender.

Los distribuidores

Otro factor importante dentro de la industria naranja son los distribuidores, es decir, las personas u organizaciones que facilitan el transporte o entrega del material creativo a los consumidores. Gracias a las tecnologías de la información muchos creadores pueden actuar como sus propios distribuidores. Este es el ejemplo de sitios web como Amazon.com, donde la gente puede publicar sus propios libros o Etsi que facilitan la venta de manualidades permitiendo a los creadores diseñar su propia red de distribución.

Los consumidores

Sí bien los creadores son la esencia de la industria naranja, también es cierto que sin consumidores no habría industria, ya que las invenciones creativas son adquiridas para su disfrute personal o de terceros. Los consumidores pueden llegar a ser instituciones como museos, fundaciones o incluso personas como coleccionistas de arte o inversionistas.

El Estado

Uno de los principales promotores de la industria naranja debería ser los gobiernos. Por medio de las vastas arcas públicas, los gobiernos pueden fomentar y financiar desde una escultura en un parque hasta políticas públicas de promoción de cultura en general. Las actuaciones del Estado pueden afectar dramáticamente a la industria naranja, siendo un factor clave para su crecimiento.

La industria creativa en Venezuela-Experiencias Personales

En el contexto del Estado venezolano a partir de las dos últimas décadas, desde instancias del gobierno central, se ha promovido el desarrollo cultural y creativo por medio de las políticas públicas tendientes a financiar actuaciones culturales e instituciones culturales como: La Universidad de las Artes (Unearte), el Sistema Nacional de Orquestas, los museos nacionales y la Fundación Villa del Cine, por dar unos ejemplos, como forma de acercar la cultura a la mayoría de la gente, independientemente de su condición social.

En este sentido el bienestar económico para producir las ideas y vivir del conocimiento que sonaba utópico, es ahora el ADN de la tan popular Economía Naranja, por lo que quienes en algún momento aconsejaron no aprender música, arte, diseño, humanidades, etc., y que era mejor estudiar algo «de verdad» y que «diera dinero», se equivocaron y es hora de replantear el discurso.

Aunque es un salto cualitativo; no obstante, en Venezuela no se cumple exactamente con el postulado de Howkins (2007) expuesto en su libro: *La economía Creativa. Cómo las personas hacen dinero de las ideas*, del cual extraigo "La creatividad no es nueva y la economía tampoco, pero lo que sí es nuevo es la naturaleza y el alcance de la relación entre ambas, y cómo se combinan para crear un valor y una riqueza extraordinarios". En los casos nombrados, desde la instancia gubernamental se han dado impulsos a la cultura, pero si se quiere ampliar hacia otros radios de acción, por ejemplo, las ciudades comunales, debe potenciarse el "hacer dinero con las ideas", es decir, crear valor y riqueza económica por medio de los productos creativos.

Desde mi experiencia personal y profesional en la Fundación Villa del Cine donde, en el año 2006, ejercí como el primer gerente de administración y finanzas, formé parte del equipo fundador, pude entender que esta institución tenía y tiene como objeto, además de producir sus propias realizaciones, "apoyar a la producción nacional de cine a través de su capacidad instalada" tal como precisó públicamente el presidente de esta institución, Jorge Gómez (Monsalve, 2017).

En esta experiencia como administrador, participé y colaboré en mi función de articulador, ya que por el hecho de haber sido una innovación la actividad de cine por parte de la administración pública, tuve que adecuar los procesos de adquisición de materiales, insumos, contratación de artistas, extras, locaciones y de hecho actuando en varias producciones, entre ellas, en la primera producción cinematográfica de la Fundación La Villa del Cine, "Miranda Regresa". Una historia del prócer venezolano Francisco de Miranda, estrenada el 11 de octubre de 2007; donde actué como actor de reparto, personificando un general ruso, así como en la realización "Zamora" y múltiples largometrajes, cortometrajes, documentales y animaciones, entre otros.

En ese sentido, fui testigo y principal gestor de la adecuación de las instalaciones de la fundación construida en la administración del ministro del Poder Popular Para la Cultura, Francisco de Asís Sesto Novas, conocido también como Farruco Sesto, arquitecto, escritor, político hispano-venezolano. En aquel entonces, cuando se recibió la infraestructura, la misma no contaba con los servicios de electricidad, ni agua directa, mucho menos telefónica; es decir, la sede fue entregada en lo que ha de llamarse, obra gris, por lo que hubo que comenzar desde cero, tanto en la logística como en la parte operativa, adecuación de

los estudios de grabación; en la insonorización, construcción de estudios exteriores, capacitación al personal administrativo con enfoque a la producción cinematográfica, dotación de talleres y equipamiento, enlaces para producciones cinematográficas internacionales con el respaldo de Alter, Ibermedia y el Instituto Cubano del Arte e Industrias Cinematográficas (Icaic).

De hecho, era la primera vez que el Estado incursionaba en la actividad de producción cinematográfica, por lo que era una tarea titánica; aun así, pudimos conformar un equipo, tanto en lo administrativo como en lo operativo, ya que los recursos financieros y materiales al provenir de fondos públicos, requería para su administración las técnicas administrativas de administración financiera para el sector público, y por otro lado, el talento humano provenía de la actividad privada, aun así y a pesar de estas dificultades, logramos el objetivo de equipar y conformar el entorno para realizar por primera vez una empresa de tal magnitud, capacitando al personal y adecuando sus labores en el marco de la actividad de la administración pública combinada con labores que hasta ese momento eran exclusivas del sector privado.

En ese transcurrir de mi vida, ejerciendo una actividad que como administrador no era nueva para mí ya que mi experiencia previa en la Armada de la República Bolivariana de Venezuela en diecisiete años de labor, tanto en la Contraloría General de las Fuerzas Armadas y en la Dirección de Administración del Ministerio de la Defensa, me había permitido adquirir los conocimientos tanto presupuestarios, como de ejecución financiera, además de mi experiencia en empresas propias, la vivida en La Villa del Cine, constituyó y significó un gran reto entender que otras formas de economía eran posibles.

Desde una mirada, puedo decir tomando palabras de Oscar Jara (2018) “que verdaderamente he vivido” otra experiencia profesional, distinta a la tradicional y que según la propuesta de la doctora Zambrano Luisa (2018) constituye, una gerencia insurgente. A través de lo pensado y lo hecho, puedo agregar que estoy viviendo y escribiendo una sistematización de experiencia personal que me condujo a convertir una experiencia autobiográfica en un trabajo de investigación dirigido a encuadrar la economía naranja, implementada, *mutatis mutandi*, en las economías creativas que pueden desarrollarse en las ciudades comunales como enfoque de desarrollo sostenible.

La sistematización de mi propia experiencia, además de permitirme hacer un enfoque onto-epistemológico del tema en estudio a partir de mi autobiografía, me ha hecho pensar en una forma de hacer otra economía, considerando que si se incrementa el apoyo a esta industria naciente en Venezuela, incorporando su enfoque al desarrollo sostenible de la Ciudad Comunal, se generaría una participación económica significativa en el país, y la economía creativa sería una propuesta emergente al igual que lo ha sido la de la Ciudad Comunal, cuyo nodo crítico es el motor económico incluso en momentos como los que atraviesa Venezuela desde 2015 por la ocurrencia de un bloqueo económico por parte del imperialismo mundial, coordinado por Estados Unidos de Norteamérica y en la presencia de una pandemia mundial, el COVID-19.

Ante estas y otras situaciones que pudieran estar por allí latentes, la instrumentalización de la economía creativa sería de gran ayuda. Así, que el enlace Economía Creativa/ Sustentabilidad en ciudades comunales, es pertinente y resultaría en un ingreso de diferente proveniencia para el país y en general para la región, hablando específicamente de un

tipo de producción distinta a las de extracción de las materias primas, entendiéndose como se define en el proyecto de Ley de Ciudades Comunales, y que ya mencionamos anteriormente, la ciudad comunal «es una instancia constituida por iniciativa popular, mediante la agregación de comunas en un ámbito territorial determinado a partir de las dinámicas funcionales y geo-históricas con intereses y valores comunes, donde se ejercen los principios de soberanía y participación protagónica como expresión del Poder Popular, en concordancia con el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación».

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 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>.
- Buitrago, P., & Duque, I. (2013). *La Economía Naranja: Una oportunidad infinita*. BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-Econom%C3%ADa-Naranja-Una-oportunidad-infinita.pdf>.
- Cordeiro, J. L. (2016). *Hacia la singularidad: el futuro de la tecnología y la tecnología del futuro* [Conferencia Magistral]. Hacia la singularidad: el futuro de la tecnología y la tecnología del futuro, Madrid, España. <https://frdelpino.es/conferencia-frdelpino/cordeiro/>.
- Deloitte. (2021). *The Future of the Creative Economy*. Deloitte LLP. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-uk-future-creative-economy-report-final.pdf>.

- Hartley, J., Potts, J., Cunningham, S., Flew, T., Keane, M., & Banks, J. (2013). *Creative Economy. Key Concepts in Creative Industries*, 56–58. <https://doi.org/10.4135/9781526435965.n15>.
- Howkins, J. (2007). *The creative economy how people make money from ideas* (3.a ed.). Penguin Books.
- Jara, O. (2108). *La sistematización de experiencias: práctica y teoría para otros mundos posibles* (1.a ed.). Fundación Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano CINDE. <https://repository.cinde.org.co/bitstream/handle/20.500.11907/2121/Libro%20sistematizacio%CC%81n%20Cinde-Web.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Monsalve, S. (2017). *La Villa del Cine: una institución con aciertos y bemoles*. Esfera Cultural. <https://esferacultural.com/la-villa-del-cine-una-institucion-veremos-bemoles/2455>.
- Morales, F. C. (2021). *Economía naranja*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/economia-naranja.html#:~:text=Origen%20de%20la%20econom%C3%ADa%20naranja,libro%20denominaron%20%E2%80%99Ceconom%C3%ADa%20naranja%E2%80%9D>.
- The Policy Circle. (2021). *The Creative Economy*. <https://www.thepolicycircle.org/minibrief/the-creative-economy/>.
- UNCTAD. (2021). *Creative Economy Programme* | UNCTAD. <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>.
- Zambrano, L. (2018) *Administración Insurgente y Transformadora*. Araca Editores y UNESR. Caracas, Venezuela.