



LA ECONOMÍA CREATIVA EN MÉXICO: CASO OAXACA

The creative economy in Mexico: Oaxaca's case

LORENZO ALEJANDRO MATADAMAS TORRES¹, JUAN REGINO MALDONADO², BLASA CELERINA CRUZ CABRERA¹, MARICELA CASTILLO LEAL¹, VERONICA HERNÁNDEZ MENDOZA³

¹ Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Oaxaca, México

² Centro de Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional Unidad Oaxaca del Instituto Politécnico Nacional, México

³ Universidad Abierta y a Distancia de México

KEY WORDS

*Creativity
Creative Industries
Cultural Industries
Cultural Policies
Regional Economic
Development*

ABSTRACT

Since the 2000s, in developing as well as developed countries, the subject of creative economy in economic development and growth has been relevant. In Mexico, studies in this regard are extremely important in marginalized states where creative and cultural activities contribute to regional economic development and strengthen the cultural ties and identity of indigenous peoples. The article proposes a model of creative economy for Mexico starting in Oaxaca, in addition to revealing its economic contribution to the state. First, scientific articles on creative economy published in scientific databases from 2000 to 2018 were reviewed. Next, the creative and cultural economic units, their generated jobs and their contributions to the GDP of the state production were identified.

PALABRAS CLAVE

*Creatividad
Industrias creativas
Industrias culturales
Políticas culturales
Desarrollo económico regional*

RESUMEN

Desde los años dos mil, en países en vías de desarrollo como desarrollados ha sido relevante el tema de economía creativa en el desarrollo y crecimiento económico. En México los estudios al respecto son de suma importancia en estados marginados donde las actividades creativas y culturales aportan al desarrollo económico regional y fortalecen el arraigo cultural e identidad de los pueblos indígenas. El artículo propone un modelo de economía creativa para México a partir del caso de Oaxaca, además de revelar su contribución económica al estado. Primero se revisaron artículos científicos sobre economía creativa publicados en bases de datos científicas de 2000 a 2018. En seguida, se identificaron las unidades económicas creativas y culturales, sus empleos generados y sus aportaciones al PIB de la producción del estado.

Introducción

Desde los noventa algunos gobiernos han venido impulsado la economía creativa de sus países a través de implementar políticas culturales con gran incidencia en su desarrollo y crecimiento económico (Australia, 2013; Chin Yu Chen y Jwu-Jenq Chen, 2014). Sin embargo, a partir del libro del inglés Howkins (2001), en algunos países de Europa, América Latina y Asia las ideas sobre economía creativa son retomadas con gran fuerza en la primera mitad de la década de los dos mil (UNCTAD, 2008; 2010; Florida et al., 2010). Sin embargo, en esos mismos continentes más países han incrementado sus trabajos sobre el tema en los últimos siete años (Chin-Yu Chen y Jwu-Jenq Chen, 2014; Lazzeretti et al., 2017; Collins et al., 2018; BID, 2018).

En América Latina, destaca Colombia después de Estados Unidos y Canadá en la implementación de políticas culturales de impulso a la economía creativa (Piedras, 2012; BID, 2018). En contraste, México un país de América del Norte, sobresale por continuar implementado políticas culturales tradicionales desligadas de la economía creativa ignorando su potencial en el desarrollo económico regional (Gómez y Muñoz, 2014; BID, 2018).

Por lo anterior, este estudio tiene un doble objetivo, proponer una clasificación de industrias creativas (ICR) e industrias culturales (IC) en un modelo de economía creativa (EC) para México, utilizando el caso de Oaxaca, además de mostrar su contribución económica al estado.

Este trabajo por un lado, se suma a la escasa investigación al respecto hallada en México y por otro, evidenciar la relevancia económica y social del sector cultural a escala local, y por lo tanto, su consideración en el diseño e implantación de políticas culturales desde el enfoque de la economía creativa.

En el documento se abordan los antecedentes de la EC, su conceptualización, la relación que guarda con el desarrollo y crecimiento económico. Previamente se describe la metodología para posteriormente realizar la propuesta del modelo de economía creativa para Oaxaca, y mostrar su contribución económica al estado. Finalmente se presentan las discusiones y conclusiones del trabajo.

Antecedentes de la economía creativa

De los primeros países que inician con la implementación de políticas públicas sobre EC fue Australia en 1994, con el objetivo de preservar el patrimonio cultural y desarrollo económico. Desde entonces, los australianos han tenido oportunidad de participar y beneficiarse del impulso a las

diferentes autoexpresiones culturales y artísticas en este país (Australia, 2013; Guilherme, 2017; Guilherme y Gondim, 2018).

De igual manera con el objetivo de lograr desarrollo económico, desde 1997 con Tony Blair el primer ministro británico y los siguientes gobiernos han implementado políticas públicas de impulso a las actividades culturales. Con la misma meta, en el mismo año Corea del Sur y Nueva Zelanda crearon la ley de promoción de contenidos culturales (Chin Yu Chen y Jwu-Jenq Chen, 2014).

En Inglaterra con el trabajo de Howkins (2001), sobre *la economía creativa: como las personas hacen dinero de las ideas*, se reconoce al arte, cultura, diseño e innovación como factores clave en el éxito de los negocios, y base del desarrollo económico basado en la creatividad. Las ideas sobre EC después se extendieron a países de otros continentes entre ellos Australia, Hong Kong, Singapur, China, Alemania, Finlandia, Japón, Colombia, Brasil, Argentina y Canadá (Levickaité, 2012; Chuluunbaatar et al., 2013; Chin Yu Chen y Jwu-Jenq Chen, 2014; Lazzeretti et al., 2017).

En 2006, la Comunidad Europea inició sus primeros trabajos sobre EC integrando información sobre los sectores culturales de sus países miembros (Chuluunbaatar et al., 2013). Dos años más tarde, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD por sus siglas en inglés), se informa que el PIB de la producción del sector cultural tuvo un crecimiento promedio anual del 10 por ciento durante 2006-2008 (UNCTAD, 2008). En los años siguientes, propone la clasificación de industrias creativas y culturales en un modelo de economía creativa, el cual se describe en el siguiente apartado (UNCTAD, 2010).

Conceptualización de la economía creativa

De acuerdo con Levickaité (2012), varios son los problemas de investigación abordados en las diversas investigaciones sobre EC, cuyos trabajos se pueden clasificar en dos posturas. Por un lado, los estudios que, desde un enfoque moderno y fresco ven a la EC como resultado de la creatividad. Dicho factor parece ser resultado de un proceso holístico abarcador de otros factores contemporáneos de la economía (tecnología, innovación, redes sociales y factores ambientales). Por otro lado, investigaciones que, desde un enfoque histórico consideran a la EC un producto o servicio cultural, por sentar sus bases en la economía cultural. Sin embargo, Deheinzelin (2008); Sava y Badulescu (2017) señalan que ambas creatividad y cultura son materias primas esenciales de las actividades creativas y culturales.

Por lo anterior, un concepto unificado y generalizado de EC aún no se tiene. En ese sentido,

se puede decir que el concepto sigue en proceso de construcción (Potts, 2008; Deheinzelin, 2008; Collins y Cunningham, 2017). Aunque, el concepto de EC más frecuente en la literatura de esta naturaleza es el propuesto por la UNCTAD (2010). La define como aquellos recursos creativos potencialmente generadores de ingresos, empleos, desarrollo y crecimiento económico. Cuyos recursos también promueven la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano en general.

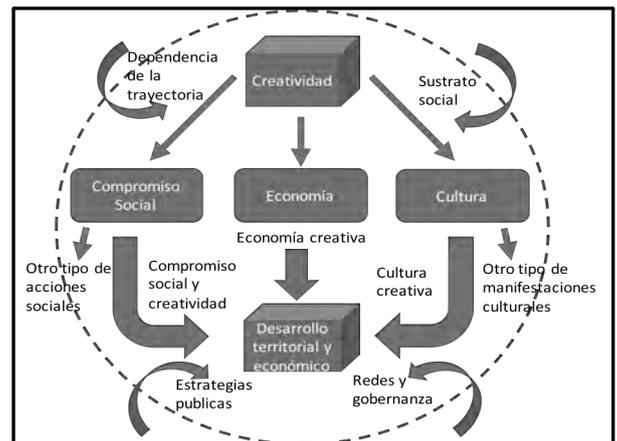
Según el estudio de Esquivias y Muriá (2001), la creatividad es una habilidad vinculada a la propia naturaleza del hombre. Otro estudio de Esquivias (2004) permite conocer diferentes conceptos de creatividad, cuyos procesos por demás complejos y sofisticados se producen en la mente del ser humano. Las constantes en sus diferentes definiciones son los términos de novedad y aportación.

Por su parte, Prada (2015), define creatividad como la capacidad del ser humano de crear e inventar según los medios y espacios donde se desenvuelve. De esa manera, las personas resultan ser creativas, positivas, tienen confianza en sí mismos, convergen en una amplia gama de intereses y conveniencias (Wenfu et al., 2014; Mastria et al., 2018). Quienes poseen ciertas características (i) edades entre 15 y 29 años, (ii) son creativos e innovadores, (iii) una gran parte de estos tienen alta educación formal, y (iv) son creativos en todas las etapas de la cadena de producción de bienes y servicios (Collins y Cunningham, 2017).

También Prada (2015), señala que la creatividad no sólo es un insumo fundamental en industrias de sectores creativos convencionales (audiovisuales, diseño, artes, etc.) (Garnham, 2005), sino también en industrias de sectores creativos tradicionales (artesanal) generalmente excluidos de las políticas de desarrollo territorial y económico de países en desarrollo (Figura 1).

En ese sentido, las ICR aprovechan la creatividad en la producción de bienes y servicios culturales, incluidos juegos de computadora, cine, televisión, publicidad, mercados de antigüedades y publicaciones (Moreton, 2018). Son industrias creativas basadas en contenidos simbólicos, artísticos y creativos tradicionalmente reconocidas por guardar estrecha relación con la cultura (Buitrago y Duque, 2013).

Figura 1. Creatividad en el desarrollo territorial y económico



Fuente: elaboración propia con base en Prada (2015).

Respecto a la cultura, es considerada como insumo primordial de las industrias culturales (Piedras, 2004; 2012). Las IC son unidades económicas productoras y comercializadoras de bienes y servicios transmisoras de expresiones culturales, independientemente de su valor comercial (UNESCO, 2005; Piedras, 2012).

En las IC la creatividad de los trabajadores es una forma de conocimiento transferida a la innovación, desarrollo, comercialización que agrega valor económico a la producción de bienes y servicios (Piedras, 2012).

En algunos estudios las ICR e IC de la economía creativa son analizadas separadamente para identificar en su interior a las clases creativas, formación de clúster, ciudades creativas, sustentabilidad de las ciudades creativas, y principalmente su relación en el desarrollo y crecimiento económico (Florida, 2002; Florida et al., 2010; Urbanos y Stoyanova, 2011; Lazzeretti et al., 2017; Moreton, 2018). Otros estudios consideran a las IC como subconjunto de las ICR, estas últimas consideradas núcleo de la EC (Piedras, 2012; Guilherme y Gondim, 2018). Por lo anterior, el presente estudio intenta identificar la contribución económica de las industrias creativas incluidas las culturales al crecimiento económico de Oaxaca.

La economía creativa y el crecimiento económico

De acuerdo con el informe de la organización de consultoría *European Affairs* sobre economía de la cultura (KEA por sus siglas en inglés), en Europa de 2002 a 2004 el empleo creció 1.85 por ciento. Sólo en 2003 el valor agregado bruto de las ICR fue 654 mil millones de euros, representó el 2.6 por ciento del PIB de la producción europea (KEA, 2006).

Comparando las aportaciones de las ICR al PIB nacional de los países por región económica (Región

África-Occidental, Región Asia-Pacífico, Región Asia-Central y Región Oriente-Medio, Latinoamérica y el Caribe, y Región Europea), en 2004 las ICR de Estados Unidos registraron la mayor aportación al PIB de ese país con un 11.09 por ciento (UNCTAD, 2010).

Según el informe de cultura e industria creativa alemán, en 2006 el valor agregado bruto de las industrias creativas fue de 61 mil millones de euros, representó también el 2.6 por ciento del PIB de la producción y empleó a 938 mil personas, alrededor del 3.3 por ciento del mercado de trabajo alemán de ese año (KWF, 2009).

Para 2012, el valor agregado bruto de la economía creativa irlandesa fue de 4.6 mil millones de euros, representó el 2.8 del PIB de la producción de ese país (Collins et al., 2018).

En el caso de México, en 1998 las industrias protegidas por derechos de autor aportaron el 6.7 por ciento del PIB nacional. Las industrias de música, cine y editorial contribuyeron en mayor medida a la producción bruta en 2.6, 1.4 y 1.3 por ciento respectivamente (Piedras, 2004).

A nivel local, hay pocos estudios que evidencian la contribución de la economía creativa al crecimiento económico. En México, según el informe de la Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, las actividades culturales contribuyeron con el 7.6 por ciento del total de empleos generados en el estado (SECULTA, 2011).

La economía creativa hacia nuevos cauces de desarrollo local

Es claro que la cultura se ha convertido no sólo en un ingrediente vital de identidad nacional, sino también en una señal de distinción local con proyección internacional (Hall, 2000; Bakhshi y Cunningham, 2016; UNESCO, 2017).

Una mezcla razonable de condiciones locales han propiciado la generación de grandes cadenas de creación de valor, producción, distribución y consumo de mercancías que despliegan formas diversas capturadas a partir de peculiaridades culturales de los contextos locales, mostrando de esa manera su gran potencial económico (Sassen, 2012). Por ejemplo, la creciente industria artesanal del sur de China, en ese mismo país los avanzados complejos de la electrónica y software en Pekín. También la electrónica y software de Bangalore en India, los clústeres de producción de telenovelas en Bogotá Colombia, Caracas Venezuela, São Paulo Brasil y México (Scott, 2006).

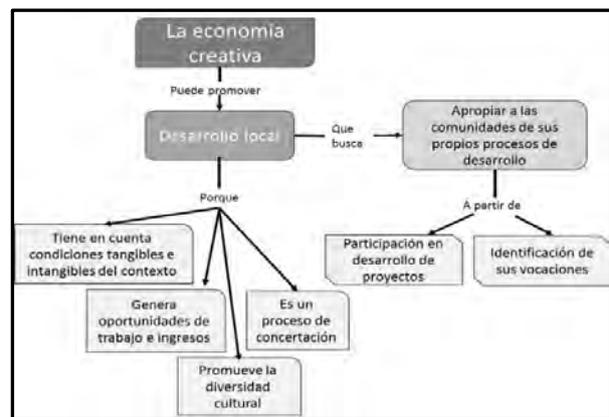
En ese contexto, la cultura es clave en las diferentes manifestaciones culturales de ciudades y regiones en el marco de la economía globalizada. La cultura puede convertirse en facilitador de cambios en diferentes ámbitos (sociales, políticos, económicos y ambientales), y niveles de la sociedad

(global, nacional, regional y local) (Piedras 2004; 2017; Sassen, 2012).

El Servicio Nacional de Aprendizaje de Colombia (SENA, 2014), sugiere unir los conceptos de EC y desarrollo local en tres puntos (i) identificar el inventario de recursos culturales de cara en el territorio donde se habita, (ii) establecer las vocaciones culturales y ventajas competitivas, y (iii) utilizar los recursos y vocaciones en generación de ideas de emprendimiento cultural, con el objetivo de reconocer las potencialidades del territorio en materia económica y cultural.

De acuerdo con el SENA, la concepción de desarrollo local implica tener presente las particularidades culturales y potencialidades económicas de cada territorio favoreciendo aquellas acciones y proyectos de participación comunitaria (Figura 2).

Figura 2. Economía creativa y desarrollo local



Fuente: elaboración propia con base en SENA (2014).

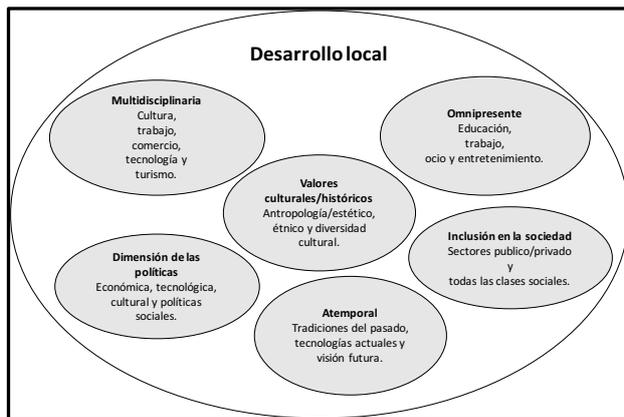
Por su parte, Dos Santos (2009) plantea una visión general de las principales dimensiones del desarrollo local en economía creativa. Las propuestas de políticas públicas en el desarrollo local deben considerar que la cultura está omnipresente en la vida cotidiana de las personas, en la educación, en el trabajo, momentos de ocio y entretenimiento. Asimismo, considerar que es resultado de la evolución, organización, difusión de valores en las sociedades, donde la etnicidad y comportamiento de los individuos van creando, moldeando valores y construyendo la historia de los pueblos.

En economía creativa considerar las diferentes expresiones y manifestaciones culturales es esencial en el diseño de políticas públicas de inclusión de la diversidad cultural, más aún en la actualidad para equilibrar la predominancia de la homogeneidad de gustos y estilos tan difundida por los medios de comunicación e información. También considerar el carácter atemporal de la cultura. Por ejemplo, en el diseño de políticas que reconozcan y rescaten el valor del conocimiento tradicional de culturas

ancestrales, asociado al uso de tecnologías modernas para satisfacer la demanda actual de bienes y servicios e incursionar en nuevos nichos de mercado.

El desarrollo local desde la economía creativa es posible a través de la integración de las cuatro dimensiones (económicas, tecnológicas, culturales y sociales), y carácter multidisciplinario de las políticas públicas (cultura, trabajo, finanzas, comercio, tecnología y turismo) (Figura 3).

Figura 3. Dimensiones del desarrollo local en la economía creativa



Fuente: elaboración propia con base en Dos Santos (2009).

Metodología

El estudio se diseñó de acuerdo con los lineamientos de una investigación de tipo exploratoria y descriptiva (Cea'D Ancona, 2010; Sampieri et al., 2010). Para plantear el marco teórico del trabajo y modelo de economía creativa para Oaxaca, en las bases de datos *Springer*, *ScienceDirect*, *ProQuest*, *Emerald*, *Academic Search Complete* y *REDALyC* se realizó la identificación de artículos por palabra clave de 2000 a 2018 (economía creativa, industrias creativas, ciudades creativas, clases creativas y políticas culturales). En seguida, para conocer la contribución de la economía creativa a la economía del estado en las bases de datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) de los años 2004, 2009 y 2014 se recopiló información secundaria sobre unidades económicas, personal ocupado y PIB de la producción.

Resultados

Modelos de economía creativa

En los últimos años han surgido algunos modelos de clasificación de ICR e IC que con base en ciertos criterios (propósito, formas de operación y

localización), cada uno de estos realiza su propia propuesta de clasificación bajo un determinado modelo, los cuales se describen a continuación:

1. El modelo del Reino Unido se hecho andar a finales de los noventa con el objetivo de reposicionar a la economía británica a partir del impulso de las ICR basadas en la creatividad e innovación. Son definidas como aquellas industrias que requieren de ciertas habilidades, creatividad y talento humano para potencializar la riqueza cultural del país a través del desarrollo y explotación de la propiedad intelectual (DCMS, 2001).
2. El modelo de textos simbólicos de Europa y Reino Unido incluye a las industrias culturales en las industrias creativas. Considera las bellas artes como base del establecimiento social y cultural de la sociedad. Señala que, en un sistema de producción capitalista los medios de comunicación e información impresa y audiovisual juegan un papel sumamente importante en la creación, difusión y reproducción de la cultura (Hesmondhalgh, 2002).
3. El modelo de círculos concéntricos tiene el objetivo de transmitir valores culturales para reproducir y preservar la cultura. Propone desarrollar industrias culturales a partir de producción de bienes y servicios dirigidos a un determinado segmento del mercado con preferencias de contenido cultural (Throsby, 2001).
4. El modelo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI, 2013) toma en cuenta a las industrias que participan directa o indirectamente en la creación, producción y distribución de bienes sujetos a derechos de autor.
5. El modelo del Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales de Colombia (CRECE), favorece la elaboración de productos de contenido cultural y valor simbólico local dirigidos a mercados globales (Piedras, 2012).
6. El modelo de la UNCTAD (2010), clasifica en cuatro subsectores (medios, creaciones funcionales, artes y patrimonio cultural) a las industrias creativas desarrolladas tanto en áreas urbanas como en las periferias de las grandes ciudades.

Los seis modelos de industrias creativas descritos anteriormente dan una idea general de las diferentes actividades de producción creativas y culturales que van desde las basadas en conocimiento tradicional, preservación de tradiciones y festividades culturales, etc., hasta actividades basadas en desarrollo tecnológico e innovación. Las cuales, en gran parte son clasificadas con base al factor cultural de los

diferentes contextos (Copaja y Esponda, 2017) (Tabla 1). Los modelos han permitido estimar el impacto de la cultura en el desarrollo local y la

contribución real del sector creativo al PIB en algunos países desarrollados y emergentes principalmente (UNESCO, 2013).

Tabla 1. Modelos de industrias creativas

Modelo de Reino Unido	Modelo de textos simbólicos	Modelo de los círculos concéntricos	Modelo OMPI	Modelo de CRECE	Modelo de UNCTAD
Derechos de autor	Núcleo de industrias culturales	Núcleo de artes creativas	Núcleo industrias	Industrias creativas	Medios
Publicidad, arquitectura, arte y mercado de antigüedades, artesanías, diseño, moda, cine, video, música, artes escénicas, editorial, software, televisión, radio.	Publicidad, cine, Internet, música, editorial, televisión, radio, videos y juegos de computador.	Literatura, música, artes escénicas y visuales; cine, museos y bibliotecas.	Publicidad, cine, video, música, artes escénicas, editorial software, televisión y radio, visual y arte gráfico.	Videojuegos, publicidad, diseño y juegos.	Gráficos, moda, joyería, juguetes, cine, televisión, radio, software, juegos y contenidos creativos digitalizados. Creaciones funcionales Arquitectura, publicitarios, culturales y creativos.
Interdependientes	Periferias de las industrias culturales	Industrias culturales ampliadas	Industrias	Industrias culturales	Artes
Video, juegos de computador, musicales y equipo fotográfico.	Artes creativas	Servicio de patrimonio, editorial, software, televisión y radio, video y juegos de computador.	Material de electrónica de instrumentos, papel fotocopiadores.	Audiovisuales, pintura, escultura, fotografía, artesanía, editorial y música.	Pinturas, esculturas, fotografía, antigüedades, música, teatro, danza, opera, circo y títeres.
	Frontera de las industrias culturales	Industrias relacionadas	Industrias parciales	Sector cultural	Patrimonio cultural
	Electrónica de consumo, moda, Software y deporte..	Publicidad, arquitectura, diseño y moda.	Arquitectura, ropa, calzado, diseño, moda, enseres doméstico y juguetes.	Arte escénicas, patrimonio inmaterial y patrimonio material.	Arqueológicos, museos, bibliotecas, exposiciones, artes y oficios, festivales y celebraciones.

Fuente: elaboración propia con base en DCMS (2001), Throsby (2001), Hesmondhalgh (2002), OMPI (2003) y UNCTAD (2010).

La economía creativa de Oaxaca

Con base en la clasificación industrial de América del Norte, el INEGI (2014) engloba las diferentes actividades dedicadas a la cultura en el sector cultural de México. Sin embargo, de acuerdo con los modelos de economía creativa analizados anteriormente en donde las industrias creativas y culturales están claramente diferenciadas, en México no lo están. Además, por un lado, la información se encuentra a un nivel agregado, y por el otro se excluyen algunas ocupaciones. Por ejemplo, las ocupaciones relacionadas al software

en el sector cultural de Oaxaca (Tabla 2). El análisis de las ICR en el país y en sus diferentes estados ayudaría a conocer su justa contribución económica y en formulación de políticas culturales en el desarrollo económico regional (Vila, 2017; Guilherme y Gondim, 2018).

A partir de la clasificación de las ICR e IC de la UNCTAD (2010), y las actividades del sector cultural en Oaxaca (SECULTA, 2011; INEGI, 2014), se propone la clasificación de las industrias creativas y culturales en el estado (Figura 4).

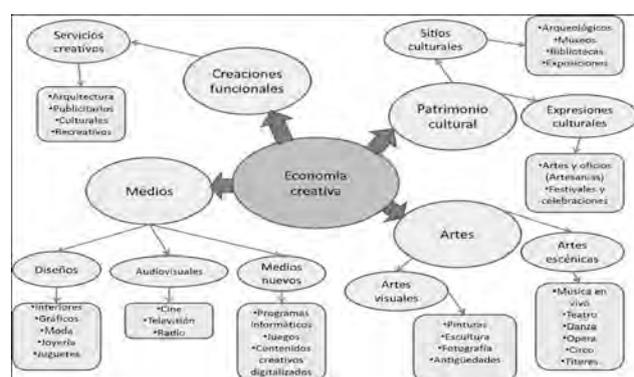
Tabla 2. Empleos generados por el sector cultural de Oaxaca, 2014

Ocupaciones en el ámbito cultural	Empleos generados
Directores y productores artísticos de cine, teatro y a fines	151
Directores y gerentes de museos, cines y otros establecimientos deportivos y culturales	173
Coordinadores y jefes de área en actividades artísticas, de cine, teatro y a fines	125
Coordinadores y jefes de área en museos, cines, deportivos y culturales	328
Antropólogos, arqueólogos e historiadores	39
Investigadores y especialistas en filosofía y letras (filólogos)	23
Especialistas en archivonomía, biblioteconomía y museografía	149
Escritores y críticos literarios	51
Pintores	379

Dibujantes artísticos, ilustradores y grabadores	76
Escultores	50
Escenógrafos	66
Compositores y arreglistas	16
Músicos	2863
Cantantes	168
Bailarines y coreógrafos	120
Actores	6
Locutores de radio, televisión y otros medios de comunicación	316
Payasos, mimos y cirqueros	122
Auxiliares y técnicos de ingeniería de audio, sonido e iluminación	307
Supervisores de artesanos y trabajadores en la elaboración de productos de madera, papel, textiles, de cuero y piel	69
Artesanos de productos de bejuco, vara, palma, carrizo y mimbre, excepto madera	9007
Artesanos y trabajadores en la elaboración de productos de papel y cartón	310
Artesanos y confeccionadores de productos textiles	1778
Bordadores y deshiladores	5314
Supervisores de artesanos y trabajadores en la elaboración de productos de cerámica, vidrio, azulejo y similares	87
Alfareros y trabajadores ceramistas	1977
Total	988

Fuente: elaboración propia con base en SECULTA (2011), INEGI (2014).

Figura 4. Economía creativa de Oaxaca



Fuente: elaboración propia con base en la UNCTAD (2010), SECULTA (2011), INEGI (2014).

Contribución de la economía creativa al crecimiento económico de Oaxaca

En 2014 Oaxaca contaba con 177,954 unidades económicas de las cuales 14,111 correspondieron a industrias creativas, aproximadamente el 8 por ciento del total de establecimientos registrados en el estado. De 2004 a 2014 las unidades económicas creativas crecieron 185.59 por ciento, destacando

actividades relacionadas con la rama de expresiones culturales (artes plásticas, artesanía, música, bailes y organización de eventos) (Tabla 3). En ese mismo año de 454,996 personas ocupadas 25, 612 personas se emplearon en actividades creativas, alrededor del 6 por ciento. De 2004 a 2014 la tasa de crecimiento de personas ocupadas en la industria creativa fue de 146.08 por ciento. De igual manera, sobresale la demanda de personas en la rama de expresiones culturales (artes, oficios, festividades y celebraciones).

Finalmente, también en 2014 las industrias creativas aportaron 892 millones de pesos al PIB de la producción estatal que fue de 54,698 millones de pesos. Es decir, la economía creativa aportó el 1.63 por ciento del total del valor agregado bruto. Durante el mismo período de diez años, el PIB de la producción de industrias creativas aumento 248.46 por ciento. La mayor participación fue de actividades relativas a las artes plásticas y esculturas, oficios artesanales y festividades como la *quelaguetza* clasificadas dentro de la rama de expresiones culturales oaxaqueñas del subsector patrimonio cultural del estado.

Tabla 3. La economía creativa en Oaxaca

	Unidades Económicas							Personal Ocupado Total							Producto Interno Bruto de la producción						
	(Unidades)			%				(Número de Personas)			%				(Millones de pesos)			%			
	2004	2009	2014	2004	2009	2014	Tasa de crecimiento	2004	2009	2014	2004	2009	2014	Tasa de crecimiento	2004	2009	2014	2004	2009	2014	Tasa de crecimiento
Total Oaxaca	107120	144372	177954	100	100	100		302860	405228	454996	100	100	100		39226	38711	54698	100	100	100	
Subsector de creaciones funcionales																					
Rama de servicios creativos																					
Servicios de arquitectura, ingeniería y actividades relacionadas	150	152	156	0.14	0.11	0.09	4.00	571	577	750	0.19	0.14	0.16	31.35	54.72	39.43	91.38	0.14	0.10	0.17	67.00
Subsector de medios																					
Rama de diseños																					
Interiores, gráficos, moda, joyería y juguetes	120	101	91	0.07	0.05	0.07	-24.17	282	237	352	0.09	0.06	0.08	24.82	10.80	10.55	27.06	0.03	0.03	0.05	150.53
Rama de audiovisuales																					
Cine, televisión y radio	49	75	140	0.05	0.05	0.08	185.71	321	637	1345	0.11	0.16	0.3	319.00	18.33	35.58	236.67	0.05	0.09	0.43	1191.30
Rama de medios nuevos																					
Programas informáticos, juegos y contenidos creativos digitalizados	62	63	72	0.06	0.04	0.04	16.13	407	705	697	0.13	0.17	0.15	71.25	36.79	40.38	58.38	0.04	0.10	0.11	58.67
Subsector de artes																					
Rama de visuales y escénicas																					
Compañías y grupos de espectáculos artísticos y culturales	447	559	587	0.42	0.39	0.33	31.32	738	1028	2413	0.24	0.25	0.53	226.96	21.87	22.33	61.46	0.06	0.06	0.11	181.04
Subsector de patrimonio cultural																					
Rama de sitios culturales																					
Museos, sitios históricos, zoológicos y	5	17	40	0.00	0.01	0.02	700.00	39	93	315	0.01	0.02	0.07	707.69	2.06	1.42	0.74	0.74	0.004	0.001	-64.06
Rama de expresiones culturales																					
Artes, oficios, festividades y celebraciones	4108	8427	13025	3.83	5.84	7.32	217.06	8050	14087	19740	2.66	3.48	4.34	145.22	111.44	188.83	416.40	0.28	0.49	0.76	273.66
Totales industrias creativas	4941	9394	14111	4.61	6.51	7.93	185.59	10408	17364	25612	3.44	4.28	5.63	146.08	256.01	338.51	892.09	0.65	0.87	1.63	248.46

Fuente: elaboración propia con base en censos económicos del INEGI (2004, 2009, 2014).

Discusiones

La evidencia sobre la contribución de la economía creativa a las economías es limitada. Sin embargo, escasos estudios informan sobre su contribución al PIB de la producción de algunos países. En 2003 la economía creativa aportó al PIB de la producción europea el 2.6 por ciento (KEA, 2006). Tres años más tarde en 2006 su contribución al PIB de la producción alemana fue igual de 2.6 por ciento (KWF, 2009). Para 2012 la aportación de la economía creativa al PIB de la producción irlandesa fue de 2.8 por cierto (Collins et al., 2018). Por lo anterior, se puede observar que la contribución de las industrias creativas y culturales a la producción bruta de las economías europeas ha sido constante.

Lo anterior, se puede explicar por el impulso de países europeos al sector cultural desde 2002 (KEA, 2006). En estos países el PIB de la producción bruta del sector cultural creció en promedio anual 10 por ciento entre 2006-2008 (UNCTAD, 2008). Años más tarde, dada la importancia del sector cultural en su crecimiento económico proponen la clasificación de industrias creativas y culturales en el modelo de economía creativa europeo (UNCTAD, 2010).

En países de Latino América, en el caso de México en 2012 las industrias creativas exportaron bienes y servicios por un monto de 4,651.88 millones de dólares. De esta cifra 4,491.88 millones de dólares correspondieron a bienes culturales y 160 millones de dólares a servicios creativos (BID, 2018). Posteriormente, el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO, 2015), propone el modelo basado en agentes, incluidas las industrias creativas y culturales de la economía creativa del país. En ese mismo año la economía creativa aportó 4.5 por ciento del PIB nacional.

A partir del cambio de año base 2013, según la Cuenta Satélite de Cultura del INEGI en 2016 la participación económica de la economía creativa al PIB nacional fue de 3.3 por ciento y empleo a 1,359,451 personas. En orden de contribución destacan medios audiovisuales (37.7 por ciento), artesanías (17.8 por ciento), producción cultural de hogares (17.5 por ciento), diseño y servicios creativos (8.3 por ciento), artes escénicas y espectáculos (5.5 por ciento), formación y difusión cultural en instituciones educativas (4.8 por ciento), libros, impresiones y prensa (3.9 por ciento), patrimonio material y natural (1.7 por ciento), artes visuales y plásticas (1.5 por ciento), finalmente música y conciertos (1.2 por ciento) (INEGI, 2017). Sin embargo, el informe de la Unidad de Inteligencia Competitiva en México (CIU por sus siglas en inglés), refiere que en ese año la contribución de la economía creativa al PIB nacional fue de 7.4 por ciento y generó 2 millones de empleos directos e indirectos (Piedras, 2017). Las diferencias anteriores, en relación al monto de contribución y porcentaje de participación de la economía creativa al PIB nacional, se puede explicar, por el cambio de año base considerado por el INEGI para las estimaciones de las actividades creativas al año 2016. Sin embargo, se puede decir, que considerando las estimaciones de aportaciones de la economía creativa al PIB nacional de 3.3 por ciento y 7.4 de ambas instituciones, la aportación promedio de la economía creativa para ese año fue alrededor de 5 por ciento. A nivel local, siendo uno de los primeros trabajos al respecto. El presente estudio encuentra que en 2014 la economía creativa contribuyó con 1.63 por ciento al PIB de la producción de Oaxaca. De 2004 a 2014 registro una tasa de crecimiento de 248.46 por ciento. Lo

anterior, explica la relevancia del sector cultural en el desarrollo y crecimiento económico del estado.

Conclusiones

Los modelos de clasificación de industrias creativas y culturales de la economía creativa se han desarrollado según el contexto económico, social y principalmente cultural de los países. Evidencian la contribución motora de la creatividad y cultura en el desarrollo y crecimiento económico regional.

En México, aunque se tienen identificadas las actividades culturales y aportación del sector cultural, no se cuenta con una clasificación de estas como lo indican los modelos desde la perspectiva de economía creativa desarrollados en otros países y descritos en este estudio. Tampoco la política cultural parece orientarse desde dicha perspectiva. A pesar de haber estudios que demuestran su justa

contribución al desarrollo económico, pudiendo ser mucho más significativa a nivel local en la disminución de la pobreza y conservación de la cultura.

Por lo anterior, este estudio propone un modelo de clasificación de industrias creativas y culturales para México utilizando el caso representativo de Oaxaca, categorizado en cuatro subsectores: creaciones funcionales, medios, artes y patrimonio cultural, cada uno de estos con sus respectivas ramas y actividades culturales.

El estudio concluye que, del total de unidades económicas de Oaxaca, el 8 por ciento son unidades con actividades creativas y culturales, quienes aportan el 1.63 al PIB de la producción y emplean aproximadamente al 6 por ciento del total de mano de obra ocupada en el estado.

Referencias

- Australian government (Australia). (2013). *Australia Council of the Arts*. Creative Australia. Consultada por internet el 10 de octubre del 2018. Dirección de internet <http://creativeaustralia.arts.gov.au/assets/Creative-Australia-PDF-20130417.pdf>
- Bakhshi, H. y Cunningham, S. (2016). *Cultural policy in the time of the creative industries*. London, Nesta.
- Banco Interamericano de Desarrollo, (BID). (2018). *Economía creativa en América Latina y el Caribe: Mediciones y desafíos*. Washington, BID. Consultada por internet el 10 de octubre del 2018. Dirección de internet <https://publications.iadb.org/handle/11319/9111>
- Buitrago, F. y Duque, I. (2013). *La nueva economía naranja*. Banco interamericano de desarrollo.
- Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). (2008). *Informe sobre la economía creativa*. Ginebra, Naciones Unidas/UNCTAD. Consultada por internet el 10 de octubre del 2018. Dirección de internet https://unctad.org/es/Docs/dom20091_sp.pdf
- Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). (2010). *Informe sobre la economía creativa*. Ginebra, Naciones Unidas/UNCTAD. Consultada por internet el 18 de julio del 2018. Dirección de internet https://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf
- Cea D'Ancona, M. (2010). *Metodología cuantitativa*. Síntesis, Madrid.
- Collins, P. y Cunningham, J. A. (2017). Creative economies and industries in peripheral regions. *Creative Economies in Peripheral Regions*, 1 (66), doi:10.1007/978-3-319-52165-7_1.
- Collins, P., Mahon, M. y Murtagh, A. (2018). Creative industries and the creative economy of the West of Ireland: evidence of sustainable change? *Creative industries Journal*, 1 (1), 70-86, doi: 10.1080/17510694.2018.1434359.
- Copaja, M. y Esponda, C. (2017). *Las industrias creativas dentro del desarrollo de las ciudades, perspectiva y estrategias desde un enfoque económico, social y urbano*. Industrias creativas y culturales en Latinoamérica.
- Chin-Yu Chen y Jwu-Jenq Chen. (2014). The intellectual structure of creative industries studies in 2003–2012: invisible Taiwan. *Journal of Economics, Business and Management*, 2 (1), 26-30, doi: 10.7763/JOEBM.2014.V2.93.
- Chuluunbaatar, E., Ottavia, D. y Kung, S. (2013). The development of academic research in cultural and creative industries: a critical examination of current situations and future possibilities. *International Journal of Cultural and Creative Industries*, 1(1), 4-15.
- Deheinzelin, L. (2008). Economía creativa: la estrategia de desarrollo para el siglo XXI. *Revista Dealer*, 1 (1).
- Department of Culture, Media and Sport (DCMS), (2001). *Creative Industries Mapping Document 2001*, London.
- Dos Santos, E. (2009). *The creative economy: beyon de economics*. After the Crunch. London, Creative Commons.
- Esquivias, S. y Muriá, V. (2001). Una evaluación de la creatividad en la educación primaria. *Revista Digital Universitaria*, 1 (3), 1-15. Consultada por internet el 15 de julio del 2018. Dirección de internet: <http://www.revista.unam.mx/vol.1/num3/art1/>.
- Esquivias, S. (2004). Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones. *Revista Digital Universitaria de la UNAM*, 5 (1), 1-17.
- European Affairs (KEA). (2006). *The Impact of Culture on Creativity*. Bruselas, Comisión Europea.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure*. Community and Everyday Life, New York. Basic Books.
- Florida, R., Mellander, C. y Stolarick, K. (2010). Talent, technology and tolerance in Canadian regional development. *Le Géographe canadien*, 54 (3), doi: 10.1111/j.1541-0064.2009.00293.x.
- Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries. *International journal of cultural policy*, 11 (1), 1-16, doi: 10.1080/10286630500067606.
- Gómez R. y Muñoz, A. (2014). Cultural industries and policy in Mexico and Canada after 20 years of NAFTA. *Norteamérica*, 9 (2), 173-204.
- Guilherme, L. (2017). Creative economy: thematic perspectives addressed and research methodologies adopted. *Brazilian journal of science and technology*, 4(1), doi: 10.1186/s40552-017-0040-0.
- Guilherme, L. y Gordim, R. (2018). Public policies and productive systems of creative economy: the case of the fia project (artisans workshop). *Brazilian journal of operation & production management*, 15 (3), 355-365, doi: 10.14488/BJOPM.2018.v15.n3.a2.
- Hall, P. (2000). Creative cities and economic development. *Urban Studies*, 37 (1), 639–649, doi:10.1080/00420980050003946.
- Hesmondhalgh, D. (2002). *The Cultural Industries*. SAGE Publications Ltd.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Penguin. London.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), (2004). Consultada por internet el 15 de julio del 2018. Dirección de internet: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

- (2009). Consultada por internet el 15 de julio del 2018. Dirección de internet: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- (2014). Consultada por internet el 15 de julio del 2018. Dirección de internet: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- (2017). Consultada por internet el 09 de septiembre del 2018. Dirección de internet: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), (2015). Industrias creativas y obra protegida: informalidad, redes ilegales, crecimiento de la industria y competitividad en México. IMCO.
- Kärntner Wirtschaftsförderungs Fonds (KWF). (2009). *Das Jahr 2009*. Consultada por internet el 15 de julio del 2018. Dirección de internet: https://www.kwf.at/wp-content/uploads/2017/05/KWF_Das_Jahr_2009-min.pdf
- Lazzeretti, L., Capone, F. y Innocenti, N. (2017). Exploring the intellectual structure of creative economy research and local economic development: a co-citation analysis. *European Planning Studies*, 25(10), 1693-1713. doi: 10.1080/09654313.2017.1337728.
- Leivickaité, R. (2012). Theoretical and practical perspectives on creative economy. *Business and Management* 2012, 31 (1), 669-674, 2029-929X.
- Mastria, S., Agnoli, S., Zanon, M., Lubart, T. y Corazza, G. (2018). *Creative Brain, Creative Mind*. Creative Person.
- Moreton, S. (2018). Contributing to the creative economy imaginary: universities and the creative sector. *Cultural democracy and cultural policy*, 27 (3), 2-15, doi: 10.1080/09548963.2018.1534575.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2005). *Diversidad de las expresiones culturales*. Paris, Naciones Unidas/PNUD/UNESCO. Consultada por internet el 18 de julio del 2018. Dirección de internet <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf>
- (2013). *Cultura y MANUD: Manual de la UNESCO*. Paris, Naciones Unidas/PNUD/UNESCO. Consultada por internet el 11 de julio del 2018. Dirección de internet <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002200/220065s.pdf>
- (2017). *Cultural employment*. Paris, Naciones Unidas/PNUD/UNESCO. Consultada por internet el 05 de septiembre del 2018. Dirección de internet <http://data.uis.unesco.org/#>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). (2003). *Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el derecho de autor*. Ginebra, Suiza.
- Piedras, E. (2004). *¿Cuánto vale la cultura?* México - Printed.
- (2012). *Economía cultural y economía creativa*. Este País Cultura.
- (2017). *¿Por qué en México despreciamos el poder de las industrias creativas?* En Forbes, México.
- Potts, J. (2006). How Creative Are the Superrich?. *Agenda*, 13(4), 339-350.
- Prada, J. (2015). El debate de la creatividad y la economía en las ciudades y el papel de los diferentes actores: algunas evidencias a partir del caso de estudio de Madrid. *Investigaciones Geográficas*, 1 (87), 62-75, doi: 10.14350/rig.40700.
- Sampieri, H., Fernandez, C., y Bautista, P. (2010). *Fundamentos de metodología de la investigación*. México: Mcgraw-Hill.
- Sassen, S. (2012). Foreword. *En cities, cultural policy and governance*. The Cultures and globalization series 5, Anheier, H. e Isar, Y.R. Londres: SAGE Publications.
- Sava, D. y Badulescu, A. (2017). The creative economy: facts and figures. *Economic sciences tom XXVI*, 26 (2), 127-135.
- Scott, J., (2006). Efficient algorithms for detecting signaling pathways in protein interaction networks. *J Comput Biol*, 13(2), 133-144, doi: 10.1089/cmb.2006.13.133.
- Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca (SECULTA), (2011). *Diversidad cultural y patrimonio para el desarrollo*. Oaxaca, Gobierno del estado.
- Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), (2014). *Emprendimiento cultural para el desarrollo local*. Medellín, Colombia.
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press, New York.
- Urbanos, R. y Stoyanova, A. (2011). *Tecnología, talento y tolerancia en el desarrollo económico de Cataluña*. Generalitat de Cataluña. Neus Bassi I Farrés. España.
- Vila, M. (2017). Cultura viva, challenge to the creative economy policy discourse in Brazil. *Bulletin of Latin American Research*, 36 (4), 424-439.
- Wenfu, L., Li, X. y Huang, L. (2014). Brain structure links trait creativity to openness to experience. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 10 (2), 2-15, doi: 10.1093/scan/nsu041.