

La Economía Creativa como eje para el Desarrollo Económico Local del municipio de Morelia, Michoacán, México

Juan Antonio Color Vázquez¹

Jorge Víctor Alcaraz Vera²

Resumen

El propósito de este trabajo es plantear un panorama que permita conocer el posible potencial de la Economía Creativa (EC) establecida en el municipio de Morelia, Michoacán, México, y su papel como un eje que contribuya al Desarrollo Económico Local (DEL) del municipio, a través del análisis de contenido y el pensamiento crítico utilizando el formato de ensayo. Para la elaboración de este documento se consultaron fuentes de información basada en investigaciones y documentos que abordan el mismo fenómeno, teniendo en cuenta para ello estudios sectoriales, bases de datos estadísticas y diversas caracterizaciones del sector que se han elaborado recientemente y que pueden aportar elementos valiosos para presentar una visión objetiva del tema.

El crecimiento y el desarrollo económicos de las ciudades en la actualidad están condicionados por la capacidad que tienen los agentes económicos en generar conocimiento, innovación y nuevas tecnologías. Desafortunadamente en México en lo general y en Morelia en lo particular, predomina una visión tradicional y limitada de cómo generar crecimiento económico, una muestra clara son las trabas ideológicas, legales y de políticas públicas que impiden desarrollar las actividades creativas como un bien económico.

Se concluye de manera preliminar que el municipio de Morelia cuenta con las suficientes capacidades endógenas para realizar una investigación que permita desarrollar instrumentos que contribuyan con la recolección y la interpretación de información relacionada con la EC, así como la elaboración de modelos que faciliten la creación y profesionalización de las empresas que tengan relación con lo anterior. Así mismo, permitirá determinar, mediante la información recabada, así como los resultados obtenidos, si es viable, rentable y con impacto inmediato tomar como eje para el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México, el fomento a la EC de una manera integral, e incluso incluirlo en el Plan Municipal de Desarrollo.

Conceptos clave: Economía creativa, Desarrollo, Desarrollo económico local.

¹ Maestro en Políticas Públicas y Doctorante en Ciencias del Desarrollo Regional por el Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE), CORREO: 9201383x@umich.mx

² Doctor en Ciencias con Especialidad en Finanzas, adscrito al Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE), perteneciente a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH), CORREO; jorge.alcaraz@umich.mx

Introducción

En un momento en el que los países están tratando de diseñar una nueva agenda global de desarrollo debido a los efectos de la pandemia ocasionada por el *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19), la EC en general y las industrias culturales y creativas en particular se presentan como un motor y facilitador del desarrollo humano sostenible³, no sólo reconocidas por su valor económico, sino también cada vez más por el papel que desempeñan en la producción de nuevas tecnologías, ideas innovadoras y en la generación de beneficios sociales no monetizados (ACRIP, 2019).

En el mundo actual, la EC se ha convertido en una fuerza transformativa poderosa. Su potencial para el desarrollo económico tanto en México como en el municipio de Morelia es enorme y solo está a la espera de ser aprovechado. Es uno de los sectores que más rápido está creciendo en la economía mundial, no sólo en términos de generación de ingresos, sino también en lo que respecta a la creación de empleos y el aumento de los ingresos en exportaciones (BOP, 2018).

México y el estado de Michoacán en lo general, así como el municipio de Morelia en lo particular, presentan una capacidad endógena natural de producir, desarrollar y potencializar industrias creativas, que permitan la generación de una estructura productiva que tenga la capacidad de fortalecer el mercado interno, de disminuir el alto índice de empleos informales, de mejorar aquellos empleos formales que se encuentran en estado de precariedad y de fomentar entre los ciudadanos una cultura emprendedora creativa que permita mejorar las condiciones de pobreza que se presentan y superar las crisis que se avecinan (SIC MÉXICO, 2020).

En la primera parte del documento se presentan algunos de los antecedentes de la EC, partiendo de la conceptualización de la “creatividad” y cómo se considera a John Howkins el iniciador de esta estructuración. En la segunda parte se realiza un acercamiento a la conceptualización de la EC, al ser un término relativamente nuevo existen diferentes aportaciones que pretenden definirlo según su perspectiva, también se presenta un panorama general de los tipos de empleo que se engloban en la EC. Se prosigue en la tercera parte presentando una breve conceptualización del desarrollo y así mismo se realiza un análisis de la relación positiva que se puede presentar entre la EC y el DEL, los impactos que podrían presentarse en el desarrollo social, cultural y ambiental de la región, así como el fortalecimiento que se podría realizar de las capacidades endógenas creativas del municipio de Morelia, Michoacán, México, que permita también el crecimiento de otros sectores productivos.

En la cuarta parte se muestran datos e información que permiten determinar si el municipio de Morelia cuenta con el potencial para desarrollar estrategias que permitan convertir a la EC en un eje para el DEL. Posteriormente, se enlistan algunas conclusiones preliminares para continuar con la investigación y finalmente se enlistan las referencias consultadas para la realización de este trabajo.

³ El Desarrollo Humano Sostenible es el desarrollo que no sólo suscita un crecimiento económico, sino que también distribuye equitativamente sus beneficios; que regenera el medio ambiente en lugar de destruirlo; que fomenta la autonomía de las personas en lugar de marginarlas (Aznar y Barrón, 2017).

Antecedentes de la Economía Creativa

El proceso creativo es una de las potencialidades más elevadas y complejas de los seres humanos, éste implica habilidades del pensamiento que permiten integrar los procesos cognitivos menos complicados, hasta los conocidos como superiores para el logro de una idea o pensamiento nuevo. La creatividad ha existido desde siempre, es una habilidad del ser humano y, por lo tanto, vinculada a su propia naturaleza. Sin embargo, por mucho tiempo, la creatividad como concepto fue un tema no abordado y por lo mismo poco estudiado, es hasta años recientes donde surgen teóricos que se abocan a profundizar sobre el tema y se desarrollan trabajos y aportaciones alusivas a este concepto (Esquivias, 2004).

No existe una definición simple de creatividad que abarque todas las diversas dimensiones de este fenómeno. De hecho, en el campo de la psicología, donde la creatividad individual se ha estudiado más ampliamente, no hay acuerdo sobre si la creatividad es un atributo de las personas o un proceso mediante el cual se generan ideas originales (UNCTAD, 2008).

De tal manera que la inclusión formal como concepto de estudio en varias disciplinas, ha sido reciente y permite vislumbrar todas las posibles investigaciones y trabajos que se pueden generar al ser abordado, debido básicamente, a que es un tema de estudio relativamente nuevo que afortunadamente ha ganado adeptos, especialmente en los últimos años (Esquivias, 2004).

La creatividad es un concepto que alude a uno de los procesos cognitivos más sofisticado del ser humano, todo apunta a que se encuentra influida por una amplia gama de experiencias evolutivas, sociales y educativas y su manifestación es diversa en un sin número de campos. Se ha definido de diferentes formas e inclusive en la contextualización de estas definiciones podemos observar el momento de evolución del mismo concepto, siendo dos las constantes en este proceso: la novedad y la aportación. En definitiva, la creatividad no puede ser abordada como un rasgo simple de los seres humanos, es indudable que aspectos como la mente, los procesos cognitivos que en ésta se llevan a cabo, la personalidad, la motivación, las emociones y el mundo afectivo, juegan un componente singular en este proceso. Por otra parte, los seres humanos son creativos en mayor o en menor medida e incluso existen metodologías para poder desarrollar la creatividad (Esquivias, 2004).

Sin embargo, las características de la creatividad en diferentes áreas del quehacer humano pueden al menos articularse. Por ejemplo, se puede sugerir que la creatividad artística implica imaginación y capacidad para generar ideas originales y formas novedosas de interpretar el mundo, expresadas en texto, sonido e imagen; la creatividad científica implica curiosidad y voluntad de experimentar y hacer nuevas conexiones en la resolución de problemas; y la creatividad económica es un proceso dinámico que conduce a la innovación en tecnología, prácticas comerciales, *marketing*, etcétera, y está estrechamente vinculado a la obtención de ventajas competitivas en la economía (UNCTAD, 2008).

El deseo de crear cosas que trascienden su dimensión pragmática, que son bellas; que comunican un valor cultural a través de la música, el teatro, el entretenimiento y las artes visuales, o que comunican una postura social a través del estilo y la moda, es tan antiguo como la humanidad. Siempre han existido y existirán individuos con la imaginación y el

talento para lograrlo, así como individuos que pagarán por ello y en este intercambio es donde se puede desarrollar la base de la EC (Newbiggin, 2009).

Esta larga y compleja herencia cultural es la que diferencia a la EC de cualquiera de los demás sectores de la economía. De hecho, la actividad cultural no fue concebida como un componente de la economía durante una buena parte de la historia humana. Comprendía aquellas actividades con las que la gente se comprometía una vez dejaba de trabajar, pero que no eran parte de su vida laboral. Esto sucede incluso hoy, pues las industrias creativas son expresiones de valor cultural y económico (Newbiggin, 2009).

En 1998, el Reino Unido presentó el estudio *“Creative Industries Mapping Document”*, el cual utilizó por primera vez el término “industrias creativas”, enlistando trece áreas de actividad: publicidad, arquitectura, artes y antigüedades, artesanías, diseño, diseño de moda, cine, diferentes tipos de *software*, música, artes performativas, editorial, radio y televisión. Este primer ejercicio de clasificación sentó la pauta para empezar a definir y dimensionar el sector hacia los años venideros (BOP, 2018).

La mayoría de los investigadores atribuyen el origen de la conceptualización al escritor y gestor de medios de comunicación británico John Howkins (2001), quién en su libro *“The Creative Economy: How people make money from ideas”* presenta la siguiente definición: “Es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual” (UNESCO, 2014: p. 20) y comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, *software*, TV y radio, y videojuegos. (Buitrago y Duque, 2013).

Según los cálculos de Howkins, en el año 2000 la EC tenía un valor de 2.2 billones de dólares estadounidenses (USD) a nivel mundial y crecía al año a una tasa de 5%. La noción es, y sigue siendo, muy amplia, porque no sólo abarca bienes y servicios culturales, sino también todo el ámbito de “investigación y desarrollo”. Por tanto, aun cuando se reconozca las actividades y los procesos culturales como el núcleo de una nueva y poderosa economía, también se ocupa de manifestaciones creativas en ámbitos que no serían contemplados como “culturales” (UNESCO, 2014).

El uso de los términos “industrias culturales y creativas” puede variar de forma significativa de un contexto a otro. A menudo, los países buscan rediseñar los modelos vigentes para adecuarlos a la realidad de su contexto, cultura y mercados locales. Los términos están, por tanto, en constante evolución, sobre todo a medida que se van desarrollando nuevos diálogos que llevan a plantear, por ejemplo, si clasificar, y cómo hacerlo, los desfiles de moda, carnavales y videojuegos en los modelos de la industria cultural y creativa (UNESCO, 2014).

Acercamiento a una conceptualización de la Economía Creativa

Si bien hoy en día no existe una sola definición para la EC, un consenso general se puede encontrar en la descripción de NESTA, el fondo para la innovación de Reino Unido, que la

conceptualiza como “aquellos sectores que se especializan en el uso de talento creativo para fines comerciales”. Actualmente, los esfuerzos por comprender la magnitud del fenómeno son cada vez mayores: se desarrollan mapeos, mediciones micro y macroeconómicas, hojas de ruta, matrices de indicadores, medición de clústeres, redes internacionales y muchas otras herramientas cuantitativas. Sin embargo, poco se hace por entender la materia prima del sector de la EC: el talento, las habilidades y el conocimiento (BOP, 2018).

En términos generales, el núcleo del sector creativo está conformado por el conjunto de obras y manifestaciones artísticas que constituyen la esencia del valor cultural, entendido como un significado no mensurable, pero que combina y valora la forma de expresión de la belleza, el esfuerzo intelectual o el talento del creador, y el alcance de la obra como señal de identidad individual o colectiva. A este ámbito pertenecen, tanto el patrimonio cultural entendido como una herencia, como la creación artística más pura del momento presente. En consecuencia, considera, por una parte, todo el patrimonio histórico, arqueológico y documental, así como las instituciones que se dedican a su salvaguarda (museos, bibliotecas, archivos, etcétera); y, por otra parte, las creaciones de artes plásticas, incluida la pintura, escultura y fotografía, y las artes escénicas y musicales (teatro, lírica, danza, interpretación musical, etcétera) (Herrero, 2011).

Si hablamos de EC, tenemos a un sector de la economía mundial que puede ser tremendamente dinámico y bien recompensado por su transversalidad y variedad de riqueza, donde se puede potencializar las capacidades del creador/emprendedor (Pizarro, 2015).

Uno de los modelos que más recientemente se ha propuesto para tratar de clasificar la EC es el modelo de círculos concéntricos de la *Work Foundation* en el Reino Unido, el cual sitúa la noción de “valor expresivo” en el centro. Esto incluye varios elementos, incluyendo valores estéticos, sociales, espirituales, históricos, simbólicos y de autenticidad. El modelo establece una distinción entre las industrias culturales y creativas, situando ambas dentro de la economía como un todo. También tiene la ventaja de plasmar la estrecha conexión entre la expresión creativa y la propiedad intelectual/derechos de autor (UNCTAD, 2008).

Los elementos del primer gran bloque dentro del modelo de círculos concéntricos han de considerarse como un recurso, una oferta fija, que incluso puede estar sometida a condiciones de sostenibilidad, como es el caso de muchos ejemplos del patrimonio cultural⁴. Además, suelen tener la condición de bien público, lo cual complica sus posibilidades de provisión y mantenimiento, a no ser que se confíe exclusivamente en la garantía del Estado. Así mismo, son bienes que proveen externalidades⁵, generalmente positivas, aun cuando

⁴ El patrimonio cultural en su más amplio sentido es a la vez un producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio. Es importante reconocer que abarca no sólo el patrimonio material, sino también el patrimonio natural e inmaterial. Como se señala en “Nuestra Diversidad Creativa”, esos recursos son una “riqueza frágil”, y como tal requieren políticas y modelos de desarrollo que preserven y respeten su diversidad y su singularidad, ya que una vez perdidos no son recuperables (UNESCO, 2014).

⁵ Las decisiones de consumo, producción e inversión que toman los individuos, los hogares y las empresas suelen afectar a terceros que no participan directamente en las transacciones. A veces, esos efectos indirectos son minúsculos. Pero cuando son grandes, pueden resultar problemáticos; eso es lo que los economistas denominan “externalidades”. Las externalidades son una de las principales razones que llevan a los gobiernos a intervenir en el ámbito económico (Helbling, 2010).

podría sopesarse esta cuestión, por ejemplo, para el caso de los enclaves turísticos excesivamente congestionados. Los bienes y servicios creativos puros dan lugar a la explotación de derechos de propiedad por autoría, aun cuando también podríamos considerarlo para determinadas utilidades del patrimonio cultural, como los derechos de imagen o de usos alternativos (Herrero, 2011).

El segundo gran bloque del sector cultural viene conformado por las denominadas industrias culturales, cuyo rasgo definitorio es su naturaleza intrínsecamente reproducible. Estamos hablando del 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, etcétera (Herrero, 2011).

Por último, tenemos el tercer bloque concéntrico que viene constituido por las industrias creativas, que están adquiriendo una importancia creciente en los estudios creativos relacionados con el desarrollo económico. En este sector, el talento y la cultura no son un fin en sí mismo, sino un *input* más para la producción de bienes y servicios de carácter no cultural en sentido estricto. Hablamos de las actividades de diseño (incluida la moda, el diseño interior e incluso la artesanía), los servicios de publicidad, la arquitectura de autor; más luego muchos de los bienes asociados a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, como los productos informáticos, *software*, móviles, videojuegos y, en general, las industrias de contenidos (Herrero, 2011).

La EC se debe analizar desde dos perspectivas, una es la interna de los países en un sentido microeconómico desde las propias unidades creativas y personas y su interacción en el mercado donde se desenvuelven, entendiendo al consumidor cultural o de producción creativa. Y también desde el punto de vista de la perspectiva macroeconómica, donde se analice el sistema en su conjunto, en términos del país con su interacción con otros mercados, tomando en cuenta que esos mercados también representan oportunidades de desarrollo para las unidades y personas que se analicen desde lo interno de cada mercado (Pizarro, 2015).

Sin embargo, la EC está simultáneamente vinculada al sector público, como al no lucrativo y al informal, por lo cual se convierte en un complejo híbrido. Además, sólo un aspecto de la EC se expresa en información de precios e ingresos, mientras que otros parámetros cruciales de su éxito están más vinculados a identidades y valores intrínsecos. Su gobernanza, entonces, requiere conciencia de una especie de complejidad que atraviesa una serie de inquietudes políticas (UNCTAD, 2008).

Es en el Estado, en el cual recaerá en gran medida la capacidad de poder fomentar y proteger el desarrollo creativo. En su rol de promotor y creador de espacios para el desarrollo cultural a través del fomento de las industrias culturales y creativas y facilitador para que los creadores se puedan generar ingresos por medio de la protección de sus derechos de autor y la comercialización de sus creaciones (Pizarro, 2015).

La EC se diferencia de otros sectores a través de sus formas organizacionales y el riesgo de mercado asociado con nuevos productos. La microempresa es más común en este sector que en otros, sobre todo en los países en desarrollo. Pero incluso allí, hallamos tres niveles: productores independientes de pequeña escala; sucursales semi independientes que

trabajan para empresas más grandes; y compañías muy grandes (a menudo, multinacionales) en ámbitos como el cinematográfico y el editorial (UNESCO, 2014).

Existen tres grandes tipos de empleo en el sector: a) Artistas, profesionales o creativos que trabajan en las industrias creativas; b) personal de soporte para dichas industrias, tales como gerentes, asistentes administrativos, secretarías, contadores, etc.; y c) creativos incrustados en otras industrias (Newbigin, 2009).

Cualquier definición de la EC involucra el concepto de propiedad intelectual. El Gobierno del Reino Unido las definió en 1998 como “aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, la habilidad y el talento individual y que tienen el potencial de crear empleos y riqueza a través de la generación y la explotación de la propiedad intelectual”. Como buena parte de la producción de las industrias creativas tiene valor cultural y comercial, el régimen de propiedad intelectual debe tratar de equilibrar los derechos privados del creador con el derecho público de los ciudadanos de acceder a la información y a la cultura (Newbigin, 2009).

Porque difiere de otros sectores económicos, la EC necesita políticas modificadas. En este ámbito, la formulación de políticas ha tendido a seguir modelos industriales genéricos, a pesar del hecho de que la EC funcione de forma distinta. El enfoque que existe en este ámbito sigue siendo demasiado cuadrado, lo que perjudica la particularidad local y regional. Por consiguiente, hay pocos marcos políticos actuales que estén bien posicionados para alentar un enfoque como éste (UNESCO, 2014).

En todos estos casos se conjuga el conocimiento y el talento, junto con la voluntad de transformación y creación de nuevos prototipos, para atender también nuevas necesidades de consumo. La importancia que se da a este nuevo sector de actividad en la actualidad radica en que está incrustado en el nuevo paradigma productivo y tecnológico basado en la experiencia, la creatividad y la conectividad, y que supera, por tanto, a la sociedad de producción industrial, donde imperaba lo físico y lo material. También desborda la denominada sociedad del conocimiento, de base intelectual e innovativa, porque en las circunstancias actuales también se ha convertido en una mercancía, que se compra y que se vende, mientras que a la creatividad es un bien que apenas se está identificando como tal (Herrero, 2011).

La Economía Creativa y el Desarrollo Económico Local

Aunque existen numerosas acepciones de “desarrollo” no resulta fácil su definición, básicamente porque se trata de un concepto dinámico, normativo, cualitativo y complejo, en el que están implicadas diversas dimensiones sociales y económicas (Noguera y Semitiel, 2010). El desarrollo es uno de los conceptos más importantes para entender la modernidad, sus potencialidades y sus fallas. Han sido muy variadas las acepciones de tal concepto, al mismo tiempo las prácticas desprendidas de éste. La idea básica en el progreso y el desarrollo es que el hombre, sirviéndose de su poder social e individual (autonomía a todo nivel), es capaz de mejorar su vida mediante el dominio de la naturaleza externa e incluso su naturaleza propia. Entonces, las ideas de autonomía y de dominio, tienen una particular importancia para la modernidad y están en la base de cualquier práctica moderna, como el desarrollo (Berneth, 2001).

La conceptualización de desarrollo se ha usado libremente para referirse a cualquier cambio positivo en las condiciones de vida de las personas. De hecho y no obstante que el término no ha sido definido satisfactoriamente y en forma exacta por los científicos sociales, la idea central que predomina en los intentos por definirlo es que se trata de un proceso mediante y durante el cual se mejora la calidad de vida de la sociedad. La definición anterior implica, por un lado, que el desarrollo incluye el mejoramiento en las condiciones económicas, políticas, sociales, ecológicas y culturales de la sociedad en general, por lo tanto, que su campo es más amplio de lo que usualmente se supone. Por otro lado, la definición establece la necesidad de evaluar la calidad de vida de la sociedad de manera que se pueda identificar el mejoramiento que se supone es el resultado del proceso (Domínguez, 2010).

En América Latina y el Caribe (ALC) se han realizado diversos ejercicios de sensibilización sobre la importancia y el impacto de la EC. El sector creativo es una fuente inmensa de dinamismo para las economías de las Américas, con un crecimiento acelerado y el potencial de generar creatividad, innovación y empresas a lo largo de un amplio rango de actividades. Esto más aún en una región como ALC, caracterizada por una mega diversidad cultural, que puede fortalecer sus ventajas comparativas, aumentar su papel catalizador, diversificar sus economías más allá de los productos básicos y reforzar la efectividad en el DEL (Rodríguez, 2018).

El objetivo del DEL es crear un entorno participativo que fortalezca las capacidades de las instituciones locales para ejecutar intervenciones socialmente inclusivas y con un alto coeficiente de empleo. Promover el diálogo social a nivel local y fortalecer la capacidad de gestión del gobierno y la sociedad civil son mecanismos esenciales para la formulación y ejecución de iniciativas locales para la promoción del bienestar económico y social de las comunidades. La ejecución simultánea de intervenciones económicas y sociales es un aspecto central de los principios del desarrollo local, a fin de establecer un entorno donde las actividades sociales prestan apoyo a los objetivos económicos y viceversa (OIT, 2012).

En todo orden de cosas, el mundo actual requiere innovar y ser creativo en su forma de relacionarse entre personas y a su vez, con el medio ambiente, con la sociedad y con el Estado, sin descuidar a la academia como espacio de creación permanente. Se debe apelar a la creatividad para entender los movimientos sociales, creatividad para entender las necesidades y creatividad para lograr una nueva economía que no olvide sus raíces como ciencia social; es aquí, donde radica el verdadero sentido de una economía responsable para el buen vivir y para el futuro (Pizarro, 2015).

No es posible hablar de ser sostenible y seguir viviendo en una sociedad y economía dependientes de recursos naturales, escasos y finitos. Para que haya un futuro se debe potencializar los elementos que forman parte de la EC, es decir, construir una nueva economía que se estructura a partir de lo que existe en abundancia y que es renovable: cultura, conocimiento, creatividad, experiencias, valores. Cuando se trabaja con creatividad y con la cultura, se interactúa simultáneamente en cuatro dimensiones: la económica, que es en general la que se percibe más frecuentemente, la social, la cultural y la ambiental (Deheinzelin, 2011).

Eso conduce a una ampliación del concepto de “recursos” y a un inédito intercambio de activos: la inversión en capital financiero, por ejemplo, puede generar capital humano⁶, que a su vez genera capital tecnológico, que preserva el capital natural y que finalmente se convierte una vez más en capital financiero, y así sucesivamente. Las características mencionadas permiten a la EC promover la inclusión social y productiva de la “base de la pirámide”, facilitando que una gran parte de la población mundial que está ausente del mercado, y por tanto fuera del objetivo de la industria creativa en su concepto original, adquiera una ciudadanía real, conquistando a la vez su papel como dinamizadores del sistema socioeconómico (Deheinzelin, 2011).

Para poder desarrollar la EC, se debe contar con una construcción colectiva de sociedad que transmita la identidad local, que se mueva entonces en el mundo de la cultura, una construcción que puede tardar décadas pero que, sin ella, la sociedad sencillamente no se podría desarrollar porque carecería del hilo conductor que la transforma y diferencia como es la cultura. La economía creativa necesita de la sociedad para desarrollarse, pero en la actualidad, la sociedad necesita de la creatividad para sobrevivir (Pizarro, 2015).

El emprendimiento creativo es una fuente de millones de empleos en todo el mundo, especialmente para los jóvenes y las mujeres ya que se trata de una economía en la cual la principal riqueza, específicamente el producto cultural, se beneficia de un ambiente que es favorable para su creación y distribución. Los resultados de los proyectos que ha realizado la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en el mundo demuestran que invertir en la EC conlleva a la creación de negocios exitosos, empleos y al aumento de ingresos. Asimismo, contribuyen a las prioridades globales de la UNESCO, que son los objetivos de desarrollo sustentable, para las cuales la creatividad, representa cada vez más un papel amplificador porque promueve valores que son conductores del desarrollo (UNESCO, 2017).

Este sector contribuye significativamente al Producto Interno Bruto (PIB) de las naciones, estimula la innovación, fomenta el desarrollo y contribuye a la transferencia de conocimiento en diversos sectores. Tiene un valor tanto comercial como cultural, lo que ha llevado a los gobiernos del mundo a expandirla y desarrollarla como parte de sus estrategias de diversificación económica (BOP, 2018).

Invertir en creatividad significa reestructurar las políticas culturales, así como fortalecer las capacidades y las estructuras dentro de las industrias culturales y creativas. Cuando las políticas culturales crean un entorno más favorable para que los artistas y los emprendedores creativos prosperen, surgen nuevas y mejores oportunidades. Cuando estos artistas y emprendedores son capaces de reforzar sus habilidades o de aprender otras nuevas, están mejor preparados para aprovechar esas oportunidades. Y la transformación comienza; cuando la preparación y las oportunidades coexisten, se crean empleos; las economías se fortalecen; las sociedades se transforman y todos ganan, ya que, con economías más fuertes, aumentan las inversiones en las industrias creativas y el ciclo comienza de

⁶ Capital humano: corresponde al valor que generan las capacidades de las personas mediante la educación, la experiencia, la capacidad de conocer, de perfeccionarse, de tomar decisiones y de relacionarse con los demás (Navarro, 2005).

nuevo. Cuando esto sucede, se puede comenzar a hablar de sostenibilidad y en esto consiste el desarrollo sostenible centrado en el ser humano (UNESCO, 2017).

Además de su valor de cambio (que es el paso final para que los bienes y servicios encuentren su nivel de precio óptimo en el mercado) y de su valor funcional (determinado por la manera como se usa en la vida diaria), la mayoría de los productos de las industrias creativas poseen un valor expresivo, un significado cultural que poco o nada tiene que ver con sus costos de producción o con su utilidad (Newbiggin, 2009).

El desarrollo que incluye el mejoramiento en las condiciones económicas, sociales, ecológicas y culturales de la sociedad en general se debe ver impactado por el desarrollo de las habilidades y competencias de todos los que forman parte de la misma, ya que al mejorar a través de las redes de conocimiento (familia, amigos, proveedores, asociaciones) el desarrollo personal y fortalecer los vínculos con otros miembros de la organización social, expresada en la formación de comunidades, se buscan conjuntar todos los esfuerzos, de manera que se puedan identificar y trabajar en la búsqueda de alcanzar objetivos comunes (Domínguez, 2010).

México y el municipio de Morelia: ¿Con potencial para el desarrollo de la Economía Creativa?

El crecimiento y el desarrollo económicos de las ciudades en la actualidad están condicionados por la capacidad que tienen los agentes económicos en generar conocimiento, innovación y nuevas tecnologías. Bajo este contexto, el empleo de la EC ha llamado la atención a estudiosos sobre la economía urbana⁷ porque representa un mecanismo idóneo para transmitir e incluso generar conocimiento y nuevas tecnologías. Varios autores consideran que el fomento de la EC resultaría en un impacto favorable en el DEL de las ciudades (Valdivia y Rodríguez, 2019).

Desafortunadamente en México predomina una visión tradicional y limitada de cómo generar crecimiento económico, y una muestra clara son las trabas ideológicas que impiden ver las actividades creativas como un bien económico. Para países como Inglaterra, la producción creativa es un pilar de la economía, pero en México no se le reconoce como un insumo de alto valor y, por tanto, no se han desarrollado Políticas Públicas (PP)⁸ para promover los emprendimientos creativos (BOP, 2018).

En México el tránsito por los temas en el entramado de la economía y la creatividad tiene alrededor de quince años, el problema que es que las acciones relacionadas se han desarrollado de forma lenta y paulatina. Algunas de las primeras iniciativas en el campo fueron el Seminario Internacional sobre Indicadores Culturales: su contribución al estudio de la economía y la cultura, que se llevó a cabo en el Centro Nacional de las Artes de la Ciudad de México (CDMX) en 2003. En el evento participaron especialistas nacionales y de diversas

⁷ La economía urbana estudia los sistemas económicos producidos en la población con el objetivo de realizar análisis de las diferentes estrategias económicas urbanas y poder plasmarlo, posteriormente, en planeamientos urbanísticos, proyectos o programas por una determinada organización pública (De Forn y Sunyer, 2012).

⁸ Las políticas públicas son un conjunto de acciones intencionales por que se elaboran para alcanzar objetivos o resolver problemas de la sociedad y también son causales por se considera que deben ser la mejor opción para alcanzar dicho objetivo o resolver dicho problema (Aguilar, 2010).

latitudes para discutir y analizar las experiencias sobre las metodologías de construcción de indicadores culturales, la importancia del diseño de estas herramientas para el diagnóstico del sector cultural y, por ende, del desarrollo de PP culturales y creativas. Todo ello daba cuenta en ese entonces de la necesidad de contar con información detallada del sector para la construcción de estadísticas e indicadores que posibiliten un mejor análisis y desarrollo de la cultura (Reyes, 2016).

Un ejemplo de la displicencia en la elaboración de dichos indicadores y estadísticas relacionadas a la EC es que en el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) cuentan con información donde engloban las diferentes actividades dedicadas a la cultura en México, sin embargo, y de acuerdo con los modelos de EC internacionales, donde las industrias creativas y culturales están claramente diferenciados, en México no es así. Además, la información se encuentra en un nivel agregado y se excluyen ocupaciones como por ejemplo las relacionadas con el diseño de *software* (Matadamas *et. al*, 2018).

Las industrias culturales y creativas aportan hasta un 7.4% en el PIB de México, generan 2 millones de empleos directos e indirectos y son un sector superavitario en términos de comercio exterior. Esto tiene razón de ser porque la sociedad mexicana se encuentra muy expuesta al mundo de forma cultural; sin embargo, nueve de cada 10 películas en la cartelera son de otros países; en la radio, seis o siete de cada 10 estaciones ofrecen música en otros idiomas, es decir, la producción creativa la consumen más los extranjeros que los propios mexicanos. Si hubiese una estrategia nacional y PP que promovieran la EC, ésta podría aportar hasta el 12% del PIB en el país (Gutierrez, 2007).

El país es una potencia económico-cultural; se le vende más al mundo que lo que se le compra, y se genera un excedente de divisas. El empleo en la cultura representa 3.6% de la mano de obra, y la productividad en este sector es en promedio dos veces superior al promedio nacional, pese a ser visto como un sector improductivo (BOP consulting, 2010).

México ha apostado durante años en las industrias pesadas como eje de su estrategia económica, pero basta darse una vuelta por las ciudades industriales del país para comprobar que el empleo en estas industrias no necesariamente genera prosperidad (Gutierrez, 2007). En un momento en el que la maquila mexicana se ha visto continuamente amenazada – particularmente la automotriz durante la nueva negociación del Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC)– sorprende que nadie proponga un mayor impulso a las industrias culturales o creativas, como una posible estrategia de desarrollo ya que según los números del Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. (IMCO), las industrias creativas parecieran ser un motor económico bastante atractivo (IMCO, 2015).

Haciendo un breve comparativo con la industria automotriz, se generaron 839 mil 571 empleos en 2017, mientras que la industria creativa empleó a 1 millón 384 mil 161 personas. A esto habría que agregar que tan sólo hay una diferencia de 0.5 por ciento del PIB entre ambas, con la automotriz contribuyendo un 3.7 por ciento el mismo año. Para un país como México, con índices de pobreza alarmantes y una gran dependencia en el turismo, invertir en fomentar la EC debería ser una prioridad (BID, 2019).

Para abonar más al tema, de acuerdo con datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI, en el país, en el 2018 se reportaron 5 millones de unidades económicas, de las cuales un 1.7 por ciento del total corresponde a establecimientos

relacionados con los rubros de publicidad, diseño, *software*, arquitectura, música, editorial, cine, radio y televisión, librerías y museos y artesanía; es decir 91,388 unidades, reportando un crecimiento del 2.9 por ciento en los últimos tres años (2015-2018), con más 725 mil empleados (INEGI, 2019).

De esta clasificación las grandes protagonistas son la industria musical y de artes interpretativas (30%), editorial (20%), publicidad y mercadotecnia (16%) artesanías (17,8%), producción cultural de los hogares (17,5%), diseño y servicios creativos (8,3%), artes escénicas y espectáculos (5,5%), formación y difusión cultural en instituciones educativas (4,8%), libros, impresiones y prensa (3,9%), patrimonio material y natural (1,7%), artes visuales y plásticas (1,5%), y música y conciertos (1,2%); en 2016, estos sectores tuvieron 1,359,451 puestos de trabajo ocupados (Rodríguez, 2018). México tiene mucho valor en el mercado mundial gracias a sus exportaciones de contenido musical, juegos de video, libros, televisión y cine; siendo la primera economía de Latinoamérica y la 18 del mundo. Sin embargo, expertos economistas enfocados a este rubro proyectan que el crecimiento de empleos podría llegar hasta aproximadamente 600,000 nuevos empleos, si hubiera PP sólidas que consideraran la cultura y EC como un pilar fundamental de las estrategias gubernamentales (BOP, 2018).

El grueso de la actividad económica, creativa y cultural del país se centraliza en seis estados: CDMX, Estado de México, Jalisco, Puebla, Veracruz y Nuevo León, por lo que cuentan con el mayor número de establecimientos comerciales y proveen la mayor parte de las oportunidades de empleo en el sector de las industrias creativas. En contraste, los estados con menos participación son Colima, Campeche, Baja California Sur, Nayarit, Tlaxcala y Durango (BOP, 2018).

Así mismo, la mayor parte de las universidades donde se ofrece algún programa relacionado a la industria creativa se encuentran en el centro (CDMX, Hidalgo, Estado de México, Morelos, Puebla y Tlaxcala) y centro occidente del país (Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro, San Luís Potosí y Zacatecas). Así pues, es posible ubicar que el centro del país tiene una fuerte influencia por los sectores creativos y que esta aglomeración ha conformado redes de producción que a su vez generan más productos y servicios creativos (Castañeda y Garduño, 2017).

A continuación, se presentan también algunos datos macroeconómicos del municipio de Morelia que nos permiten una perspectiva global sobre su DEL: según el Índice de Competitividad Urbana establecido por el IMCO el municipio se encuentra ubicado en la posición número 61 de 74 ciudades evaluadas; en lo que respecta al indicador denominado "Innovación de los sectores económicos", resalta la baja calificación de los indicadores del PIB en los sectores de innovación, patentes y sobre todo el contraste entre un valor alto en el número de investigadores, pero un valor bajo en los centros de investigación y los posgrados de calidad (IMCO, 2019).

En lo que se refiere a la economía se encuentra lejos de ser calificada entre las primeras diez ciudades del país, ya que ocupa la posición número vigésimo sexta; el nivel de desempleo se podría considerar relativamente bajo con una tasa del 4.1% (INEGI, 2020), sin embargo, se encuentra en el lugar número trece de entre treinta y nueve principales ciudades del país, con mayor tasa de desempleo, aunado a esto, en el indicador de salario mensual promedio se calcula que perciben alrededor de \$6,418.77 pesos mensuales, lo que hace

inferir que hay empleo pero que el nivel de salarios se encuentra por debajo de la media nacional que es de \$6,814, es decir, hay trabajo pero mal pagado (IMCO, 2019).

Respecto a lo que sucede en concreto con la EC en el municipio de Morelia, no existe un mapeo o una especie de acercamiento referente a la estructuración, distribución o conjunto de datos que puedan dar mayor certeza para calcular el potencial económico que puede generar todas aquellas unidades económicas que trabajan, producen o que se pueda catalogar como pertenecientes a la EC; lo cual es paradójico, porque incluso instituciones internacionales como la UNESCO tiene catalogada a Morelia como uno de los ocho municipios mexicanos que forman parte de la Red Internacional de Ciudades Creativas de la UNESCO, que incluso, el miércoles 22 de enero del 2020 en Mérida, Yucatán, México, a tal grado se comprometieron, que se propusieron desarrollar proyectos orientados a consolidar un cambio social, económico y cultural en sus localidades, situando a la creatividad y la cultura como motores de una planeación urbana para el desarrollo sostenible (UNESCO, 2020).

Dicho compromiso se dio a través de la firma de una Carta de Intención con la Oficina en México de la UNESCO, mediante la cual también se estableció la Red Mexicana de Ciudades Creativas. Se trata de los municipios de Ensenada, Guadalajara, Mérida, Morelia, Puebla, Querétaro, San Cristóbal de las Casas y la CDMX, que han logrado su incorporación a la Red Internacional de Ciudades Creativas de la UNESCO y que en esta ocasión formalizan su cooperación como red mexicana para fortalecer la creación, la producción, la distribución, la difusión y el acceso y la participación en la vida cultural, así como para establecer lazos de cooperación entre ellas mediante el intercambio de experiencias (UNESCO, 2020).

Además, el municipio de Morelia se caracteriza por ser una importante sede donde se organizan varios eventos nacionales e internacionales relacionados con la industria creativa, como lo es el Festival Internacional de Cine (FICM), el Festival Internacional de Órgano, el Festival de Música Miguel Bernal Jiménez, el Festival Internacional de Danza Folklórica, Festival Internacional de la Guitarra y al menos otros doce festivales más. También hay grandes eventos de la cultura mexicana y moreliana como la celebración del día de muertos en todas las plazas del municipio, la Semana Santa y en especial la Procesión del Silencio del Viernes Santo⁹, la celebración por el natalicio de José Ma. Morelos y Pavón, la celebración por el aniversario de la fundación de la ciudad, entre otros eventos (UNESCO, 2020).

Cuenta también con un gran patrimonio gastronómico, dado que la comida en general del estado de Michoacán fue declarada Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, y en la ciudad de Morelia se pueden encontrar prácticamente todos los platillos del interior del estado. Así mismo, en 1991, el centro histórico de la ciudad fue declarado por la UNESCO, Patrimonio Cultural de la Humanidad por los diferentes estilos arquitectónicos que son reflejo de más de 450 años de historia, sus 1113 monumentos y sus quince plazas, todas teniendo como elemento base la cantera rosa (UNESCO, 2020).

⁹ Fue en 1976, a iniciativa del Pbro. Joaquín Altamirano, párroco del templo de Capuchinas, que salió a las calles una nueva procesión, conocida como "Procesión del Silencio", que en un principio se realizaba en los alrededores del templo originario, pero más tarde se convirtió en atractivo turístico, haciéndola transitar por otras calles de la ciudad y finalmente por la avenida Fco. I. Madero desde la década de 1990 (Bernal y Martínez, 2015).

El municipio de Morelia cuenta además con otros recursos pertenecientes a la EC como lo son: a) una buena cantidad de museos, catorce para ser exactos, los cuales no han sido suficientemente promovidos ni reconocidos; b) en al menos dos de las tenencias del municipio se elaboran artesanías, las catrinas¹⁰ en Capula y los molcajetes¹¹ en San Nicolás de Obispo; c) se encuentra una de las más prestigiadas escuelas de música a nivel internacional, el Conservatorio de las Rosas; d) existen en el municipio alrededor de cuarenta y cinco universidades (SIC MÉXICO, 2020) que podrían convertirse en centros de innovación y creatividad.

Reyes (2016), plantea que hay mucho potencial desperdiciado respecto al aprovechamiento de la EC y considera que una de una de las apuestas para el sector creativo, es pensar en cadenas de valor más equitativas, que detonen procesos de valorización del trabajo creativo del otro, que los extremos de la cadena (creativos/productores y consumidores) se miren desde otras lógicas y que los procesos de distribución sean más justos en cuanto a las ganancias económicas para los creativos y productores.

En el trazo y la detonación de otras formas de hacer y relacionarse, se deben incluir todos los sectores (privado, académico, instituciones públicas y sociedad civil) como articuladores y mediadores de nuevas formas de interacción de estas cadenas. Es un momento clave para el desarrollo de políticas integrales que comprendan la inmensidad de posibilidades y características distintivas que las empresas culturales y creativas tienen frente al resto y posibilite un verdadero desarrollo. En la gran diversidad existente está gran parte de las respuestas (Reyes, 2016).

Conclusiones preliminares

En la EC participan todas aquellas industrias, actividades, bienes y servicios que surgen de la creatividad, que se pueden monetizar u ofrecer una retribución económica y que tienen la capacidad de dinamizar la economía.

La EC puede ser una catalizadora para la construcción de una nueva cultura de trabajo, de la forma de emprender y de transformar el tejido social de una localidad. Así mismo, las industrias creativas y culturales pueden ser el instrumento para captar las realidades locales y construir la identidad local de cada territorio donde los emprendedores sean quienes vinculen y lleven a toda la población por medio de su imaginación y creatividad las ideas innovadoras que permitan un DEL sustentable.

México y el estado de Michoacán en lo general y el municipio de Morelia en lo particular cuentan con las suficientes capacidades endógenas para desarrollar e impulsar

¹⁰ Figuras de barro y otros materiales que representan un personaje creado por el caricaturista mexicano José Guadalupe Posada, originalmente llamada "La Calavera Garbancera" y posteriormente rebautizada por el muralista Diego Rivera como "La Catrina" (Fuentes, 2018).

¹¹ Del náhuatl *molcaxitl*, de *molli*, salsa y *caxitl*, taza, escudilla o cajete. Utensilio de origen prehispánico parecido a un mortero con tres patas cortas, fabricado de piedra o barro. Se utiliza para moler distintos ingredientes y especialmente para preparar salsas, las cuales en ocasiones se sirven en este mismo recipiente (LAROUSSE, 2020).

todos aquellos emprendimientos individuales y colectivos pertenecientes a la EC, se considera que es un área de oportunidad que está desaprovechada y que tiene un gran futuro, que además puede contribuir al desarrollo social de la región.

La investigación demostrará la incidencia que tienen algunas variables económicas de la EC cómo lo son la tasa de empleo, el nivel de salario y las unidades económicas creativas en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México, lo cual facilitará la elaboración de estrategias y la toma de decisiones de tanto en el sector público como en el sector privado.

La elaboración de la presente investigación permitirá además desarrollar instrumentos que permitan la recolección y la interpretación de información relacionada a la EC, así como la elaboración de modelos que faciliten la creación y profesionalización de las empresas que tengan relación con la EC en el municipio de Morelia, Michoacán, México.

Mediante la información recabada y con la interpretación de los resultados obtenidos, se determinará si es viable, rentable y con impacto inmediato tomar como eje para el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México, el fomento a la EC de una manera integral e incluso incluirlo en el plan municipal de desarrollo.

Finalmente, la investigación podrá propiciar la oportunidad de realizar propuestas de soluciones viables que contribuyan con el fortalecimiento de la EC y que a su vez coadyuven con el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México, a través de la generación de nuevas oportunidades económicas y que a su vez se pueda contribuir con la disminución del desempleo y de la pobreza, además de reforzar la cultura de la creatividad y la innovación.

Referencias

ACRIP (2019) Importancia de las industrias creativas en la economía, Bogotá: FEDESARROLLO.

Aguilar, L., (2010) Política Pública. Ciudad de México: Siglo Veintiuno.

Berneth, L., (2001) Teorías del desarrollo. Cuadernos de Geografía, pp. 201-235.

BID (2019) Mapa transmedia. [En línea] Available at: <https://centroculturadigital.mx/mapa-transmedia/mexico-creativo/>

BOP (2018) Habilidades para la economía creativa: necesidades, formación y estilos de aprendizaje en México, Ciudad de México: British Council.

BOP consulting, (2010) Guía práctica para mapear las industrias creativas, Londres: British Council.

Buitrago, F. & Duque, I., (2013) La economía naranja. Primera ed. New York: Banco Interamericano de Desarrollo.

Castañeda, E. y Garduño, B., (2017) Mapa de las industrias creativas en México. Proyección para Centro. Economía Creativa, pp. 118-166.

Deheinzelin, L., (2011) Economía creativa, sostenibilidad y su relación con futuros deseables. Visión Internacional, pp. 138-143.

Domínguez, M. d. C., (2010) Las redes locales en el desarrollo de las microempresas rurales. En: Realidades y debates sobre el desarrollo. Murcia: Editum, pp. 223-234.

Esquivias, T., (2004) Creatividad: Definiciones, antecedentes y aportaciones. Revista Digital Universitaria, pp. 1-17.

Fuentes, Y., (2018) BBC NEWS Mundo. [En línea] Available at: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-46039695>

Gutiérrez, P., (2007) Las industrias culturales y el desarrollo en México. Comunicación y Sociedad.

Helbling, T., (2010) ¿Qué son las externalidades? Lo que ocurre cuando los precios no reflejan del todo los costos. Finanzas & Desarrollo, pp. 48-49.

Herrero, C., (2011) La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional. Investigaciones Regionales, pp. 177-202.

IMCO (2015) Industrias creativas y obra protegida: informalidad, redes ilegales, crecimiento de la industria y competitividad en México., Ciudad de México: IMCO.

IMCO (2019) Instituto Mexicano de la Competitividad. [En línea] Available at: <https://imco.org.mx/indices/reeleccion-municipal-y-rendicion-de-cuentas/resultados/entidad/024-morelia>

INEGI (2019) DENUÉ. [En línea] Available at: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denué/?ag=17>

INEGI (2020) INEGI. [En línea] Available at: https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/resultados_ciudades_enoe_2020_trim1.pdf

LAROUSSE (2020) LAROUSSE COCINA. [En línea] Available at: <https://laroussecocina.mx/palabra/molcajete/>

Matadamas, A. y otros, (2018) La economía creativa en México: Caso Oaxaca. Revista Internacional de Cultura Visual, pp. 89-99.

Navarro, I., (2005) Capital Humano: Su definición y alcances en el desarrollo local y regional. Archivos Analíticos de Políticas Educativas, Volumen 13, pp. 1-36.

Newbigin, J., (2009) La economía creativa. Una guía introductoria, Londres: British Council.

Noguera, P. y Semitiel, M., (2010) El desarrollo y sus estrategias desde la perspectiva del capital social. En: Realidades y debates sobre el desarrollo. Murcia: Editum, pp. 235-274.

OIT (2012) Estrategias de Desarrollo Local, Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.

Pizarro, G., (2015) La economía creativa para la construcción de la nueva cultura, Cuenca: Campus Euroamericano.

Reyes, M., (2016) Economía y cultura en México. Apuntes de una agenda en construcción. Periférica, pp. 209-229.

Rodríguez, L., (2018) Economía Creativa en América Latina y el Caribe. Mediciones y Desafíos, New York: Banco Interamericano de Desarrollo.

SIC MÉXICO (2020) Secretaría de Cultura. [En línea] Available at: https://sic.cultura.gob.mx/lista.php?table=universidad&disciplina=&estado_id=16&municipio_id=53

UNCTAD (2008) Creative Economy Report 2008, Geneva: United Nations.

UNESCO (2014) Informe sobre la economía creativa 2013, Nueva York: PNUD.

UNESCO (2014) UNESCO. [En línea] Available at: <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf> [Último acceso: 20 junio 2021].

UNESCO (2017) Fondo Internacional para la diversidad cultural, París: UNESCO.

UNESCO (2020) Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. [En línea] Available at: <https://es.unesco.org/news/unesco-y-ocho-municipios-mexicoestablecenredmexicanaciudadescreativas#:~:text=Se%20trata%20de%20los%20municipios,red%20mexicana%20para%20fortalecer%20la> [Último acceso: 27 Julio 2020].

Valdivia, M. & Rodríguez, I., (2019) Economía creativa y salarios urbanos en México. Problemas del Desarrollo, 50 (196), pp. 83-111.

