



Economía Creativa

ISSN: 2395-8200

economia.creativa@centro.edu.mx

Centro de diseño, cine y televisión

México

Hernández Pacheco, Manuel Javier
La creatividad, el recurso inagotable de América Latina y el Caribe
Economía Creativa, núm. 8, 2017, Noviembre-, pp. 230-242
Centro de diseño, cine y televisión
Ciudad de México, México

DOI: <https://doi.org/10.46840/ec.2017.08.09>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=547569057009>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto



La creatividad, el recurso inagotable de América Latina y el Caribe

Manuel Javier Hernández Pacheco

La creatividad, el recurso inagotable de América Latina y el Caribe

Manuel Javier Hernández Pacheco

mhernandezp@centro.edu.mx

La creatividad como motor de innovación contribuye a la diversificación como una herramienta necesaria para una economía competitiva a nivel mundial basada en el conocimiento.

La economía naranja, es el conjunto de actividades que de forma encadenada hace que las ideas se transformen en bienes y servicios, y el valor se encuentra basado en la propiedad intelectual.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) puso su atención en un fenómeno que despierta cada vez más interés en las agendas de desarrollo de los países de América Latina y el Caribe, pues su práctica no solo impulsa el crecimiento económico a través de la creación de valor, sus iniciativas se han convertido en sistemas de innovación en sectores prioritarios para la región. Estos servicios creativos generaron globalmente en el 2012 un total de 547.000 millones de dólares y 29,5 millones de empleos. Para América Latina y el Caribe, esta economía significó 1,9 millones de empleos en el 2015, comparables con los que genera la economía de Uruguay o Costa Rica.

Las industrias creativas y culturales tienen una cantidad de trabajadores equivalente a la población combinada de París, Nueva York y Londres, 29.5 millones de trabajadores.

David Throsby menciona que la creatividad es una cualidad de largo alcance donde sus misterios apenas son comprendidos por los psicólogos quienes incluso se preguntan si es una característica de los seres humanos, como lo es la inteligencia, o si es un proceso mediante el cual los nuevos problemas se resuelven de modo novedoso.

Esta interrogante de la creatividad la recoge el Informe de Economía Creativa de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), el cual sugiere las siguientes definiciones o categorías, las cuales están estrechamente relacionadas y presentes en la economía naranja:

- a** Creatividad artística | Involucra imaginación y capacidad para originar ideas originales y novedosas.
- b** Creatividad científica | Se activa desde la curiosidad por la observación de fenómenos y la disposición para experimentar y crear nuevas formas para resolver los problemas.
- c** Creatividad económica | Se trata de un proceso dinámico que apunta a la innovación en tecnologías de producción, prácticas comerciales y mercadeo.

Uno de los sectores transversales de la economía naranja es el emprendimiento. Los emprendedores han redefinido sus funciones y desafiado los mitos que rodean a la creatividad como fenómeno, y han sabido adaptarse y transformarse en equipos multidisciplinarios que conjugan las habilidades atípicas que les permiten innovar en sectores donde hace 10 años era impensable. De esta manera se ha logrado a la fecha integrar la colaboración del universo naranja con sectores tradicionales como la educación, el transporte, y la salud, teniendo un impacto contundente de escala social y económica al dinamizar la innovación en el resto de la economía. En la actualidad, los creativos rompen los patrones con la aparición de empresas que revolucionan al mundo, tal es el caso de Airbnb y Spotify, donde uno de los elementos más llamativos es el protagonismo del diseñador como fundador o cofundador.

En medio de la cuarta revolución industrial, la creatividad se convierte en protagonista para enfrentar los cambios en las maneras de producir y trabajar, no se pueden resolver los problemas con el mismo pensamiento que usamos cuando los creamos.

De esta manera, se puede observar que la creatividad y los nuevos talentos reinventan productos que luego son capaces de gestar valor, innovación y generar nuevas experiencias para los usuarios.

La innovación multidisciplinaria ha estado siempre presente, pero ahora el acceso a la información y a la revolución digital ha acelerado y multiplicado la participación de las industrias creativas en el desarrollo de productos, servicios y experiencias más sofisticadas en sectores productivos tradicionales como la salud, infraestructura, educación, finanzas, etc.

En este universo naranja, el software y las tecnologías de la información lideran las transformaciones a partir de la creatividad. La empatía introducida a los procesos de creatividad puede lograr un impacto social, generar empleo y romper con los patrones tradicionales en la cadena de producción de diferentes sectores de la economía.

La economía naranja se entiende como el conjunto de actividades que de modo encadenado permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.

La innovación es la transformación de nuevas ideas que generan valor económico y social. Una oportunidad de acelerar el proceso de mejorar vidas, repensando cómo generar soluciones alternativas, aprovechando la creatividad y la inteligencia colectiva.

A continuación abordaremos en los criterios organizacionales para las innovaciones que son categorías prioritarias de la economía naranja:

Arquitectura

Es uno de los sectores creativos tradicionales que conforma la economía naranja. El dar vida a espacios y edificios públicos y privados, impacta en la forma en que cobran existencia las ciudades y el modo en que da la interacción urbana en los países de la región. La innovación en arquitectura puede darse en términos de la expresión estética o los materiales que se utilizan. La innovación arquitectónica en Latinoamérica se produce de manera que reflejan las necesidades de los grupos que antes fueron desatendidos o aspectos culturales menospreciados. También se observa en el empleo de las nuevas tecnologías, ya sea para fines de impacto económico o ambiental, y el ímpetu de usar esta rama creativa para resolver problemas sociales.

Por ejemplo, **Proyecto Anda**, integra la comunidad en la construcción de su entorno, generando un impacto social. Todo esto debido a que busca una revaloración de los lugares que habitamos y transitamos a través de la colaboración con las comunidades. Para lograrlo, trabajan en la creación de baldosas hidráulicas con diversas organizaciones como asociaciones vecinales, escuelas e instituciones culturales, para desarrollar un mayor sentido de pertenencia con su entorno.

Artesanía

La intersección de la artesanía y el diseño abre un universo de posibilidades para la creación de piezas únicas que conectan las historias de sus creadores con el consumidor.

De acuerdo a la Unesco, la artesanía es una expresión del patrimonio cultural y la herencia de las tradiciones de sus pueblos. Es importante para el desarrollo económico, social y cultural de los países de América Latina y el Caribe. Su reto creativo para este sector radica en cómo desarrollarla para mejorar su calidad y comercialización a nivel global, e integrar a sus creadores de modo transparente, respetando sus tradiciones y su patrimonio.

Aquí se busca balancear lo tradicional y lo manual bajo una perspectiva de modernidad para crear nuevas oportunidades económicas. Esto se puede ver con claridad en el trabajo de los emprendimientos artesanales que surgen en la región y que cambian la percepción del producto artesanal. La visión es pasar de un objeto decorativo a una herramienta para el desarrollo y empoderamiento de las comunidades vulnerables en Latinoamérica.

Por ejemplo, **Simbiótica** fusiona el arte y el diseño con técnicas de producción artesanal guatemaltecas para generar artículos hechos a mano para el mercado internacional, o por otro lado, los tejedores donde se mejoran vidas y se preserva y moderniza la cultura artesanal, ofreciendo un comercio justo y un diseño sostenible. En cuanto al diseño, utilizan diseños tradicionales como punto de partida, pero trabajan con los artesanos para actualizar los colores, materiales y ajustar las siluetas.

Diseño

El diseño ha evolucionado desde una tendencia solo estética a convertirse en una herramienta que brinda soluciones en sectores tradicionales como salud, educación y vivienda. Los retos sociales de la región utilizan el diseño como motor de la innovación.

Se ha fortalecido como una herramienta para desarrollar innovaciones eficaces y eficientes, como resultados a corto y medio plazo en un entorno de escasos recursos. El trabajo de los diseñadores ha sido relevante en muchos aspectos sociales y en la incorporación de la tecnología como parte de la solución.

El rol del diseñador va más allá de ofrecer servicios y crear productos. Aquí se tiene la capacidad de crear y de trabajar en pro de una sociedad más justa, generando empatía ante las carencias y las necesidades de los pueblos. Por ejemplo, **BabyBe** incrementa el bienestar y la salud de bebés prematuros por medio de la intersección del diseño y la tecnología, debido a que tiene como objetivo acortar el plazo de tiempo que los bebés prematuros pasan en las incubadoras, involucrando a la madre activamente en su cuidado, y así se reducen los gastos de hospital para la familia y se facilita un mejor cuidado para el bebé.

Medios

La tecnología genera un apetito por contenidos latinoamericanos y caribeños, dando a conocer nuestra cultura en el mercado global.

La adopción de nuevas tecnologías y su accesibilidad han permitido incrementar la cantidad de producción y consumo de contenidos en la región. Su difusión ya no depende de los grandes conglomerados de medios no de equipos caros, sino del talento y la imaginación de sus creadores.

En la parte de contenido para crear conciencia social, se cuenta con plataformas que facilitan la creación y difusión de contenidos que cuentan historias para generar un impacto social positivo.

Por ejemplo, **Dynamo**, invierte y fortalece los contenidos autóctonos latinoamericanos y el talento local, pues busca apoyar el desarrollo de nuevos talentos, estimular un mayor crecimiento en las producciones audiovisuales y llenar la demanda por el cine nacional para exportación. Su misión es fomentar el desarrollo de la industria de cine en Colombia y en Latinoamérica, apostando a su crecimiento y financiando adelantos de hasta 40% de la producción en las etapas iniciales de cada proyecto. Vieron una oportunidad para impulsar la industria cinematográfica en Colombia y darle estatus internacional.

Moda

Los diseñadores de moda de la región son conscientes de que el valor de sus ofertas está en la riqueza cultural de su entorno.

En Latinoamérica, este sector se conoce de modo tradicional como un centro de producción masiva y lugar para materias primas y mano de obra baratas. Hoy, una nueva generación de empresarios creativos y diseñadores rompe con este paradigma.

Se valora lo local, regional, auténtico y propio, tomando inspiración en lo artesanal, lo manual y lo cultural en el proceso de creación. Existe una mayor conciencia sobre el ciclo de vida de un producto y la inquietud de ofrecer nuevas soluciones a los problemas ambientales, la violación a los derechos humanos por la falta de normas laborales y la producción de residuos que ha causado el modelo de la fast fashion.

Ahora, la nueva generación de creativos en la industria de la moda se da a la tarea de responder a estas problemáticas. Innovan de manera responsable, incorporando modelos de economía circular y prácticas de comercio justo, además crean con un propósito social para mejorar vidas.

Por ejemplo, **The New Denim Project**, reduce el impacto ambiental de la industria de la moda. La industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo. El upcycling es esencial para minimizar el impacto social y disminuir la cantidad de desechos que ingresan

a los vertederos. Bajo este nuevo modelo de producción, The New Denim Project busca ser parte de la solución a los problemas ambientales causados por la industria textil, ya que de acuerdo a los datos del mismo The New Denim Project (2017) y **Zero Waste International Alliance** (2017), se estima que 13 millones de toneladas de textiles son desechados cada año y solo el 15 % es recuperado para reciclaje, además, se necesitan 8.500 litros de agua para producir un par de jeans y 2.600 para producir una sola camiseta.

Música

La innovación en la intersección de música y tecnología se manifiesta en la revalorización de lo autóctono y en la democratización de la misma.

La música es una expresión creativa muy atada a la sociedad y cultura de cada país donde se gesta. La introducción de nuevas tecnologías en el transcurso de las pasadas décadas ha desencadenado un mundo de posibilidades tanto para los creadores como para las audiencias y los mercados de la música, a escala local y global.

En la parte de la democratización de la educación a través de la música, se emplean las herramientas multimedia como vehículo para potenciar el acceso a la educación. En particular el estímulo musical de los niños para mejorar sus habilidades comunicativas, visuales y verbales.

Por ejemplo, **Semana de Música Avanzada**, promueve la evolución de la cultura musical en Guatemala con una perspectiva internacional y desde una plataforma inclusiva y educativa. La música continúa siendo un lenguaje universal que no conoce fronteras. Esto se refleja en la misión de este emprendimiento de utilizar la música como un mecanismo de unión más allá de la raza, sexo o religión, y en general, para promover mentalidades de avanzada por medio de una expresión artística. El festival también es una plataforma para equiparar el talento local guatemalteco con los artistas globales y profundizar en aspectos de la cultura musical poco discutidos, desde la evolución de los diferentes géneros electrónicos hasta el desarrollo de software y hardwares para su creación.

Servicios Creativos

Los servicios creativos responden a la gran necesidad de capacitación de las habilidades propias del sector y en temas de finanzas, mercadeo, comercio, entre otros.

Se estipula que el comercio de servicios creativos crece 70 % más rápido que el de bienes creativos, debido a la gran necesidad de capacitación en finanzas, mercadeo, comercio y de las habilidades propias de cada sector cultural y creativo.

Maximizar la creatividad implica adquirir conocimientos tecnológicos y destrezas de negocios. En América Latina, aprovechar las oportunidades que se generan en esta creciente economía potenciada por las ideas, depende cada vez más de las ganas individuales de gestar y de los creativos de atreverse a aprender, emprender y colaborar.

En la parte de nuevos métodos para mantenerse actualizados, hay métodos ágiles que facilitan la autogestión y el desarrollo de negocios en el sector creativo. Proveen conocimiento práctico y de contexto local, que requiere poco tiempo e inversión, para estar actualizados con las tendencias de la industria.

Por ejemplo, **Fábrica de Medios**, fortalece los enlaces y la colaboración multidisciplinaria a favor del emprendimiento creativo y su impacto económico y social. A través del espacio físico y su expansión internacional, Fábrica de Medios busca unir el talento multidisciplinario para generar la economía colaborativa. Su objetivo es convertirse en un laboratorio de trabajo y lugar para innovar y emprender en beneficio de las comunidades de su entorno.

Software y plataformas digitales

Aún no han sido aprovechados en toda su dimensión y representan una oportunidad para transformar los modelos de negocio y dar un salto a la nueva economía para generar un mayor impacto.

Dentro de las tendencias más relevantes, está la evolución digital de las industrias creativas y culturales que se fomentan a través de la digitalización, el desarrollo de las apps, e.books, e-commerce y páginas web.

Economía compartida o colaborativa donde existen nuevos patrones de mercado para servicios y productos creativos.

Crowdfunding para proyectos creativos donde este financiamiento alternativo está generando afianzamiento entre gestores y tiene su base en las redes y el internet.

Fin Tech en función del comercio creativo. Abre nuevas posibilidades de transacción de bienes y servicios.

Gaming dentro del entorno social. Se desarrolla dentro del boom digital ya que la destreza adquirida en el juego tiene utilidad más allá del entretenimiento.

Junto con estas tendencias existen modelos que están generando su propia tendencia y su propio mercado:

Arte manifesto, una galería de arte virtual conectando artistas y compradores en las redes en el Perú.

Carrot, donde el servicio de car sharing, basado en el norteamericano **Zipcar**, tiene la aplicación móvil y la página web y ofrece soluciones activas a la demanda de movilidad en la Ciudad de México.

Fondeadora, la plataforma de crowdfunding que permite a los creativos financiar sus proyectos a partir de donaciones, cada proyecto se postula y obtiene una meta financiera y un tiempo para la recolección de fondos de forma colectiva.

PayU. Aceptar pagos en línea de productos y servicios. Ofrecen soluciones de administración de ventas sin necesidad de disponer de páginas web, recibir pagos con tarjetas de crédito y transferencias bancarias por medios locales o efectivo.

AllGreenup. Promueve la sustentabilidad y la conciencia ambiental a través de una app (aplicación móvil) que educa al usuario y mide e incentiva actividades amigables para la naturaleza y promueve un estilo de vida más sostenible.

Frei.re lab. Erradica el analfabetismo a través de programas digitales, La plataforma permite que padres, maestros y estudiantes puedan producir contenido interactivo educativo y tiene su app para hacer participar a padres e hijos dentro del proceso educativo.

Lorapp. Esta aplicación móvil permite la renta de capítulos de libros académicos a precios similares a los de una fotocopia y da regalías a los autores y editoriales por cada renta, dando una alternativa simple, legal y económica de uso, transferencia de conocimiento y consulta.

FazGames. Permite crear juegos didácticos para favorecer la educación digital, a través de una biblioteca de temas, escenarios, personajes y objetos que los estudiantes investigan para generar sus propios juegos.

Kernaia. Es una plataforma que facilita la creación, distribución y comercialización de contenido en lenguas indígenas. Favorece la preservación, difusión y fortalecimiento de comunidades vulnerables y las integra al mundo digital.

Mi cartelera MX. Conecta la oferta cultural con el público interesado a través de un app interactiva.

BookFusion. Plataforma de creación y distribución de libros digitales integrando elementos audiovisuales y multimedia.

Nativo digital. Aplicación multiplataforma que combina tecnologías adaptativas y emocionales para enseñar los códigos de programación y educación tecnológica a niños y adolescentes de América Latina y el Caribe.

Torre. Empresa de interfaz de programación de aplicaciones que generó un Marketplace para talento de voces profesionales

Después de este análisis, podemos entender el universo naranja compuesto por dos partes:

- 1** La economía cultural y las industrias creativas intersectados por las industrias culturales convencionales y
- 2** Las áreas de soporte para la creatividad

El Banco interamericano de Desarrollo resalta que la economía naranja no solamente impulsa el crecimiento económico a través de la creación de valor, sino que sus iniciativas se han convertido en sistemas de innovación en sectores prioritarios para América Latina y el Caribe.

Referencias

BID, Luzardo, A., de Jesús, D., & Pérez-Kenderish, M. (2017). *Economía naranja*. Banco Interamericano de Desarrollo.