

La economía de las actividades creativas: una perspectiva desde España y México

Marcos Valdivia López y Juan R. Cuadrado-Roura (coords.)
Universidad Nacional Autónoma de México;
Universidad de Alcalá (2017), 623 pp. ISBN: 978-84-16978-34-2

Durante las últimas décadas el estudio de las actividades económicas denominadas como creativas ha experimentado un auge vinculado a la necesidad de analizar la alta generación de valor agregado y empleo que aportan este tipo de actividades. Si para los economistas clásicos y keynesianos la creatividad no representaba una variable significativa en los modelos económicos, a partir especialmente de los trabajos de Schumpeter, la creatividad se ha convertido en un factor básico en la incorporación de la innovación y del cambio tecnológico como motores del proceso económico.

El incremento de la importancia de las actividades creativas se ha visto favorecido, sobre todo en los últimos años, por el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. El proceso de globalización ha permitido una mayor difusión de las nuevas tecnologías incorporadas en este tipo de actividades que, junto al fomento del pensamiento y expresión creativos, son catalizadores de los procesos de innovación y cambio tecnológico.

La oportunidad del momento ha hecho que la Universidad Nacional Autónoma de México y la Universidad de Alcalá, bajo la coordinación académica de los profesores Marcos Valdivia López y Juan Ramón Cuadrado-Roura, hayan editado conjuntamente este libro para aportar información necesaria, de una forma comprensible y útil, sobre el mejor conocimiento de las actividades creativas. En este trabajo se ha intentado desarrollar un estudio plural y objetivo sobre la relevancia de las actividades creativas, fruto de las aportaciones realizadas en el seminario internacional organizado en la Universidad de Alcalá en el mes de junio de 2015, que contó con la participación de reconocidos expertos en la materia para el caso de España, la región Mediterránea y América Latina. El libro presenta diferentes análisis y aportaciones técnicas que tratan de explicar la aportación, no solo en un entorno nacional sino también regional, de las actividades creativas.

El concepto de economía creativa, tal como se indica en el prólogo del libro, implica toda aquella actividad sectorial u ocupacional cuyo propósito básico consiste en incorporar valor en la producción de bienes o servicios a través de contenido creativo. Desde la perspectiva económica, al conjunto de actividades que conforman un sector se suelen agrupar bajo el término industria, y en este sentido, al conjunto de actividades productivas del sector creativo de la economía se le denomina industrias creativas.

Asociado a la idea de industrias creativas se encuentra el concepto de industrias culturales. Cultura y creatividad se han convertido en dos visiones complementarias

que la literatura económica ha estudiado con amplia profundidad en los últimos años, generado innumerables debates al respecto. Esta controversia parte de los trabajos pioneros de Throsby, al contextualizar a las industrias culturales como aquellas que incluyen creatividad en su producción, abarcan algún grado de propiedad intelectual y transmiten significado simbólico. Otros autores han relacionado el concepto de industrias creativas con las artes, la cultura y el entretenimiento en general, indicando la importancia que la economía creativa incorpora por su potencial de generar derechos de autor o de propiedad intelectual. Incluso, algunos estudios han llegado a equiparar actualmente las industrias culturales con las industrias creativas, al concentrarse las primeras en la capacidad de producción y de innovación del conocimiento y de la información, en oposición al concepto más tradicional de cultura e industria cultural vinculado a la idea de bellas artes.

En cualquier caso, aún hoy en día persisten diferencias entre las industrias culturales y las industrias creativas, tanto desde el punto de vista conceptual como por su cobertura y su dimensión ideológica. Así, y tal como se plantea en varios de los capítulos de este libro, mientras que las industrias culturales tienen como objetivo diferenciar los productos culturales respecto del total, la clasificación de las industrias creativas obedece a una lógica más mercantil.

Al amparo de esta amplia literatura, recientemente también han surgido diversas expresiones para analizar las actividades relacionadas con la cultura y la creatividad, como puede ser el concepto de *clase creativa*, vinculado al conjunto de las personas que realizan actividades económicas consideradas creativas, o el de *ciudad creativa*, que hace referencia a la concentración espacial de las actividades creativas. Esto supone que el análisis de las industrias creativas requiere una visión que considere un enfoque geográfico, relacionado con la existencia de externalidades positivas en las economías de aglomeración que puedan explicar la concentración espacial de las empresas, trabajadores y consumidores de estas actividades creativas.

Cerca de 40 autores altamente cualificados presentan sus trabajos y opiniones en este volumen. El libro recoge muchas de las cuestiones indicadas previamente sobre las actividades creativas, aportando una visión actualizada de la economía de las industrias creativas en el entorno de Iberoamérica (con especial énfasis en España y México). En la obra se profundiza en la caracterización y presencia de las actividades creativas en esta área, y se enfatiza su impacto a nivel de desarrollo regional y local.

El libro está estructurado en seis apartados que corresponden a temas que los coordinadores del trabajo han considerado relevantes respecto al estudio de las actividades creativas, abarcando un amplio espectro de interesantes cuestiones relativas a la economía creativa. En una primera parte del libro se presenta información sobre los sistemas de medición de las actividades creativas y culturales que utilizan las agencias estadísticas en México y España. En este apartado inicial se analizan las dificultades y problemas que plantea la contabilización de este tipo de actividades, dado su carácter transversal y heterogéneo.

A continuación, en el segundo bloque del libro se analizan cuestiones relativas a la localización y aglomeración, tanto en el entorno regional como local, de las

actividades creativas. La geografía de la economía creativa explica la capacidad de interacción espacial y de impulso de las actividades creativas en el entorno urbano o regional en el que se estudien. La identificación de los factores de localización de estas actividades es básica para la posterior implementación de medidas de política económica y de cohesión social.

Seguidamente, la tercera parte del libro evalúa las exportaciones y actividades emprendedoras vinculadas con los servicios creativos en las empresas españolas. Este bloque demuestra la importancia que la economía creativa genera en el marco exportador español y en el capital intangible de sus empresas, aspectos cruciales para aprovechar las ventajas competitivas que pueden favorecer la expansión de este tipo de actividades.

En el cuarto apartado del libro se analizan las características y comportamiento del mercado de trabajo en las actividades creativas en España y México, tanto desde un punto de vista cuantitativo como cualitativo. La necesidad de generar un modelo de crecimiento económico basado en un empleo más cualificado, podría buscar una posible respuesta en la economía creativa, que en principio puede considerarse generadora de puestos de trabajo más intensivos en conocimiento. No obstante, en este bloque se constata también la existencia de disparidades salariales en este tipo de actividades que afectan a las condiciones de segmentación y precariedad laboral en el entorno creativo, trasladándose al resto de actividades económicas.

Posteriormente, en la quinta parte del libro se estudia como las actividades creativas se caracterizan por presentar una alta productividad y, por tanto, contribuir de una manera decisiva al crecimiento económico (en el libro se evidencia para el caso de regiones en Unión Europea y América Latina). Al mismo tiempo, en este apartado se comprueba la capacidad de difusión y creación de nuevas ideas que producen las actividades creativas, así como de generación de otro tipo de externalidades (asociadas al talento, tecnología, o tolerancia) en España y otras economías latinoamericanas.

Finalmente, el sexto apartado del libro concluye con un interesante análisis sobre la especificidad de las actividades creativas en las economías del entorno mediterráneo (con especial énfasis en regiones españolas) y latinoamericano. La hipótesis de la existencia de una creatividad diferente entre países o regiones, especialmente de estas economías frente a las economías del centro/norte Europa o América anglosajona, toma cuerpo en los trabajos que se recogen en este bloque.

En definitiva, este libro nos permite conocer y profundizar, con una visión contemporánea, sobre la aportación de la economía creativa al crecimiento y desarrollo económico de los países o regiones. La aparición de este libro supone una interesante oportunidad para entender que las actividades creativas representan un fenómeno transnacional, con un potencial económico muy importante, pero al mismo tiempo, se encuentran fuertemente influenciadas por la dimensión cultural, lo que les confiere una concepción regional/local propia y diferenciada.

Por José María López Morales
Universidad de Alcalá