
LA ECONOMIA CREATIVA: SU IMPACTO ECONÓMICO

The Creative Economy: Its Economic Impact

Lic. Nancy Phillipson Álvarez

<http://orcid.org/0000-0003-4324-4710>

nancy@fec.uh.cu

Lic. Ernesto Victorero Molina

<http://orcid.org/0000-0002-3769-8233>

ernesto.victorero@fec.uh.cu

Facultad de Economía, UH

.....

Recibido: Mayo 2020

Aceptado: Mayo 2020

.....

Resumen

La economía creativa ha mostrado un crecimiento significativo en las últimas décadas, y su impacto económico ha sido decisivo en muchas localidades, territorios y países, no sólo desarrollados, sino también subdesarrollados. Se trata de un tema novedoso, complejo y polémico, pues existen múltiples interpretaciones acerca de lo que puede entenderse como economía creativa, las actividades que la integran y las implicaciones económicas, políticas y sociales que puede tener. Este artículo, que es un primer resultado de un proyecto de investigación que se está desarrollando en la Universidad de la Habana con vistas a determinar cómo podrían contribuir las industrias culturales al desarrollo de la ciudad, constituye una primera aproximación teórica a las cuestiones antes señaladas.

Palabras clave: economía creativa, industrias culturales, ciudades creativas, política cultural.

Abstract

The creative economy has shown a significant growth in the last few decades, and its economic impact has been decisive in several areas, territories and countries, not only developed, but also undeveloped. This is a novel, complex and controversial subject, because there are multiple interpretations about what creative economy is, the activities it comprises and the economic, political and

social implications it may have. This article, which is a first result of a research project being developed by the Havana University in order to determine how could cultural industries contribute to the city's development, provides a first theoretical approach on this matter.

Keywords: creative economy, cultural industries, creative cities, cultural policy.

Introducción

El concepto de cultura vinculado con la economía constituye una realidad en el mundo actual. Si bien este concepto no es nuevo, es a fines de los ochenta que la perspectiva de la cultura y la creatividad, como un bien sujeto de comercialización se acentuó, y hoy ha llegado a decirse que así como el petróleo fue el primer combustible de la economía en el siglo XX, la creatividad lo es en el siglo XXI.

No obstante, por sus particularidades, la cultura asociada a la economía genera diversas percepciones en lo relativo a la teoría (conceptos, definiciones) y la práctica (cómo funciona, sus implicaciones, etc.).

Relacionado con ello han surgido diferentes términos como “economía creativa”, “industrias creativas”, “industrias culturales”, que resultan a veces confusos y controvertidos, pero que han ganado espacio e importancia en diferentes ámbitos de la sociedad contemporánea.

Se trata además de conceptos muy dinámicos, que han ido actualizándose desde su creación hasta la fecha. A ello han contribuido organismos como la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD según sus siglas en inglés) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), que han demostrado que la economía creativa no es sólo uno de los sectores que más rápido está creciendo dentro del sistema económico mundial, sino que, además, se ha convertido en un proceso transformador en términos de generación de recursos tangibles e intangibles, de creación de empleo, de aumento en los ingresos de las exportaciones, en definitiva, de desarrollo.

En tal sentido, también han formulado recomendaciones y orientaciones para la conformación de políticas adecuadas para lograr tal propósito, sobre todo en países menos desarrollados.

En este contexto, el objetivo del presente artículo es contribuir al conocimiento de la economía creativa y de su impacto económico en el mundo, con el propósito posterior de estudiar las potencialidades que puede tener este sector para la economía cubana, partiendo de la tradición cultural de nuestro pueblo, así como de las bases creadas por la revolución y la conciencia acerca de la

necesidad de impulsar esta actividad dada la situación económica actual. Sobre esto último, tratará un próximo artículo.

I. La Economía Creativa. Una mirada teórica

Definiciones

Los términos “economía creativa” o “economía naranja”¹, “industrias creativas” e “industrias culturales” son relativamente nuevos, pero cada vez adquieren mayor importancia tanto en la literatura académica como entre los hacedores de políticas públicas.

El de “industrias culturales” fue formulado inicialmente por dos teóricos de la Escuela de Frankfurt, Horkheimer y Adorno, en su estudio *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas*, de 1944. (Herrera, et al., 2013). Posteriormente se hizo más conocido a partir de la difusión del informe *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy*, presentado en 1994 en Australia, el cual destacaba el aporte económico de las actividades creativas a la economía de ese país. A su vez, el concepto de “economía creativa” (EC) se hace más conocido a partir del anterior proyecto. (Castañeda y Garduño, 2017)

Dichos conceptos son muy dinámicos, pues desde su creación y hasta la fecha, han sido ampliamente difundidos, han evolucionado, y se han actualizado, y también han sido defendidos y criticados por diversos autores e instituciones, de modo que se ha ido conformando un cuerpo teórico sólido alrededor de este tema. Se destaca en el presente siglo el desarrollo teórico del tema por parte de autores como Howkins (2001), Scott (2001), Markusen (2006), O'Connor (2007), Throsby (2008), Kloosterman (2010), así como de organizaciones internacionales, entre ellas Naciones Unidas, el Banco Interamericano de Desarrollo, *The Work Foundation* del Reino Unido y otras. En particular, han resultado muy importantes las contribuciones de la UNCTAD y el PNUD para comprender la EC desde una perspectiva pragmática.

Se trata, además, de conceptos polémicos, por varias razones: Primero, por el concepto en sí. Existen varias definiciones debido a la falta de consenso, por lo que en ocasiones se diferencian los conceptos y en otras se identifican, usándose los términos de manera indistinta.

En segundo lugar, tampoco existe consenso en las actividades que se consideran dentro del sector, es decir, no todas las clasificaciones o autores coinciden (diferentes contextos temporales, territoriales, culturales).

¹ Llamadas así por Buitrago y Duque (2013) y tomado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Tercero, por la complejidad desde el punto de vista estadístico. Ello se explica porque cada país posee un sistema propio de ordenación de las actividades industriales y económicas; porque se trata de una actividad muy dinámica y ello entorpece las comparaciones temporales (la realidad que se examina cambia más rápido que la posibilidad de acopiar las estadísticas); porque los diferentes países utilizan distintas variables o indicadores para su medición; y por las indefiniciones o zonas borrosas que existen a nivel conceptual, lo que dificulta trasladar la realidad a un lenguaje numérico, concreto y preciso.

Por último, el contenido del concepto es controvertido, o sea, algunos apoyan la economía creativa y otros la critican, como se mostrará más adelante.

Ante la existencia de diferentes interpretaciones resulta necesario entonces hacer las correspondientes definiciones, con el ánimo de que los lectores conozcan qué se está tratando cuando se utilizan.

La creatividad es un proceso social que no implica necesariamente una actividad económica, pero puede serlo cuando el resultado del proceso creativo es una idea con implicaciones económicas o un producto comercializable. (Howkins, 2001)

Economía Creativa es un concepto más general que Industria Creativa. La Industria Creativa se refiere a un sector; la EC, a todo el conjunto de industrias creativas y otros entes que no necesariamente están organizados en una industria, además de todo el entramado que contribuye a su desarrollo. Al ser más general es más difícil de definir y sobre todo de medir (tamaño y valor)².

Algunas características de la EC son:

- ✓ Existe un estrecho vínculo entre economía, innovación, tecnología, cultura y derecho.
- ✓ Incorpora la creatividad como componente fundamental de la producción. La creatividad se usa para incrementar el valor de una idea.
- ✓ Tiene un contenido artístico, cultural o patrimonial.
- ✓ Los productos se distinguen por sus cualidades únicas y no solamente por su funcionalidad y precios.
- ✓ Posee una doble naturaleza: económica (generación de riqueza y empleo) y cultural (generación de valores, sentido e identidades).
- ✓ Sus bienes, servicios y actividades están frecuentemente protegidos por la propiedad intelectual
- ✓ La demanda y comportamiento de los públicos es difícil de anticipar.

² Dado el peso de la EC en algunos países, muchos han creado lo que se conoce como Cuenta Satélite de Cultura, que constituye una extensión del Sistema de Cuentas Nacionales, con el objetivo de ampliar la capacidad analítica de la contabilidad nacional y así poder medir con mayor flexibilidad y comparar las estadísticas relacionadas con esta actividad con las de otros países.

- ✓ El rápido progreso del conocimiento y la sociedad hacen que el factor tiempo sea crucial.
- ✓ Los trabajadores creativos valoran fuertemente el motivo y significado de su esfuerzo, más allá del crédito económico y social.

Algunos autores diferencian los términos Industrias Creativas e Industrias Culturales. Por ejemplo, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO según sus siglas en inglés) aplica el primero a un conjunto productivo mucho más amplio, que incluye los bienes y servicios que producen las industrias culturales, así como aquellas que dependen de la innovación, incluso muchos tipos de investigación y desarrollo de software. (UNESCO, 2013:20)

De todas formas se trata de conceptos que han ido evolucionando. La propia UNESCO (1982:21) planteó que “existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural”. Sin embargo, más adelante, en 2013, definió a las industrias culturales como aquellas que “producen y distribuyen bienes o servicios que, en el momento en el que se están creando, se considera que tienen un atributo, uso o fin específico que incorpora o transmite expresiones culturales, con independencia del valor comercial que puedan tener”. (UNESCO, 2013:7)

La Comisión Europea, en su “Libro Verde” de 2010, también las diferencia, coincidiendo con el concepto de industria cultural de la UNESCO. Incluye en ella, además de los tradicionales sectores artísticos (artes escénicas y visuales, o patrimonio cultural, incluido el sector público), al cine, DVD y vídeo, la televisión y la radio, los juegos de vídeo, los nuevos medios de comunicación, la música, los libros y la prensa. Mientras que por industria creativa, entiende a aquellas que “utilizan la cultura como material y tienen una dimensión cultural, aunque su producción sea principalmente funcional. Entre ellas incluye a la arquitectura y el diseño, así como subsectores tales como el diseño gráfico, el diseño de moda o la publicidad. (Comisión Europea, 2010:6)

El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) define a las industrias creativas como las que “producen obra protegida por derechos de autor, o son sujetas de producir bienes que incluyen obra protegida, o de distribuirlos”. (IMCO, 2015:7)

Sintetizando los enfoques existentes, algunos de los que diferencian los términos, presentan a las Industrias Culturales como un subconjunto de las Industrias Creativas. Si bien ambas comparten la mayoría de características en cuanto a creación, sistema de producción, susceptibilidad de generar derechos de autor, potencial para generar riqueza, las industrias culturales tienen un

significado social y cultural, un contenido simbólico superior a su valor de uso, o más bien potenciado desde este último. Otros enfatizan en que el término “Industria Cultural” está más relacionado con el patrimonio cultural y las formas tradicionales de creación, mientras “Industria Creativa” se refiere más a las prácticas de artes que incluyen innovaciones, tecnología, y que generan ganancias y crean empleos mediante creación de propiedad intelectual.

Sin embargo, cada vez las líneas divisorias entre una y otra se difuminan y ambos términos son prácticamente intercambiables o fundibles en uno solo, Industrias Culturales y Creativas (ICC), aunque tampoco existe una única definición para este. Haciendo una combinación de algunas de las que se manejan, se pudiera decir que ICC son aquellas que tienen su origen en la creatividad, habilidades y talento individuales, que producen bienes y servicios basados en el conocimiento, y que tiene un potencial para la generación de ingresos y empleos creación de riqueza y puestos de trabajo, mediante la generación y explotación de la propiedad intelectual.

A los efectos de esta investigación los autores se identifican con el concepto unificado de ICC para referirse a aquellos sectores cuya actividad fundamental es la creación, producción, reproducción, promoción, distribución y comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico y patrimonial, basados en contenidos intangibles, generalmente protegidos por derecho de autor.

Otro de los conceptos que se incorporan al estudio y la realidad de estos temas es el de “ciudad creativa” o entorno urbano creativo, pues por lo general, las actividades creativas ocurren en espacios urbanos. Así, el territorio es pieza clave en el análisis de las ICC.

Ciudades Creativas son los conjuntos urbanos que cuentan con actividades culturales como componente esencial de su economía, del funcionamiento social y de la renovación urbana (Naciones Unidas, 2010). Son ciudades que tienden a desarrollar una fuerte infraestructura social y cultural, que genera empleos creativos, son atractivas para la inversión porque tienen instalaciones culturales bien establecidas, y que recuperan sus áreas urbanas desvalorizadas preservando el patrimonio cultural, por tanto, se tornan sitios atrayentes para el turismo. (Andino, 2017)

Los teóricos más destacados en el estudio de las ciudades creativas son Charles Landry (2000) y Richard Florida (2002; 2009), pero la definición ha venido ampliándose y actualizándose por parte de otros autores, que lo han trasladado al plano práctico, y han demostrando que es aplicable a todas las regiones del mundo, no solo a los países desarrollados. (Fonseca Reis, 2009; Andersson et al., 2011)

La UNESCO tuvo la iniciativa en 2004 de ofrecer reconocimiento internacional a aquellas urbes que identifiquen la creatividad como factor estratégico de desarrollo urbano sostenible. Las ciudades son escogidas por destacarse en alguno de los siete ámbitos creativos siguientes: artesanía y artes populares, artes digitales, cine, diseño, gastronomía, literatura y música.

En estos momentos 246 ciudades integran la Red de Ciudades Creativas de este organismo. Con ello, estas ciudades se comprometen a continuar posicionando la cultura, la creatividad y las industrias culturales en el centro de los planes de desarrollo local y cooperar activamente a nivel internacional en la materia, compartiendo las mejores prácticas.

El 31 de octubre (Día Mundial de las Ciudades) de 2019, la UNESCO dio a conocer las últimas 66 ciudades (de las 246) que alcanzaron esa condición entre más de 600 propuestas. Entre ellas fueron escogidas por primera vez dos ciudades cubanas: La Habana, como “Ciudad Creativa de la Música” y Trinidad como “Ciudad Creativa de la Artesanía y las Artes Populares”. (Del Valle, 2019)

Existen otras redes de ciudades para la promoción de la actividad artística, como por ejemplo, la “Red CreArt”, impulsada por la Fundación Municipal de Cultura del Ayuntamiento de Valladolid, España, y reconocida por la Comisión Europea. Este es un proyecto de cooperación cultural europeo centrado en el campo de las artes plásticas o visuales, integrado por 13 ciudades, pertenecientes a 11 países de la Unión Europea. Entre ellas se encuentran dos distinguidas como Capitales Europeas de la Cultura.

Un concepto muy usado hoy es el de “*clúster creativo*”, que se refiere a una aglomeración de empresas pertenecientes a una misma rama de actividad creativa en un determinado lugar, que compiten y cooperan manteniendo entre sí relaciones de mercado o al margen del mismo, así como con otras entidades locales. (Prada y Jiménez, 2014) Con ello se generan ventajas competitivas derivadas de las dinámicas de proximidad entre trabajadores creativos que favorecen el intercambio de conocimiento, así como de la existencia de instituciones y convenciones específicas, favorables al fomento de la propia creatividad y base de las denominadas ciudades creativas. (Scott, 2006; Méndez et al., 2012)

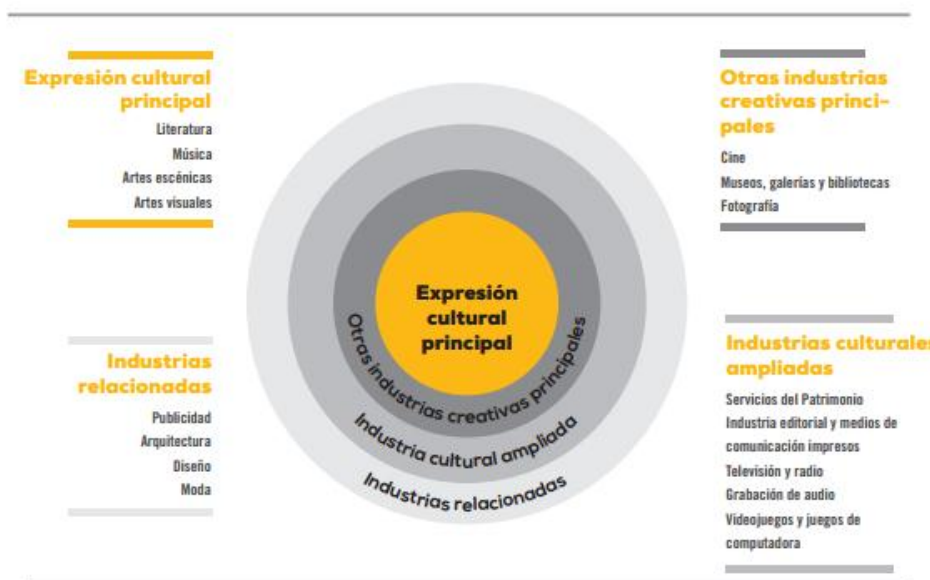
Clasificación

La clasificación de actividades que conforman la EC es otro aspecto complicado y en el que existen discrepancias, lo cual trae serias implicaciones para la medición de este sector. Ello se debe, en primer lugar, a que existen muchos modelos de clasificación y un abanico muy amplio de actividades, que algunos países lo extienden incluso al turismo cultural, los deportes y la manufactura de instrumentos musicales.

En segundo lugar, algunas actividades pueden estar relacionadas con más de un sector, por ejemplo, la industria de la publicidad originalmente se ubicaría en el sector multimedia, pero también se vincula al editorial y audiovisual; el diseño, primero correspondió al sector de las artes visuales y escénicas pero hoy es fundamental para el editorial y multimedia; los museos, artesanías, arquitectura, pertenecen al sector de las artes visuales y escénicas, pero también al turismo cultural.

La realidad es que existen múltiples propuestas de clasificaciones. El Anexo que se incluye al final contiene un resumen de diversos modelos de clasificación según distintas instituciones. Una de las que más éxito ha tenido es la esbozada por Throsby (2001) que después fue adoptada por The Work Foundation, del Reino Unido, en 2007. Esta se basa en la lógica de la cadena de creación de valor de los productos culturales y creativos, agrupando a las actividades en una serie de círculos concéntricos. (Gráfico 1) En el centro se ubican las actividades puramente artísticas y creadoras y hacia el exterior se van ampliando según su grado de vinculación con la creación. Los círculos más alejados corresponden a la distribución o la gestión de los productos creados. (Pratt, 2011)

Gráfico 1
Modelo de las relaciones económicas entre las industrias creativas



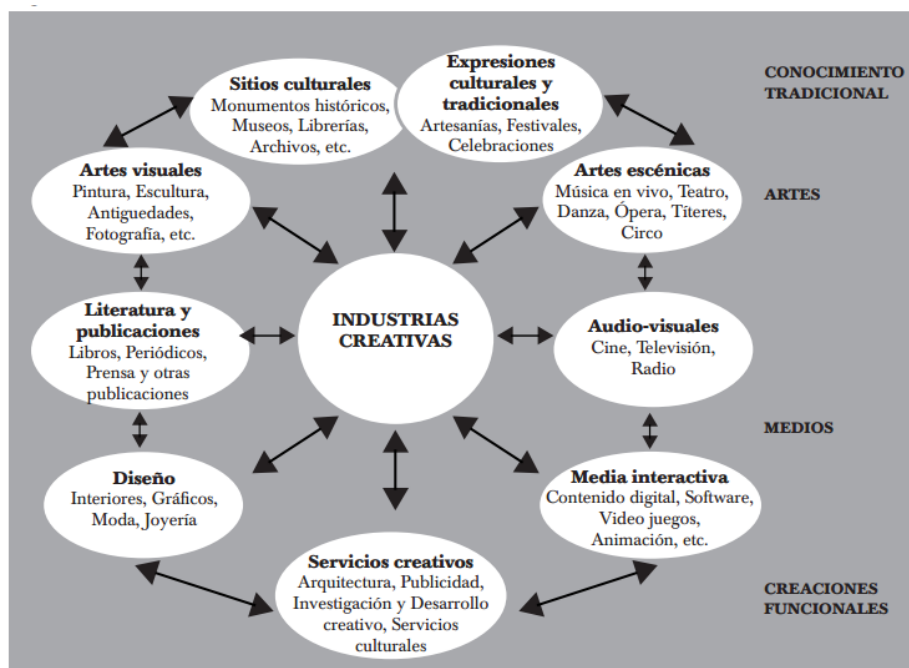
Fuente: Throsby, 2001 (Tomado de UNESCO, 2013)

En esta clasificación se asume una diferencia entre las actividades creativas e industrias culturales. En el núcleo se ubican el patrimonio cultural, las instituciones que se dedican a su salvaguarda (museos, bibliotecas, archivos, etc.), y las creaciones que forman parte del sector artístico propiamente dicho (artes plásticas, danza, teatro). El rasgo común de todas estas manifestaciones

es que se trata de bienes únicos, no reproducibles, y por ello son considerados diferentes de la industria cultural, cuyo rasgo definitorio es su naturaleza reproducible, como el sector del libro y la edición, la música grabada y el sector de audiovisuales, el cine, la prensa, los medios de comunicación, radio y televisión, etc. No es que en este tipo de bienes y servicios no haya creación cultural de carácter único, pero su explotación se basa ineludiblemente en la reproducción y distribución en masa.

La Organización de las Naciones Unidas (UNCTAD y PNUD) ofrece otra clasificación (Gráfico 2), pero tampoco necesariamente tiene que ser aceptada en su totalidad. Por ejemplo, algunas fuentes incluyen a la artesanía dentro de las artes visuales, al igual que el diseño, mientras que las antigüedades las consideran una actividad aparte.

Gráfico 2
Clasificación de Naciones Unidas de las industrias creativas



Fuente: UNCTAD / PNUD, 2010:8

Al margen de que cada país tiene, por lo general, una clasificación de actividades económicas propia, de acuerdo a sus características particulares y el grado de desarrollo de su economía, existen clasificaciones internacionales que ayudan a establecer categorías comparables para todos los países. Así, el Código Internacional Industrial Uniforme (CIIU) ofrece una clasificación sistemática de todas las actividades económicas, en la que se incluyen por supuesto, las culturales. Según la UNESCO, la cuarta revisión del CIIU es la más conveniente para identificar y seleccionar las actividades y ocupaciones pertenecientes a los dominios culturales. (UNESCO, s.f.)

Aunque aún esta clasificación sigue presentando algunos problemas para identificar determinadas actividades culturales, ha mejorado con respecto a sus anteriores versiones, pues es más actualizada y presenta mayor nivel de desglose, especialmente en lo que se refiere a los nuevos medios y servicios, el diseño y las ocupaciones artesanales.

Por otra parte, muchos países, dado el peso que ha adquirido la EC, han experimentado la necesidad de ampliar la capacidad analítica de la contabilidad nacional para medir y poder comparar sus estadísticas relacionadas con la cultura con las de otros países, y han creado lo que se conoce como Cuenta Satélite de Cultura. Esta constituye una extensión del Sistema de Cuentas Nacionales, y su objetivo es ofrecer mayor flexibilidad para examinar esta área específica. La Cuenta Satélite otorga ciertas libertades en función de la disponibilidad de información, con el objeto, por ejemplo, de incluir información adicional principalmente de carácter funcional; utilizar clasificaciones y marcos contables alternativos; introducir, si es necesario, dimensiones adicionales en el marco conceptual; vincular fuentes y datos físicos con el sistema contable monetario; y ampliar el análisis de los indicadores y agregados.

Polémica en cuanto al impacto de la Economía Creativa

Si polémicas han sido las definiciones y clasificaciones relativas a la EC, más lo ha sido el contenido de su concepto por sus posibles implicaciones. Los criterios positivos se argumentan con sus beneficios: permite el aprovechamiento de los sectores intensivos en talento y altamente generadores de valor agregado; produce externalidades positivas en las economías locales; genera ingresos y empleo; apoya la creación artística y contribuye a la educación de las masas. (Alonso y Ríos, 2011)

Sin embargo, otros autores la interpretan de manera diferente y plantean que como aparato ideológico del Estado, puede promover valores no acorde a las necesidades y tradiciones del pueblo (Bennett, 1998); que economizar la cultura puede ser excluyente, pues la base intelectual de la creatividad puede implicar individualismo (Garnham, 2005); se considera un tipo de neoliberalismo o que responde a él (Miller, 2002; 2012); la adaptación del trabajo creativo fuera del país que se origina constituye un imperialismo implícito por la exportación del concepto y su implantación real a escala mundial. (Banks y O'Connor, 2009)

Igualmente, el contenido del concepto de ciudad creativa es defendido o criticado por diferentes autores. Los primeros, la mayoría, la ven como fuente de riqueza económica y dinamizadora de las transformaciones urbanas. Este es el enfoque que prima en la UNCTAD y el PNUD, que en su Informe sobre Economía Creativa de 2008 sostiene que el vínculo entre la creatividad, la

cultura, la economía y la tecnología, expresada en la habilidad para crear y hacer circular capital intelectual, tiene el potencial de generar ingresos, trabajos y ganancias por exportaciones, promoviendo, al mismo tiempo, la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano. (Naciones Unidas, 2008)

Otros, como Miller (2012), la cuestionan, coincidiendo con algunos de los siguientes argumentos: que las ciudades creativas generan políticas urbanas que fomentan el “aislamiento, la fragmentación y la desigualdad sociales” (Scott, 2007: 214); que su enfoque se dirige a actores oportunistas en lugar de a formular planes estratégicos, lo que puede generar más problemas estructurales en las áreas urbanas, como “el lugar que ocupa cada ciudad en el flujo desigual del capital en todo el mundo y la falta de responsabilidad democrática”. (Chatterton, 2000: 392)

Todo lo negativo expresado sobre economía creativa y ciudad creativa ciertamente puede ocurrir si no se trazan políticas culturales que promuevan su buen uso. Gran parte de las empresas creativas independientes en el mundo tienen un enfoque demasiado economicista por intereses propios o, porque tienen que adaptarse a intereses creados mucho más poderosos. (Cunningham, 2002) Así, lo que no es rentable no se produce, lo que lleva a la repetición de fórmulas sencillas de éxito en detrimento de la diversidad creativa de los autores y artistas.

Por otro lado, la globalización ha incrementado el poder de las grandes empresas multinacionales, las que cada día en un número más reducido, controlan una parte mayor de los mercados de producción cultural destinados al gran público. Estos conglomerados imponen patrones de consumo, en la mayor parte de los casos de una “seudo-cultura”, en detrimento de la tradicional y autóctona (Garnham, 1990), no solo con intereses económicos sino también ideológicos y de poder político. (Bustamante, 2004; 2011)

También es cierto que algunos políticos absolutizan y exageran estas interpretaciones para imponer modelos que respondan a sus intereses económicos y políticos. Así, pudiera promoverse mecánicamente el desarrollo de la industria terciaria en contra de la agricultura y la manufactura, o ir en contra de proyectos que constituyen tareas históricas de la izquierda para favorecer a los sectores más empobrecidos. Pero lo que debe quedar claro es que la batalla que debe librarse debe ser por encausar correctamente la EC y no en contra de que esta se desarrolle.

Los hacedores de política cultural en los países del sur deben tener en cuenta que las estrategias que se tracen, las acciones que se cometan, las leyes y regulaciones que se erijan, deben apoyar la creación de la infraestructura básica para el desarrollo de estas industrias, incorporar el rescate y defensa del

patrimonio cultural, pero también deben ir dirigidas a la mitigación de la pobreza.

II. Impacto económico de la Economía Creativa

Hoy en día la EC es un sector estratégico en la economía de muchos países, no solo por el valor económico que tienen por sí mismas, sino también por su valor cultural y simbólico, que genera externalidades positivas en otros muchos sectores económicos, además de que producen beneficios para la educación, la inclusión y la innovación social. Las ICC se han convertido además, en uno de los sectores más dinámicos de la economía global.

Según la UNCTAD (2008), creció casi un 9% anual entre 2000 y 2005, y para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, 2009), su crecimiento anual oscila entre 5% y 20%. Por regiones, se calcula que el ritmo de crecimiento de las ICC se sitúa en torno al 17.6% en el Oriente Medio, 13,9% en África, 11.9% en América Latina, 9.7% en Asia, 6.9% en Oceanía y 4.3% en América del Norte y Central. (UNESCO, s.f.)

Su contribución al crecimiento, tanto de países desarrollados como en vías de desarrollo, se produce a través de la generación de ingresos y de empleos. El impacto económico puede ser directo, cuando se genera en las propias industrias creativas donde se crea el producto; o indirecto, cuando involucra a otras empresas dentro de la propia industria o trasciende a otras fuera del sector, produciendo un efecto de arrastre sobre el resto de la economía. Otras áreas relacionadas que crecen al lado de las ICC son el turismo, además de que crean e inspiran tecnologías y servicios digitales. La relación entre las industrias creativas y el resto de la economía responde a la lógica de las cadenas de valor (creación, producción, distribución y comercialización de los productos culturales).

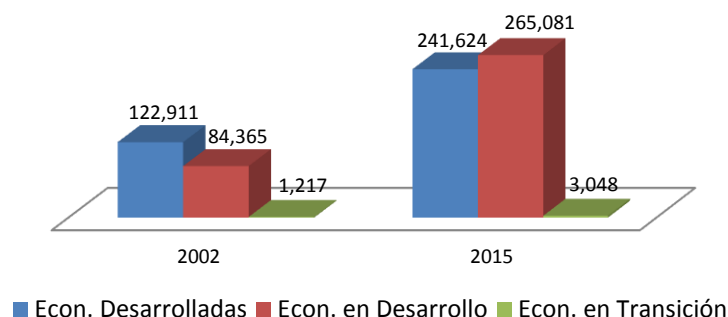
Existen diferentes estimaciones de lo que representan los bienes y servicios culturales para el producto interno bruto (PIB) y el empleo mundial. Según el Banco Interamericano de Desarrollo y la UNESCO, aporta el 3% del PIB en la actualidad, pero se espera que llegue a representar el 10% en los próximos años. (BID, 2016; UNESCO, 2019) Además, da empleo a cerca de 30 millones de personas. (OECD, 2018)

Teniendo en cuenta todo lo anterior, el sector creativo se ha llegado a situar en muchas economías por delante de sectores clásicos como la agricultura, el transporte, la industria química, entre otros. Y se dice que si fuera un país, la economía creativa fuera sería la cuarta economía y el noveno mayor exportador de bienes y servicios del mundo. (Buitrago y Duque, 2013:96)

Por otra parte, el comercio de bienes y servicios creativos se ha convertido en una fuerza poderosa del crecimiento económico, contribuyendo de manera significativa al comercio global. Las exportaciones mundiales de bienes creativos se incrementaron de 208 miles de millones de dólares estadounidenses (\$) en 2002 a \$509 millones en 2015, o sea, más del doble en ese período. (UNCTAD, 2018)

Es de destacar el crecimiento en la participación de las economías en desarrollo en el comercio de bienes creativos, al punto que en 2015 superaron a las desarrolladas. (Gráfico 3)

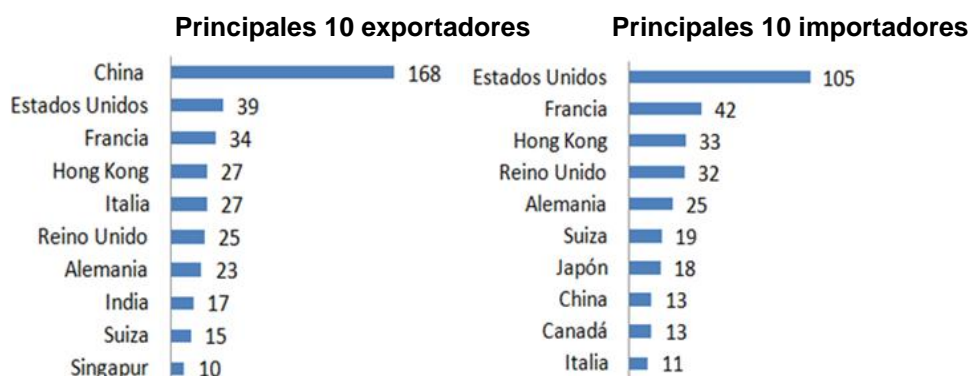
Gráfico 3
Exportaciones de bienes creativos por grupos económicos. 2002, 2015
(millones de dólares)



Fuente: UNCTAD, 2018

Entre todas las regiones, Europa se destaca como la principal exportadora de las economías desarrolladas, y Asia entre las subdesarrolladas (UNCTAD, 2018), destacándose en particular China, que se ha convertido en la mayor exportadora de estos bienes a escala global, superando incluso a Estados Unidos, que es el primero entre los desarrollados. En cuanto a importaciones, Estados Unidos es el principal importador a escala global (Gráfico 4)

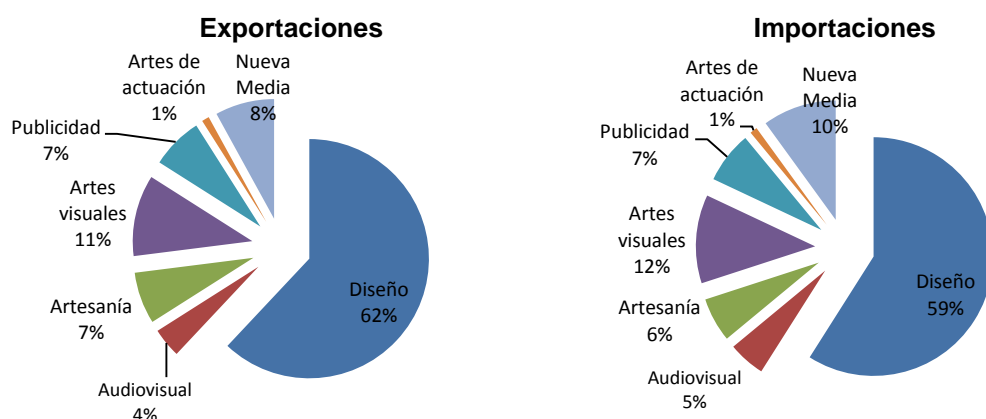
Gráfico 4
Bienes creativos. 2015
(miles de millones de dólares)



Fuente: UNCTAD, 2018

Según la composición por tipo de bienes creativos, tanto de las exportaciones como de las importaciones mundiales, la mayor parte corresponde a productos de diseño (fundamentalmente modas y accesorios, diseño de interiores, juguetes y joyas), con más del 60% del total, seguido por las artes visuales y media³, que juntos representan casi el 20% del total, en ambos casos. (Gráfico 5)

Gráfico 5
Composición del comercio mundial de bienes creativos por grupo de productos. 2015. (% del total de exportaciones e importaciones de bienes creativos)



Fuente: UNCTAD, 2018

En cuanto al comercio de servicios creativos, este se ha convertido en un subsector de rápido crecimiento dentro de la economía creativa, donde los más dinámicos son: cine, TV y video, música, publicidad y los videos juegos, apoyados en la innovación digital. (UNCTAD, 2018)

Teniendo en cuenta todo lo anterior, el sector creativo se ha llegado a situar en muchas economías por delante de sectores clásicos como la agricultura, el transporte, la industria química, entre otros. Y se dice que si fuera un país, la economía creativa fuera sería la cuarta economía y el noveno mayor exportador de bienes y servicios del mundo. (Buitrago y Duque, 2013:96)

Por supuesto, el tamaño de este sector, y por tanto, su impacto en la economía, es mayor en los países desarrollados, sin embargo, resulta significativo que en los menos avanzados la economía creativa ha experimentado un fuerte impulso en los últimos años.

A continuación se muestran algunas cifras de lo que representa este sector para la economía de algunos países:

³ Artes visuales: pintura, escultura, fotografía, antigüedades. Media: software, video juegos.

✓ **Estados Unidos**

El valor real añadido por el sector del arte y la cultura a la producción nacional en Estados Unidos, ha venido creciendo de manera sostenida a lo largo de los 2000, y su aporte al PIB ha sido superior al de otros sectores muy dinámicos de la economía norteamericana como la construcción, el transporte, viajes y turismo, entre otros. (Gráfico 6)

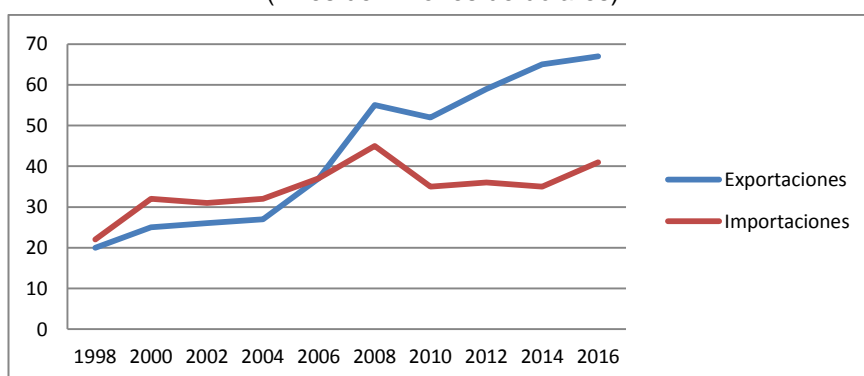
Gráfico 6
E.E.U.U. Valor añadido al PIB por sector. 2016
(miles de millones de dólares)



Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis, 2019

En 2017, más de 673 mil negocios estaban relacionados de alguna manera en la creación o distribución de arte en el país, que generaron más del 4% del PIB y emplearon a más de 5 millones de trabajadores (más del 2% del empleo total del país). (The Andrew W. Mellon Foundation, 2018). De 2006 al 2016 el sector generó un superávit comercial de cerca de \$25 mil millones. (Gráfico 7)

Gráfico 7
E.E.U.U. Importaciones y Exportaciones de bienes y servicios de Arte y Cultura. 1998-2016
(miles de millones de dólares)

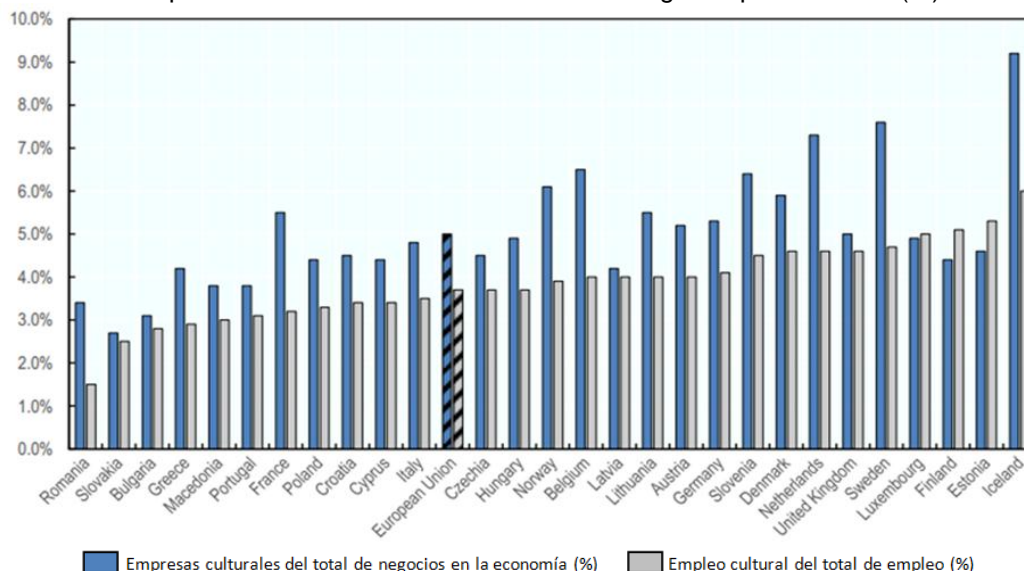


Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis, 2019

✓ **Europa**

En la Unión Europea el sector creativo se considera uno de los más dinámicos, creciendo a un ritmo mayor que el total de la economía desde fines de los 90⁴. Las industrias que lo conforman contribuyen al PIB y al empleo total con más del 5% y 3% respectivamente en la mayoría de los países. (Ver Gráfico 8)

Gráfico 8
Europa. Tamaño de la economía cultural en algunos países. 2015 (%)



Fuente: Eurostat. Tomado de (OECD, 2018)

✓ **América Latina**

En América Latina, las ICC cumplen un papel muy importante en el desarrollo económico de la región. Las tasas de crecimiento del sector en general son más altas que el promedio de los otros sectores económicos. Según el BID y el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA), estas representan entre el 3.5 y 4% del PIB total de la región (BBCMundo, 2018), incluso algunos expertos opinan que es posible que el aporte sea mayor, pero por las deficiencias de los datos, las diferencias entre los países y la diversidad de metodologías y fuentes, no es posible obtener una cifra más certera. (Tam, 2019)

La contribución del sector a las economías no es homogénea en todos los países (Tabla 2). Según un estudio conjunto del BID, la Organización de los Estados Americanos (OEA), y el Consejo Británico, esta va desde el 2 % del PIB en Chile, a más de 10 % en Brasil. (BID, 2016)

⁴ Entre 1997 y 2003 la tasa de crecimiento promedio anual del sector fue de 8,3%, mientras que la economía creció a un ritmo de 7.1%. En cuanto al empleo, en el sector cultural creció en ese período a un 7.7% promedio anual y el empleo total lo hizo a 5.6% anual. (EFEEME, 2007)

Tabla 2
Contribución de la economía creativa a la economía en países de América Latina. 2011

	Contribución al PIB (miles de millones de USD)	Trabajadores (% de la población total)
Argentina	17.08	1.3
Brasil	66.87	0.8
Colombia	11.00	2.4
Chile	3.98	0.9
México	55.01	4.3
Perú	4.72	2.2
Venezuela	5.06	n.d.

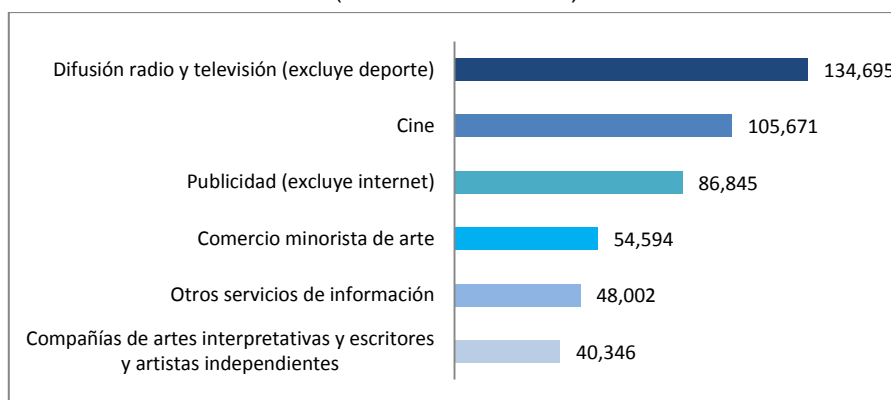
Fuente: Buitrago y Duque, 2013

Como se observa en la tabla anterior, las ICC tienen más peso en Argentina, Brasil y México, pero en otros países como Chile, Colombia y Perú, su importancia ha crecido de manera considerable en los últimos años.

En cuanto a la importancia del impacto de las diferentes industrias culturales, varía a escala global y por países. En sentido general, la industria audiovisual es la que más aporta a la EC en muchas naciones, por lo que se dice que se ha convertido en una de las locomotoras de la economía del siglo XXI. Su extraordinaria flexibilidad, su capacidad de deslocalización y el impacto de todo orden que tiene sobre las audiencias, incluido el turístico, incide en su gran dinamismo.

En Estados Unidos, por ejemplo, las industrias de la radiodifusión y la televisión, junto al cine, que se ubica en segundo lugar, son las que soportan la dinámica economía creativa del país (Gráfico 9) y emplean, de conjunto, a la mayor parte de los trabajadores de ese sector (unos 2.6 millones de personas, desde los técnicos en efectos especiales, maquillistas, actores, escritores, constructores de escenarios, hasta los que venden los tickets). Además, estas industrias se vinculan con cerca de 93 mil otros negocios a lo largo del país. Cuando se está filmando en una locación, se inyecta cada día a las economías locales alrededor de \$250 mil, y cuando se trata de películas o shows de televisión populares, también inciden en el incremento del turismo. También el cine y la TV son los que más contribuyen a las exportaciones del sector del arte y la cultura. (Motion Picture Association (MPA), 2019)

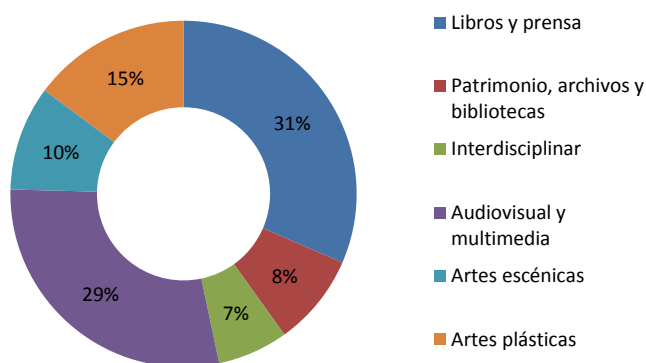
Gráfico 9
E.E.U.U. Principales contribuyentes del sector del arte y la cultura al PIB cultural. 2016
(millones de dólares)



Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis, 2019

En España, los mayores aportes al PIB cultural se generan en las actividades de libros y prensa, y en audiovisual y multimedia (Gráfico 10). El principal sector exportador dentro de las ICC es el de libros y prensa. (Álvarez et al. 2019)

Gráfico 10
España. Aporte de las industrias culturales al PIB cultural por sectores. 2017
(Estructura porcentual)



Fuente: Sanz, 2020

El mayor volumen de empleo (27%) corresponde al subsector de diseño y espectáculos, seguido de las artes visuales (15%), que incluye la grabación, reproducción, edición musical, fabricación de soportes y aplicaciones de imagen y sonido e instrumentos musicales. (Murciano y González, 2018; Ministerio de Cultura y Deporte, 2018)

En el caso de México, los medios audiovisuales contribuyen con más del 36% al PIB de la cultura. (Gráfico 11)

Gráfico 11
México. Distribución del PIB del sector de la cultura por actividades. 2018
(Estructura porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Tomado de (Vergara, 2019)

La actividad cultural que mayor número de empleos genera es la producción de artesanías, con casi 36% del total, seguida de la producción cultural de los hogares, medios audiovisuales y los servicios de diseño y servicios creativos. (Gráfico 12)

Gráfico 12
México. Empleo en el sector cultural por actividades. 2018
(Participación porcentual)



Fuente: INEGI, Tomado de (Vergara, 2019)

En la región se destaca el caso de Colombia, el país que más ha crecido en arte en los últimos años, incluso más que algunos con una gran tradición cultural como Brasil y México. El sector creativo representa más del 3% del PIB, y según su presidente, el objetivo de su gobierno es que supere el 7% en la próxima década.

Conclusiones

- La cultura está ocupando un lugar cada vez más importante en las economías nacionales, por su contribución a la producción de bienes y

servicios y a la generación de empleos, principalmente en países desarrollados, pero en los últimos años también en los menos avanzados.

- Su aporte se produce tanto de manera directa como indirecta, por el efecto multiplicador que tiene sobre otros sectores.
- Los sectores creativos más dinámicos son el cine, la televisión y el video, la música, la publicidad, el diseño y los videos juegos, actualmente apoyados en la innovación digital.
- Su impacto positivo no se genera de manera espontánea. Se necesitan políticas públicas inclusivas, dirigidas a fomentar el desarrollo equilibrado de la EC, con encadenamientos que generen beneficios a toda la sociedad y que defiendan las tradiciones y el patrimonio cultural de los pueblos.

Referencias Bibliográficas

- Alonso, J.C. y Ríos, A.M. (2011). Concentración de la producción de las industrias culturales en Cali, *Estudios Gerenciales*, Vol.27, No.119, abril-junio, p.99-121
- Álvarez, B., Vázquez, C. y Gutiérrez, A. (2019). *La promoción de las industrias culturales y creativas como herramienta para la acción exterior de España*, Real Instituto Elcano, ARI 113/2019 - 28/11/2019, http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari113-2019-alvarezrubio-et-al-promocion-de-industrias-culturales-y-creativas-como-herramienta-para-accion-exterior-espana
- Andersson, D.E., Andersson, A.E. y Mellander, C. (2011). *Handbook of Creative Cities*, <https://researchgate.net/291281228-Handbook-of-Creative-Cities>; <https://www.amazon.com/Handbook-Creative-Cities-Emanuel-Andersson/dp/0857937685>
- Andino, P. (2017). Potencialidades para el desarrollo de las economías creativas en el fragmento de la calle San Ignacio entre Chacón y Muralla, Tesis de Maestría, Colegio Universitario San Gerónimo de La Habana, UH.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (Enero 18, 2016). 'Economía naranja' genera 3% del PIB mundial (y 29,5 millones de empleos), *Estrategia y Negocios*, <https://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/920947-330/economía-naranja-genera-3-del-pib-mundial-y-295-millones-de-empleos>
- Banks, M. y O'Connor, J. (2009). Special Issue: After the creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, Vol.15, No.4, November.
- BBCMundo (16 de agosto de 2018). *Colombia: qué es la "economía naranja" que quiere impulsar el presidente Iván Duque (y por qué es clave para generar riqueza)*, <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45173803>
- Bennett, T. (1998): *Culture: A reformer's science*. St Leonards: Allen & Unwin.
- Buitrago, F. y Duque, I. (2013). *La economía naranja. Una oportunidad infinita*. <http://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economía%20naranja%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence>
- Bustamante, Enrique (2004). Cultural Industries in the Digital Age: Some Provisional Conclusions, *Media, Culture & Society*, Vol 26, No.6, pp.803-820.

- Castañeda, E. y Garduño, B. (2017). Mapa de las industrias creativas en México. Proyección para CENTRO, *Economía Creativa*, No.07, mayo-octubre, pp.118-166. ISSN: 2395-8200
- Chatterton, P. (2000). Will the real Creative City please stand up?, *City*, Vol. 4, No. 3, pp. 390-397
- y creativas. Bruselas, <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0183:FIN:ES:PDF>
- Cunningham, S. (2002). Book Reviews [Review of the book Culture in Australia: Policies, publics and programs]. *International Journal of Cultural Studies*, Vol.5, No.2, pp.253-256
- Del Valle, T. (4 de noviembre de 2019). UNESCO declara a La Habana y Trinidad "Ciudades Creativas", *Portal Cubarte*, <http://cubarte.cult.cu/periodico-cubarte/unesco-declara-la-habana-y-trinidad-ciudades-creativas/>
- EFEEME (31 de enero de 2007). La cultura y el ocio representan el 3.9% del PIB español, *EfeEme.com*, <https://www.efeeme.com/la-cultura-y-el-ocio-representan-el-3-9-del-pib-espanol/>
- Florida, R. (2002): *The rise of the creative class*, Basic Books, New York
- Florida, R. (2009): *Las ciudades creativas*. Barcelona, Paidós.
- Fonseca Reis, A.C. (2009). *Creative City Perspectives*, <https://www.worldcat.org/title/creative-city-perspectives/oclc/652421130>
- Méndez, R., Michelini, J. y Prada, J. (2012). Economía creativa y desarrollo urbano en España: una aproximación a sus lógicas espaciales, *Revista EURE - Revista de Estudios Urbanos Regionales*, Vol.38, No.113, <http://www.eure.cl/index.php/eure/article/view/194/537>
- Ministerio de Cultura y Deporte (Noviembre 2, 2018). *Nota sobre el anuario de estadísticas culturales*, Madrid, España, <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:76bdf8b-47f3-40c9-8b8f-562ea4f9826d/anuario-de-estadisticas-culturales-2018-nota-resumen.pdf>
- Murciano, M. y González, C. (2018). Las industrias culturales y creativas en España: una aproximación cuantitativa, *Cultura Creativa Iberoamericana*, No.1, pp.205-218, <http://culturacreativaiberoamericana.edu.umh.es/wp-content/uploads/sites/1321/2018/01/Espa%C3%B1a.pdf>
- Florida, R. (2002): *The rise of the creative class*, Basic Books, New York
- Florida, R. (2009): *Las ciudades creativas*. Barcelona, Paidós.
- Fonseca Reis, A.C. (2009). *Creative City Perspectives*, <https://www.worldcat.org/title/creative-city-perspectives/oclc/652421130>
- Garnham, N. (1990). *Capitalism and communication: global culture and the economics of information*. London: Sage.
- Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the creative industries approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, No.11, 15-29.
- Herrera, E., Bonilla, H. y Molina, L.F. (2013). *Ciudades creativas ¿paradigma económico para el diseño y la planeación urbana?* <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/artivcle/view/11-20>

- Howkins, J. (2001). *The creative economy. How People Make Money From Ideas*, Penguin Books, Londres, Inglaterra, <http://www.creativeeconomy.com/book.htm>
- Instituto Mexicano para la Competividad (IMCO) (2015). *Industrias Creativas & Obra Protegida*, <https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2015/08/2015-Propiedad-intelectual-Libro-completo.pdf>
- Kloosterman, R. (2010). Building a career. Labour practices and cluster reproduction in dutch architectural design, *Regional Studies*, Vol.44, No.7, Taylor and Francis, London, pp. 859-871.
- Landry, C. (2000). *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovation*. London, Inglaterra: Earthscan.
- Markusen, A. (2006). Defining the cultural economy: industry and occupational approaches”, *Economic Development Quarterly*, Vol.22, No.1, Cleveland State University, Cleveland, pp. 24-45.
- Méndez, R., Michelini, J. y Prada, J. (2012). Economía creativa y desarrollo urbano en España: una aproximación a sus lógicas espaciales, *Revista EURE - Revista de Estudios Urbanos Regionales*, Vol.38, No.113, <http://www.eure.cl/index.php/eure/article/view/194/537>
- Miller, T. (2002). A view from a fossil: The new economy, creativity and consumption - two or three things I don't believe in. *International Journal of Cultural Studies*, Vol.7, No.1, pp.55-65.
- Miller, T. (2012). Política cultural/industrias creativas, *Cuadernos de Literatura*, No.32, Julio-Diciembre, pp.19-40, ISSN 0122-8102, <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cualit/article/view/4058>
- Motion Picture Association (MPA) (2019). *Driving Economic Growth*, <https://www.motionpictures.org/what-we-do/driving-economic-growth/>
- O'Connor, J. (2007). *The cultural and creative industries: A review of the literature*, Arts Council England, London.
- Organización para Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) (2009). Portal Estadístico, <http://www.oecd.org/statsportal/0,3352>
- OECD (2018). Cultural & Creative Industries (CCIs): Fulfilling the Potential, Discussion Note, <http://www.oecd.org/cfe/leed/venice-2018-conference-culture/documents/B1-DiscussionNote.pdf>
- Prada, J. y Jiménez, I. (2014). La economía creativa en Ecuador: una aproximación a sus lógicas espaciales a partir del censo nacional económico de 2010, *Entorno Geográfico*, No.10, enero-diciembre, pp.110-135
- Pratt, A. (2011). An economic geography of the cultural industries, in Andrew Leyshon, R., McDowell, L., Sunley, P. (eds) *Handbook of Economic Geography*, London, Sage.
- Sanz, S. (2020). *El impacto de las artes plásticas sobre la economía española*, <https://www.sarasanzaldea.com/el-impacto-de-las-artes-plasticas-sobre-la-economia-espanola/>
- Scott, A.J. (2001). Capitalism, cities, and the production of symbolic forms, *Transactions of the Institute of British Geographers*, Vol.26, No.13, pp. 11-23, Royal Geographical Society, London.
- Scott, A.J. (2006). Creative cities: Conceptual issues and policy questions. *Journal of Urban Affairs*, Vol.28, No.1, pp.1-17.

- Scott, A.J. (2007). ¿Capitalismo y urbanización en una nueva clave? La dimensión cognitivo-cultural, *Tabula Rasa*, No.6, pp.195-217. Bogotá: Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- Tam, N. (Agosto 24, 2019). La Economía Naranja en Panamá generó el 5.8 por ciento del empleo, Editora Panamá América SA, <https://www.panamaamerica.com.pa/economia/la-economia-naranja-en-panama-genero-el-58-por-ciento-del-empleo-1142203>
- The Andrew W. Mellon Foundation (October 2018). Putting Creative Industries to Work, News & Blog, <https://mellon.org/resources/shared-experiencias-blog/pitting-creative-industries-work/>
- The Work Foundation (2007). *Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries*, London, DCMS.
- Throsby, D. (2001). *Economía y Cultura*. Madrid:Cambridge University Press
- Throsby, D. (2008). Modeling the cultural industries, *International Journal of Cultural Policy*, Vol.14, No.3, pp.217-232, Routledge, Taylor and Francis Group, London.
- U.S. Bureau of Economic Analysis (2019). The U.S. Arts and Cultural Production Satellite Account (1998-2016): A national Summary. Creative Economy State Profiles, <https://www.arts.gov/news/2019/latest-data-shows-increase-us-economy-arts-and-cultural-sector>
- United Nations (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (1982). Conferencia Mundial sobre las políticas culturales, <http://portal.unesco.org/culture>
- United Nations (UNESCO/PNUD) (2013). *Creative Economy Report*, Special Edition. Widening Local Development Pathways, <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>
- United Nations (Oficina de la UNESCO en Lima) (Mayo 16, 2019). UNESCO presentó Informe Mundial sobre Industrias Culturales, Perú, <http://www.unesco.org/new/es/lima/work-areas/unidad-informacion-publica/office-news/unesco-presento-informe-mundial-sobre-industrias-culturales/>
- United Nations (Conference on Trade and Development (UNCTAD) y United Nations Development Program (UNDP) (2008). *Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy-Making*, <http://www.unctad.org/templates/webflyer.asp?docid=9750&intItemID=2068&lang=1 doc umentos/555.pdf>
- United Nations (UNCTAD y PNUD) (2010). *Creative Economy Report*, Geneva-New York, http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf
- United Nations (UNCTAD) (2013). *Trade in creative products reached new peak in 2011, UNCTAD figures show*, http://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=498&Sitema p_x0020_TTaxonomy=UNCTAD%20Home;#1385;#International Trade and Commodities;#1547;#Creative Economy Programme;#1851;#Services, development and trade;#1856;#UNCTAD GSF 2013.
- United Nations (UNCTAD) (2018). *Creative Economy Outlook. Trends in international trade in creative industries. 2002-2005 / Country Profiles*,

(publicado el 14 de Enero de 2019)
https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf

- United Nations (UNESCO) (s.f.). Economía. Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo. Manual Metodológico, <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Economia.pdf>
- Vergara, C. (20 nov 2019). El PIB cultural aportó 3.2% del PIB total, el menor en 10 años, *AFMedios*, México, <https://www.afmedios.com/2019/11/el-pib-cultural-aporto-3-2-del-pib-total-el-menor-en-10-anos/>

ANEXO

SISTEMAS DE CLASIFICACIÓN DE LAS ICC

1. Modelo DCMS	2. Modelo de Textos Simbólicos	3. Modelo de los Círculos Concéntricos
Publicidad Arquitectura Arte y mercado de antigüedades Artesanía Diseño Moda Cine y video Música Artes escénicas Industria editorial Software Televisión y radio Videojuegos y juegos de computadora	Industrias culturales principales Publicidad Cine Internet Música Industria editorial Televisión y radio Videojuegos y juegos de computadora Industrias culturales periféricas Artes creativas Industria culturales fronteras Aparatos electrónicos Moda Software Deportes	Artes creativas nucleares Literatura Música Artes escénicas Artes visuales Otras industrias culturales principales Cine Museos y bibliotecas Industria cultural ampliada Servicios del Patrimonio Industria editorial Grabación de audio Televisión y radio Videojuegos y juegos de computadora Industrias relacionadas Publicidad Arquitectura Diseño Moda
4. Modelo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)	5. Modelo del Instituto de Estadísticas de la UNESCO	6. Modelo de Americanos por las Artes
Industrias que dependen principalmente de los derechos de autor Publicidad Entidades de gestión colectiva Cine y video Música Artes escénicas Industria editorial Software Televisión y radio Artes gráficas y visuales Industrias que no solo dependen del derecho del autor Arquitectura Ropa, calzado Diseño	Moda Utensilios domésticos Juguetes Industrias interdependientes relacionadas con el derecho de autor Estudios de grabación Productos electrónicos de consumo Instrumentos musicales Industria papelería Fotocopiadoras, equipos fotográficos Industrias en ámbitos culturales fundamentales Museos, galerías y bibliotecas Artes escénicas Festivales Artes visuales, artesanía Diseño Industria editorial Televisión, radio Cine y video Fotografía Medios de comunicación Industrias en ámbitos culturales ampliados Instrumentos musicales Equipos de sonido Arquitectura Publicidad Equipos de impresión Software Hardware audiovisual	Publicidad Arquitectura Escuelas de arte y servicios Diseño Cine Museos, zoológicos Música Artes escénicas Industria editorial Televisión y radio Artes visuales

Fuente: UNESCO / PNUD, 2013