

Nuevos conceptos de Economía Solidaria en América Latina - Discusión de Economía Creativa¹

Daniel Francisco Nagao Menezes²

Universidade Presbiteriana Mackenzie – Brasil
nagao.menezes@gmail.com

José Francisco Siqueira Neto³

Universidade Presbiteriana Mackenzie- Brasil
jfsn@siqueiraneto.com.br

Resumen

El objetivo de este artículo es discutir el concepto teórico de la economía social y solidaria en América Latina y su apertura a la creación de nuevas sucursales como la economía creativa. El texto asume que la EES aparece en Europa como una forma colectiva de la propiedad de la riqueza y, en América Latina se amplió el concepto de ESS, convirtiéndose en una política pública para superar la pobreza. Esta característica lleva a aproximarse a la ESS estado creando un concepto separado en América Latina que no se reconoce en las universidades y poco discutida en el mundo académico. Sin embargo, además de defender la existencia de una rama autónoma del conocimiento, la ESS en América Latina es un concepto que permite la adición de nuevos conocimientos, tales como la economía creativa y colaborativa. El documento tiene como objetivo demostrar la existencia de un concepto consolidado de Economía Social y Solidaria en América Latina y su apertura a la inclusión de nuevas ramas del saber como la economía creativa.

¹ Artículo desarrollado en el Proyecto de Investigación de Economía Creativa, financiado y apoyado por el Fondo de Investigación Mackenzie.

² Licenciado en Derecho por la Universidad Católica de Campinas, la especialización en Derecho Constitucional y Derecho Procesal Civil, tanto de la PUC-Campinas, Especialización en Didáctica y Práctica Docente en Educación Superior del Centro de la Universidad de Padre Anchieta, Maestro y Doctor de la Universidad de Política y Derecho Económico Mackenzie. Profesor del Programa de Postgrado en Derecho Política y Económica en la Facultad de Derecho de la Universidad Presbiteriana Mackenzie.

³ Licenciado en Derecho y Ciencias Sociales (1982), una Maestría en Derecho de la Universidad Católica de San Pablo (1989) y doctor en Derecho por la Universidad de San Pablo (1998). Abogado (Siqueira Neto AdvogadosAssociados), profesor, profesor del programa de post-grado en sentido estricto en Derecho político y económico y Director de la Escuela de Derecho de la Universidad Presbiteriana Mackenzie.

1. CONCEPTO DE ECONOMÍA CREATIVA

Una mirada rápida histórica sugiere fuertemente que esta posibilidad puede entender la economía creativa como una expansión de la economía contemporánea de la misma manera la cultura, y por razones similares, estos últimos, la economía de la cultura puede ser entendida como una extensión de los límites circunscritos hasta hace unas pocas décadas, la economía de las artes.

De hecho, la cultura en el pasado, no despertó ningún interés particular en la economía teórica. El acercamiento entre estos dos campos, que se refleja casi siempre más un interés personal en el mundo del arte y menos, o nada, el reconocimiento por parte de los economistas, las actividades artísticas y culturales como un objeto capaz de desencadenar estudios e investigaciones.

Keynes, por ejemplo, uno de los nombres más importantes de la teoría económica en el siglo pasado, era también un apasionado coleccionista de obras de arte. En los años 20 y 30 del siglo XX, sin duda impulsado por esta pasión por el mundo del arte, mantuvo la tesis de la importancia de la financiación pública de las artes, y también ha estimulado el gobierno británico para crear el Consejo de las Artes de Inglaterra, una institución que era el primer presidente

El hecho es que Adam Smith y David Ricardo, fundadores de la economía política, pasando por todo el siglo XIX y que llega a más de la mitad del siglo XX, las pocas aproximaciones de la teoría económica en el campo de la cultura no excedieron los límites de la "alta cultura" (bellas artes, la literatura, la música, las artes escénicas) y discutido, por lo que sólo, cuestiones relacionadas con los procesos de formación de las obras de los precios del arte patrocinio público y privado y.

Por lo tanto, teniendo en cuenta este largo período, la relación entre la cultura y el ámbito de la teoría económica sugiere que, a lo sumo, los contornos de lo que llamamos una "economía de las artes." Fuera de los intereses de arco de "la economía de las artes", por ejemplo, las culturas populares. Incluso las industrias culturales ", a pesar de su expansión y diversificación acelerados por las innovaciones tecnológicas radicales que se han creado o revolucionado la fotografía, el cine, la radio, la edición y la fonografía, incluyendo la

producción en masa, fordista, productos nuevos y servicios con fuerte contenido cultural ", ni siquiera establecer una disciplina específica en la economía, se ha estudiado a lo largo de la primera mitad del siglo XX como una rama más dentro de la economía industrial.

Por cierto, proviene de estudios sociológicos, la contribución más significativa a la comprensión de la relación entre los campos de la cultura y la economía. Me refiero a la concepción misma de la industria cultural desarrollado por Adorno y Horkheimer, según el cual la producción de bienes simbólicos y culturales tiene que obedecer a la lógica que rige la economía capitalista (aumentando y el uso masivo de la máquina, la división y especialización del trabajo, la alienación trabajo) lo que hace que estos productos lleguen a ser producido ya como mercancías, es decir, como productos para el intercambio y el consumo en el mercado.

Aunque el término economía creativa recientemente han generalizado en América Latina en el ámbito internacional, la terminología está asociada con otras expresiones como una industria creativa, diseño, ciudad creativa, y se ha utilizado desde principios de 1990. Lo que se sabe es que su origen deriva del término "industrias creativas". Este término apareció por primera vez en 1994 en un discurso pronunciado por el primer ministro australiano Paul Keating, cuyo título era creativo Nación ("Nación Creativa").

Esta vez, Paul Keating lanzó una política cultural que debe adoptar el Estado australiano, que hace explícito el estímulo a las industrias vinculadas a lo que se conoce hoy en día como la economía creativa. Se reconoció que la importancia de la cultura en el desarrollo económico y la demarcación de algunas nuevas orientaciones de la política económica:

This cultural policy is also an economic policy. Culture creates wealth. Broadly defined, our cultural industries generate 13 billion dollars a year. Culture employs. Around 336,000 Australians are employed in culturerelated industries. Culture adds value, it makes an essential contribution to innovation, marketing and design. It is a badge of our industry. The level of our creativity substantially determines our ability to adapt to new economic imperatives. It is a valuable export in itself and an essential accompaniment to the export of other commodities. It attracts tourists and students. It is essential to our economic success. (CREATIVE NATION, 1994, pg. 8)

Aparte de Australia, Alemania, Inglaterra y Canadá también han publicado trabajos que muestran la importancia del tema. Se hizo cada vez más claro a los países, la relación entre el desarrollo económico, las políticas y los sectores públicos relacionados con los productos y servicios culturales.

Para definir lo que es la economía creativa, Howkins (2001) hizo la primera delimitación teórica importante sobre el tema, para así poder tomarlo como un concepto. Se dice que la creatividad no es un concepto nuevo, así como la economía, pero lo que es nuevo es la forma en que se han relacionado y la forma en que se combinan para crear un extraordinario valor y riqueza. Esta idea se basa en el proceso que implica la creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan como fuente del conocimiento, la creatividad y el capital intelectual.

Howkins (2001) afirma que hay dos tipos de creatividad: la primera es una característica universal de la humanidad y se encuentra en todas las sociedades y culturas. La segunda es la que se encuentra principalmente en las sociedades industriales, que añaden un valor más alto en la innovación, la ciencia y la tecnología, y en los derechos de propiedad intelectual.

El tema cobró impulso en 1997 en Inglaterra, cuando el entonces primer ministro Tony Blair, crea un grupo de trabajo multisectorial, encargada de analizar cuáles fueron las tendencias del mercado y la ventaja competitiva Inglés, para que pudieran hacer frente a la creciente competencia global y definir los segmentos de la economía que van a caracterizar e integrar el papel de las industrias creativas: la publicidad, la arquitectura, el arte y mercado de antigüedades, la artesanía, el diseño, la moda, el cine, el software de entretenimiento interactivo, la música, las artes, publicación, servicios informáticos y la radio y la televisión. Estos son quince sectores que están comprendidos en la definición pionera británica por lo que es de la Industria Creativa: *“Os setores que têm sua origem na criatividade, na perícia e no talento individual e que possuem um potencial para a criação de riqueza e empregos através da geração e da exploração de propriedade intelectual”* (FIRJAN, 2011).

Howkins (2001) fue el primer autor para argumentar que el éxito depende no sólo de dinero, máquinas o equipos, pero el éxito depende de las buenas ideas. Además de las contribuciones de Howkins, otra importante investigación también surgió como realizado por

la Florida (2005), que estudió el comportamiento de un grupo de personas que ejercen ciertas profesiones que tienen una mayor relación con la creatividad y cuya primera opción es vivir, es decir, la ciudad que reúne las características que son atractivas para este grupo.

Florida (2005) observó el comportamiento de ciertos grupos de individuos con características comunes: creativo y con talento. El núcleo propulsor de la creatividad esta clase comprende los científicos, ingenieros, profesores universitarios, poetas, novelistas, artistas, animadores, actores, diseñadores, arquitectos, así como el "liderazgo" de la sociedad moderna, como los escritores de los editores de no ficción, figuras culturales, investigadores de centros de investigación, analistas y otros formadores de opinión.

Las personas que componen este grupo, destaca por ser altamente creativo, producen nuevas formas o diseños fácilmente transferibles y útil - como la creación de un producto que puede ser fabricado, vendido y utilizado ampliamente; el descubrimiento de un teorema o estrategia que se puede aplicar en muchos casos; o la composición de una canción que se pueden realizar numerosas veces.

La economía creativa también puede ser visto como una extensión o expansión de la economía del conocimiento. A la presencia fundamental del conocimiento, la tecnología y la red, la economía creativa añade otro rasgo fundamental: la cultura. Dado que actualmente los ciclos de desarrollo de productos son cada vez más cortos y los bienes y servicios crecieron de manera casi idéntica, los activos que son económicamente diferenciada son los que tienen en su núcleo la intangibilidad, incluyendo la cultura (en este caso bajo la definición que a partir de las expresiones culturales de un individuo, grupo o sociedad, puede haber resultado en las actividades de creación, producción, difusión y distribución, bienes y servicios culturales). Por lo tanto, desde hace más de servicios, productos e incluso ideas que son en algún momento generado por la creatividad individual, pueden ser copiados, su origen o su creador no puede ser.

La economía creativa también puede ser entendida como una ciencia, que actúa como un paraguas estado, empresas e instituciones, teniendo bajo subordinación estructuras más pequeñas, desplegadas en las ciudades, pueblos, barrios, industrias, eventos y sectores, que deben conservar el talento creativo de todos los géneros y edades, así como atraer a otros nuevos, creando condiciones y espacios polivalentes para los recursos: capital y del dinero

dentro de los distintos fijación de espacialidad y de negocios de aglomeración, industrial y de población. Teniendo en cuenta las condiciones particulares de la economía creativa en cada país, es necesario que cada conjunto sus propios parámetros.

Las definiciones nacionales y regionales de la economía creativa deben desarrollarse sobre la base de la ventaja competitiva, las políticas económicas y la identidad de cada territorio, entre otros. (. 2008, p 141) de acuerdo con Fonseca Reis, ciudades creativas, aquí cubierto por los municipios, son los siguientes:

“aquelas capazes de se transformar socioeconomicamente e mudar as relações que estabelecem com o mundo, tendo por base sua própria essência, é claro que os exemplos bem-sucedidos em um contexto não são transportáveis para outro. Há, porém, elementos comuns e fundamentais aos mais diversos casos, independentemente da localização ou do porte da cidade, que precisam ser valorizados e explorados como potenciais”

La creatividad de los intangibles genera: un valor adicional al incorporar características culturales, inimitable por excelencia. El turismo cultural que abarca el patrimonio y fiestas típicas audiovisual, que crean sinergias entre el estilo de vida y el medio ambiente en el que florece. La noción de creatividad también se asocia con la cultura por su singularidad, capaz de generar productos tangibles con los intangibles. Por lo tanto, la diversidad de culturas, por lo que las ideas, es visto como un importante apalancamiento creatividad (FONSECA REIS, 2008, p. 29).

Por lo tanto, continúa Fonseca Reis autor (2008, p. 30) argumentando que la singularidad, que da un valor añadido y ofrece una ventaja competitiva inimitable, es un principio fundamental de opciones para los municipios, pero todavía infrautilizada, sintetizado por Ramanathan (2008, pág. 204) cuando afirma que: *“a noção de criatividade deve ser identificada com o campo cultural, já que a sua unicidade reside no fato de dar igual legitimidade, tanto aos processos culturais tangíveis quanto aos intangíveis”*.

Después de todo, no hay manera de copiar el sustrato cultural, en su totalidad, sin embargo, da una similitud a los productos y los lugares creativos para su propio valor. Sin embargo, existe una similitud entre su capital, fondos, grupos étnicos, tradiciones, valores y otros. Esta condición retratar los casos de Brasil, los diferentes municipios de la investigación

meso, sus eventos y promociones, tales como las fiestas religiosas, culturales y étnicas; ferias, exposiciones, rodeos, festivales, conciertos, espectáculos, concursos, seminarios, conferencias, convenciones, foros, encuentros, muestras, Juegos Olímpicos, campeonatos, torneos, juegos, maratones, retos, premios, paseos a caballo, senderismo, festivales, senderos, desfiles, promociones gastronómicas típicas, culturales, artísticas, deportivos y ambientales, entre otros.

Lo intangible es más difícil de lograr valor porque no hay, por un lado, el interés de la supervivencia de capital y gran escala, que también deja de lado las necesidades e intereses humanos complementarios, tales como los avances humanos social y, por el otro, se materialice activos intangibles en las clases menos favorecidas, que inicialmente carecen de las necesidades fisiológicas (básicos), y toda la jerarquía de las necesidades identificadas por Maslow y Hersberg.

La participación del 70% en todos los niveles de la cadena de valor es el objetivo principal de una economía creativa sostenible y una estrategia realista para el crecimiento y la generación de ingresos, a Jamaica y el Caribe en particular. Además del valor de cambio, ya que la fase final del consumo, la economía creativa tiene en sus productos y servicios de un valor significativo cultural, un desintegradas tanto otros costos de producción y los servicios públicos generales, como bolso de la alta moda, película, marca éxito, el software, el nuevo diseño, icono religioso, etc. En palabras de Askerud (2008, p, 236), el cambio

“no comércio e na economia em direção a uma produção baseada em conhecimento não é somente uma mudança de um tipo de produtos para outros bens e serviços, é uma mudança fundamental no modo como a produção e os negócios são organizados, assim como na forma como vivemos nossa vida e entendemos a nós próprios.”

Así pues, para implementar cambios en las ciudades, el aprovechamiento de la economía creativa en diferentes áreas, según Schumpeter (1997, p. 85)

“a realização de novas combinações não pode ser mais uma vocação, do que a tomada e a execução de decisões estratégicas, em que [...] o empreendedor inovador, ao criar novos produtos e serviços, é imitado por um verdadeiro enxame de empreendedores não inovadores, que investem recursos para produzir e imitar os bens criados pelo empresário inovador.”

Productos o servicios también son imitados en los municipios periféricos o región creativo e innovador (a), con lo que buscaban ganancias y ventajas comparativas de la competencia, se produce a diferentes amplitudes, se produce a través de las industrias y clusters creativos, grupos locales de agrupaciones espaciales de diferentes magnitudes, desde pequeñas a grandes empresas, así como para los formales o informales e individuales iniciativas, así como colectiva.

2. EN BUSCA DE CONCEPTO DE ECONOMIA CREATIVA

La economía creativa es un nuevo término y bajo una nueva mirada a la mayor parte de lo que ya existe, está constituido por un activo intangible, no es tangible, subjetiva, creado por la mente humana, muy codiciada por el valor que aporta a las industrias nuevas y tradicionales economía, presente en las actividades que resultan de las personas que ejercen su imaginación, creación, producción y distribución de bienes y servicios. Es el uso de: el conocimiento, la creatividad y capital intelectual, los valores y los generadores de riqueza, los principales recursos productivos y explotando su valor económico

De acuerdo con Duisenberg (. 2008, p 58) Economía Creativa aparece como un cambio de estrategias de desarrollo convencionales para:

uma abordagem holística e multidisciplinar, que lida com a interface entre a economia, a cultura e a tecnologia, centrada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado, [...] resultante de uma mudança gradual de paradigma e se reformulando, baseada nos ativos criativos, dos quais espera-se aumento das perspectivas de desenvolvimento em muitos potenciais geradores de crescimento socioeconômico.

La profusión de interpretaciones conceptuales no sugiere un hilo común. Cuevas, por ejemplo, entiende por industrias creativas relacionadas con las artes, la cultura y el entretenimiento en general. La cuenca economía creativa sería el potencial de generar derechos de propiedad intelectual (según el autor, la "moneda de la economía creativa"), ampliando su ámbito de aplicación de los derechos de autor, diseños industriales, marcas comerciales y patentes.

Bajo esta definición, es difícil decir lo que no integre la economía creativa en la sociedad contemporánea y qué diferencia presentaría en contra de la llamada "economía del conocimiento". En este contexto, la economía creativa parece tener otros conceptos, rasgos que se fusionan, añadiendo un toque ellos sí, citado por Fonseca Reis (2008, p. 23):

economía de la experiencia llamada reconoce el valor de la originalidad, el proceso de colaboración y la prevalencia de los intangibles en la creación de valor, firmemente anclado en la cultura y su diversidad. La economía del conocimiento lleva el énfasis en el trinomio: tecnología, mano de obra especializada y la generación de los derechos de propiedad intelectual. La economía de la cultura propone para mejorar la autenticidad e intangibles culturales únicas e inimitables, la apertura de las compuertas de las aspiraciones de los países en desarrollo, para tener un recurso abundante en sus manos.

Ya Duisenberg (2008, p 58.), Consulte la Economía Creativa como estrategia de desarrollo es desmembrado en dos enfoques complementarios, de la siguiente manera: La primera se basa en el reconocimiento de la creatividad, es decir, el capital humano, para fomentar una integración de objetivos sociales, culturales y económicas, frente a un modelo de desarrollo global postindustrial excluyente. En este viejo paradigma, la diversidad cultural y en las culturas generales pueden ser vistas como obstáculos para el desarrollo, en lugar de la creatividad y la solución de nutrientes barreras sociales y económicas.

El segundo es el enfoque necesario para el éxito de la gestión de la economía de la región, y destaca la sinergia entre los aspectos políticos, económicos y sociales, centrándose en sus principales objetivos en el crecimiento, la equidad, el bienestar y la participación. La estrategia integral hace hincapié en la importancia integrada de capital humano y social, y su relación para mejorar y preservar la armonía y la estabilidad de la sociedad. Según Piedras Fera (2008, p. 28), la actividad derivada de la creatividad,

não somente gera emprego e riqueza, como também incrementa o bem-estar da população em geral, já que promove a expressão e participação dos cidadãos na vida política, favorece um sentido de identidade e segurança social e expande a percepção das pessoas, entre outras

Para el Ministerio de Cultura de Brasil, por la Secretaría del Plan de Economía Creativa, la economía creativa comprende el ciclo de creación, producción, distribución /

difusión y consumo / disfrute de los bienes y servicios, que se caracteriza por el predominio de su dimensión simbólica. En este contexto, el desafío es encontrar una forma de economía creativa que combina el crecimiento y el desarrollo económico y social de las ciudades y regiones con el potencial de promover socio-económico, cultural, cambios de turismo, medio ambiente y otros.

3. ECONOMÍA SOLIDARIA EN LATINOAMÉRICA

La economía social y solidaria en América Latina, especialmente en Brasil, tiene una evolución que se diferencia de la matriz original. A principios del siglo XX, América Latina se produce una ruptura de la idea central de que la Economía Social está dirigido a la acumulación de la riqueza colectiva de paso en varias etapas. En Brasil, el primer paso en el siglo XX es el uso de los principios de la base económica ESS del movimiento anarcosindicalista. Esto resulta en una legislación que prohíbe los movimientos de trabajadores de la economía social. Después de la prohibición aprobada después de la etapa 30 de la regulación por parte del Estado, en un intento de integrar el movimiento cooperativo al perfil fascista del estado brasileño. Esta legislación de los 30 y 40 sólo podrá ser modificada en los años 70, durante el régimen militar, la separación de las empresas solidarias del aparato estatal, sin embargo, el mantenimiento de una fuerte intervención económica e ideológica.

La historia de la economía solidaria en América Latina y el Caribe Fecha de la época precolombina. El trabajo colectivo para la comunidad estuvo presente en las diferentes culturas y fue una experiencia generalizada en toda la región. Los pueblos indígenas continúan hoy en día estas formas de trabajo solidario, que sustenta sus economías y sociedades, y para fortalecer los espacios de resistencia a la colonización. La práctica continuó hasta la época republicana y muchas comunidades siguen siendo hoy en día esta relación.

En los últimos 160 años hemos visto florecer en la región valiosas experiencias de cooperativismo, la solidaridad, la construcción de redes, la creación del Foro Social Mundial, además del papel de la Iglesia, que ha sido muy importante en este proceso, especialmente a través de Cáritas, tanto en América Latina y el Caribe y las Américas en general. Uno de los eventos importantes en América del Norte fue la creación de la Caja de las primeras personas en la ciudad de Levis, Quebec, cuyos miembros eran agentes de pastoral en el momento.

En América Latina, la influencia de las cooperativas como proceso de gestión auto estaba tomando fuerza en sus diferentes orígenes: Cristiano-democrática, socialdemócrata, anarquistas, socialistas, etc. Tuvimos un peso relativamente grande en el debate sobre el desarrollo de América Latina y el Caribe antes de la toma del poder por las dictaduras en la región, en particular la militar. Con dictaduras, tanto del cooperativismo fue controlado por el estado, convirtiéndose en frente de las cooperativas para obtener subsidios del gobierno, lo que distorsiona su razón de ser.

Antes de las dictaduras, el debate político y económico en el mundo dividido en dos campos opuestos: el capitalismo y el comunismo. En América Latina, sin embargo, parecía una "forma de hacer política terceros": la solidaridad. Las principales fuerzas sociales que crearon la Economía Solidaria en América Latina están vinculados a un conjunto de actores sociales, con diferentes historias y visiones. Destacamos, por ejemplo, los trabajadores afiliados y / o identificados con los sindicatos y el movimiento cooperativo de América Latina y el Caribe; universidades, ya sea en investigación o de extensión universitaria; los movimientos del campo y la ciudad; la iglesia, a través de las comunidades de base pastorales y eclesiológicas; y las organizaciones no gubernamentales creadas por la sociedad civil - en gran medida el ejercicio de las funciones de promoción con los trabajadores de la economía popular y solidaria.

Durante los últimos 20 años se ha producido una pérdida progresiva del trabajo asalariado, principalmente mediante la reducción de empleo, debido al agotamiento de las estructuras jerárquicas del sindicato en algunos países de América Latina. Desde entonces, los movimientos sindicales urbanos y rurales están reanudando su papel, tratando de aumentar su base de representación cerca de los subempleados, desempleados y sin tierra, creando así determinados sectores de la organización de la economía solidaria.

También cabe destacar el papel de las universidades en la promoción de la economía solidaria, que ofrece cursos de estudio y de extensión universitaria. Muchas universidades están adoptando el tema de la economía solidaria, las variantes conceptuales sociales, populares y otros como parte de su programa de investigación y la investigación, además de ofrecer cursos de grado y de máster. El tema de "trabajo", por ejemplo, creó propuestas como la "Universidad del Trabajo", incluyendo estudios sobre la economía solidaria.

En Brasil, algunas universidades toman el papel de "incubadoras" de empresas de economía solidaria, que reúne a profesores y estudiantes en torno a la promoción de prácticas de autocuidado. Este es el caso de la Red de Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares (ITCP) la participación de las incubadoras de 44 universidades brasileñas; y la red de incubadoras universitarias de empresas de economía solidaria de Unitrabalho (IESS-Unitrabalho). Entre otras acciones, las incubadoras proporcionan la investigación tecnológica para mejorar los productos y procesos de producción.

La educación popular, muy presente en América Latina y el Caribe, con su metodología liberadora, a menudo trabaja con los agentes de pastoral de la Iglesia. En este escenario, son el trabajo pastoral, la tierra, la juventud, la alfabetización de adultos, las personas sin hogar, indígenas, etc. Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay - coordinan más de 150 movimientos sociales - incluyendo más de 3.000 representantes de organizaciones sociales de la juventud, las mujeres y los trabajadores del campo y la ciudad.

La ola neoliberal en América Latina y el Caribe reduce los recursos para las políticas sociales y alentó la creación de ONG (Organizaciones No Gubernamentales), que comenzó a asumir tareas que realmente se adapten a la situación. En este escenario, muchas organizaciones no gubernamentales que tienen fuertes alianzas con los movimientos sociales - con experiencia en la organización de actividades colectivas de trabajo - constituyen un segmento de asesoramiento y promoción de empresas de economía solidaria.

En América Latina y el Caribe hay muchas redes formadas a partir de la naturaleza o el trabajo de sus actores, temas o espacios territoriales. redes económicas de producción, comercio y consumo son muy variadas. El principal vínculo de unión entre ellos es de comercio justo. En los últimos años, numerosas organizaciones en América Latina se han dedicado al desarrollo de los mercados locales y regionales.

3.1 Entidades de la promoción de la economía solidaria en los países latinos

El ENESS (Economía Social y Solidaria de Argentina) ha crecido en los últimos años y que reúne a organizaciones como Nuestras Huellas, UNE (Unión de Empresarios de Morón), El Andamio Social, Fundación Síntesis, Fundación Caritas Rosario Silataj, entre

otros. Desde 2007, ENESS reúne a organizaciones que comparten un compromiso para desarrollar y consolidar la economía social y solidaria en la región. Se organiza en centros regionales en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, Formosa, Chaco, La Rioja, Mendoza y Misiones.

Las caras de Brasil es la plataforma conjunta de comercio justo y ético en Brasil, combinada con otra red colectiva y nacional, como FBES (Solidaridad Foro Brasileño de Economía) y ANA (Nacional de Agroecología Articulación). En el exterior, los rostros parte de MCLACJ (Tabla Coordinación Latinoamericana de Comercio Justo). También mantiene una relación directa con la RIPESS / LAC (Red Intercontinental de Promoción de la Economía Solidaria- América Latina y el Caribe), la WFTO / LA (Organización Mundial del Comercio Justo-América Latina) y el RELACC (Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria), entre otras.

En Venezuela, CECOCESOLA-Organización en Movimiento, con sede en Barquisimeto, es una organización de integración cooperativa, de acuerdo con la Ley especial de las cooperativas venezolanas. Que comprende más de 50 organizaciones, integrado en una red de producción de bienes y servicios, que reúne a más de 20 mil miembros procedentes de los sectores populares. El CECOCESOLA desarrolla varias actividades, entre ellas: la producción y distribución de alimentos, la financiación de cooperación, capacitación para el trabajo, los servicios de salud basados en los servicios funerarios tradicionales y la medicina. Estas actividades generan un proceso de educación continua para la formación de la ciudadanía y, al mismo tiempo, responde a las necesidades colectivas que surgen.

En Uruguay existe una Coordinación Nacional de Economía Solidaria integrada por AUDEES (Asociación Uruguaya de Economía Solidaria Empresas), Feria de Uruguay, del Consejo de Canelones en Economía Solidaria y Economía Solidaria del espacio.

En Chile, el espacio de la economía solidaria chilena articula el movimiento de las redes que la economía y el comercio. Sus miembros incluyen a la Red de Economía Solidaria de Santiago y Redessoles (socioeconómico Red Solidaria del Sur de Chile). La Red de Economía Solidaria Santiago es un espacio de articulación de las instituciones con las mismas necesidades de la discusión abierta de los efectos del modelo económico dominante en nuestra sociedad.

En Panamá, el ICI (Instituto Interamericano de Cooperativa) es el centro para la formación de líderes de América Latina. El objetivo de la ICI es crear vínculos entre sus organizaciones y los líderes de varios países.

Feria de México fue creada en 1999 por un pequeño organizaciones de productores para la implementación de un modelo de desarrollo diferente, con un mercado basado en la justicia, la solidaridad y la sostenibilidad. El Comercio Justo México es parte de ECOSOL México, Red Puentes México, el MCLACJ (Tabla Coordinación Latinoamericana de Comercio Justo) y también la FLO (Fairtrade International), y varios otros.

CONCLUSIÓN - LA COMBINACIÓN ECONOMÍA SOLIDARIA Y ECONOMÍA CREATIVA

Las conclusiones iniciales que se pueden tejer en los capítulos anteriores es que la economía social y solidaria en América Latina se convierte en una forma diferente de ESS, una política pública para la inclusión económica y social para las poblaciones marginadas. Esta es una nueva forma de producción y consumo, depende principalmente de la colaboración entre las personas (solidaridad).

Por otro lado, América Latina tiene una identidad cultural y la capacidad sin explotar para el desarrollo económico y artístico que hace poco, es explotada por la economía creativa, cuyas bases son exactamente la colaboración, es decir, la misma economía social y solidaridad.

La combinación de la economía social y economía creativa da lugar a nuevas formas de organización de las empresas culturales y la propia industria cultural que depende en gran medida de los acuerdos de solidaridad en sus bases.

Mientras que el texto proviene de América del Sur, el potencial de la economía creativa, explotada incluso permitir una ruptura con la dependencia cultural histórica en los países centrales (Estados Unidos y Europa), la creación de su propia identidad y ser hecho de la integración entre países. '

Esto implica acciones futuras, que las universidades no pueden evitar la comprensión de la dinámica de la economía creativa y su impacto en el desarrollo económico de la región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASKERUD, Pernille. **As Indústrias Criativas: Perspectivas da Região da Ásia Pacífico.***In Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. FONSECA REIS, Ana Carla (org). Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267 p.*

DUISENBERG, Edna dos Santos. **Visões globais. A Economia Criativa: Uma Opção de Desenvolvimento Viável?***In FONSECA REIS, Ana Carla (org). Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267 p.*

FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, CIRJ - Centro Industrial do Rio de Janeiro, SESI - Serviço Social da Indústria, SENAI - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial e IEL - Instituto Euvaldo Lodi; Rio de Janeiro, 2011.

FLORIDA, Richard. **The flight of the creative class.**New York: Harper Business, 2002.

FONSECA REIS, Ana Carla (org). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento.**São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

HOWKINS , John. **The Creative economy – How people make money from ideas.** London: Penguin Books, 2001.

PIEDRAS FERIA, Ernesto. **México: Tecnologia e Cultura para um Desenvolvimento Integral.***In FONSECA REIS, Ana Carla (org). Economia Criativa 159 como Estratégia de Desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267 p.*

RAMANATHAN, Sharada. *A Economia Criativa como uma Estratégia de Desenvolvimento: A Visão dos Países em Desenvolvimento: A Perspectiva Indiana*. In FONSECA REIS, Ana Carla (org). *Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267 p.

SHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico**. Tradução Maria Silvia Passos. Abril Cultural, 1982 (Os economistas) e Editora Nova Cultura, São Paulo, 1997.