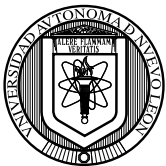


Revista de Ciencias Sociales

# Transdisciplinar

Vol.1 Núm. 1 Julio-Diciembre 2021



UANL®

CENTRO  
ESTUDIOS  
HUMANÍSTICOS

# Transdisciplinar

## Revista de Ciencias Sociales

Emprendimiento y Cultura. Un Acercamiento a las  
Industrias Creativas en Nuevo León

Entrepreneurship and Culture. An Approach to the  
Creative Industries in Nuevo León

Mónica Garza Barrera González  
Universidad Autónoma de Nuevo León  
<https://orcid.org/0000-0002-7420-2217>

Fecha entrega: 01-6-2021 Fecha aceptación: 20-8-2021

Editor: Beatriz Liliana De Ita Rubio. Universidad Autónoma de Nuevo León, Centro de Estudios Humanísticos, Monterrey, Nuevo León, México.

Copyright: © 2021, Garza Barrera González Mónica. This is an open-access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution License [CC BY 4.0], which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.



DOI: <https://doi.org/10.29105/transdisciplinar1.1-5>

Email: [monica.garzagnz@uanl.edu.mx](mailto:monica.garzagnz@uanl.edu.mx)

## Emprendimiento y Cultura. Un Acercamiento a las Industrias Creativas en Nuevo León.

### Entrepreneurship and Culture. An Approach to the Creative Industries in Nuevo León.

Mtra. Mónica Garza Barrera González.<sup>1</sup>  
[monica.garzagnz@uanl.edu.mx](mailto:monica.garzagnz@uanl.edu.mx)

**Resumen:** Este artículo aborda el tema de las industrias creativas. Tema relevante e interesante, que merece ser estudiado, analizado y reflexionado desde diferentes perspectivas. Tanto el sector cultural como el empresarial, son de suma importancia para el desarrollo y bienestar de cualquier población y su estudio requiere de mucha atención. El vínculo que existe entre valores, creencias y comportamiento de los individuos y la influencia de estos repercute en la toma de decisiones del individuo para emprender o trabajar para otros. Con esta propuesta de investigación, se pretende profundizar en la discusión de estos dos fenómenos a través de las industrias creativas, las cuales constituyen un gran reto para el futuro de los trabajadores y profesionistas de este sector que ha sido muy afectado por una crisis económica a la que nos enfrentamos actualmente, de la cual ha resultado un mundo diferente en el que las personas e instituciones relacionadas con el sector cultural han ido adaptándose a nuevas realidades sociales y económicas.

---

<sup>1</sup> Nació en la Ciudad de Monterrey, Nuevo León. Es Licenciada en Administración de Empresas por el Instituto Tecnológico de Monterrey y Maestra en Humanidades por la Universidad de Monterrey. Actualmente cursa un Doctorado en Filosofía con acentuación en estudios de la cultura en la Universidad Autónoma de Nuevo León.

**Palabras clave:** Industrias creativas, cultura, emprendimiento, desarrollo

**Abstract:** This article addresses the topic of creative industries. Relevant and interesting topic, which deserves to be studied, analyzed and reflected from different perspectives. Both the cultural and business sectors are of the utmost importance for the development and well-being of any population and their study requires a great deal of attention. The link that exists between values, beliefs and behavior of individuals and the influence of these affects the decision-making of the individual to undertake or work for others. With this research proposal, it is intended to deepen the discussion of these two phenomena through the creative industries, which constitute a great challenge for the future of workers and professionals in this sector that has been greatly affected by an economic crisis. the one we are currently facing. And from which a different world has resulted in which people and institutions related to the cultural sector have been adapting to new social and economic realities.

**Keywords:** Creative industries, culture, entrepreneurship, development

## Introducción

El punto de partida de esta investigación surge a partir del vínculo que existe entre la relación cultura-emprendurismo. La cultura del emprendimiento provoca que los individuos elijan acciones concretas para su crecimiento económico, su productividad y generación de riqueza. El crecimiento económico no es factible sin la acción resuelta, que debe impulsarse mediante la cultura emprendedora.

La cultura —fundamento de la relación en una empresa— es un término que tiene muchos significados interrelacionados y que es difícil precisar debido a la gran cantidad existente. Pero una de las definiciones más relevantes es la del antropólogo Edward Burnett Tylor (1832-1917), que define a la cultura como el conjunto complejo que incluye conocimiento, creencias, arte, moral, ley, costumbre, y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembros de una sociedad (Tylor, 1871).

El vínculo entre estos valores, creencias y comportamientos de las personas, es lo que hace posible que las diferencias en las culturas influyan en una serie de formas de actuar, que incluyen decisiones profesionales como la de ser autónomo, en lugar de trabajar para otras personas o de simplemente hacer uso de la cultura como medio de emprendimientos innovadores.

En cuanto al fenómeno emprendimiento, este puede definirse como el desarrollo de un proyecto innovador que generalmente surge como una pequeña empresa que ofrece venta de productos, servicios o procesos. También es comprendido como cualquier actividad nueva que realiza una persona la cual engloba un conjunto de habilidades y destrezas como creatividad, lideraz-

go, trabajo en equipo, innovación y toma de decisiones teniendo como finalidad lograr ganancias económicas. Se advierte que estas definiciones de cultura y emprendimiento son un tanto iniciales y estrechas, pero su exposición es relevante puesto que estas dos concepciones nos conducen a la exploración de las industrias creativas las cuales involucran la generación de ideas y conocimiento y que a su vez son entendidas por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la cultura como: “aquellos sectores de actividad [organizada] que tienen como objeto principal la producción, reproducción, promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (UNESCO, 2010, p. 17).

La relevancia de las industrias culturales ha aumentado rápidamente, constituyen un verdadero reto para el futuro de la cultura. Por su dimensión internacional, resultan ser un elemento determinante para el futuro en lo que se refiere a libertad de expresión, diversidad cultural y desarrollo económico. Estos intercambios y nuevas tecnologías abren nuevas perspectivas positivas que han acelerado el proceso en el cual los emprendedores pueden compartir sus actividades con el público global.

## Planteamiento

Para describir a la industria creativa, es fundamental hablar de creatividad, puesto que le da origen a las actividades que la componen. Se puede definir como “el proceso por el cual se conduce a la producción de algo, que es tanto original, como útil” (Runco & Pritzker , 1999, p.1). Este concepto está estrechamente relacionado a empresas que venden bienes y servicios. El término de

industria creativa comenzó a popularizarse en el Reino Unido en 1997. Las empresas que forman parte de esta industria son principalmente las que se dedican a la publicidad, el diseño gráfico, de modas, industrial, de software, de interiores, la industria filmica, la arquitectura, la música y las artes visuales (Townley, Beech, & McKinlay, 2009).

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, por sus siglas en inglés: UNCTAD define a las industrias creativas como ciclos de creación, producción y distribución de los bienes y servicios que tienen como base fundamental la creatividad y el capital intelectual; es aquella que constituye un conjunto de actividades basadas en el conocimiento, pero no limitándose a las artes, para generar ingresos en relación al comercio y derechos de propiedad intelectual; comprende productos tangibles e intangibles o servicios artísticos con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado; es punto de convergencia de artesanos, servicios y sectores industriales, y constituye un nuevo sector dinámico en el mundo del comercio (UNCTAD, 2010). El término de industria creativa también se aplica a la producción de los bienes y servicios realizados por las industrias culturales y aquellas empresas que dependen de la innovación, la investigación y el desarrollo de software (UNESCO, 2013).

Las industrias culturales y creativas enfrentan grandes retos, que involucran el capital humano, cultural, social e institucional. Esta industria presenta una tendencia de crecimiento en la economía, pero en cuanto al tema laboral existen opciones reducidas de desarrollo para los profesionistas de estos ámbitos.

Existen altos índices de desempleo y pocas áreas de oportunidad para el ejercicio profesional.

A partir del brote de la pandemia COVID-19 este problema se ha incrementado, la forma en que vivimos ha cambiado, de un día para otro la manera en que se trabajaba, estudiaba y nos relacionábamos se ha visto alterada. La actividad económica también se ha paralizado, afectando a infinidad de industrias del mercado local y global. Y las industrias creativas no son la excepción, éstas han presentado pérdidas millonarias por la cancelación de espectáculos, conciertos y festivales, cierre de museos, restaurantes, cines, teatros, y otros establecimientos considerados no-esenciales.

Esto es relevante para esta investigación, ya que en México, datos del INEGI (2020), arrojan que la industria creativa representa el 3.5% del Producto Interno Bruto. En un entorno de contingencia sanitaria como el actual, muchas familias se han visto afectadas de forma considerable y México busca una estrategia de rescate económico para la cultura, ya que la labor de la industria creativa es prioritaria para el desarrollo nacional. Sin embargo se cree que a pesar de los esfuerzos del gobierno para incentivar la recuperación económica de estas industrias creativas, con programas de apoyos directos a esta comunidad, será difícil que vuelvan a cobrar la fuerza que tenían antes de la actual pandemia (Mendoza, 2020).

Lo que se sabe de las industrias creativas es que éstas generan empleos e impulsan la actividad profesional de quienes ofrecen sus productos o servicios. También se cree que una de las razones por las que el crecimiento y la expansión de esta indus-



tria ha sido tan acelerada en las últimas décadas es que ha sido impactada fuertemente por la tecnología y las nuevas formas de comunicación, debido a que esta permite un intercambio tanto local como internacional para la difusión de sus contenidos y productos disponibles en Internet y medios digitales. (Castañeda y Garduño, 2018).

Natalie Heinich (1992), lo mismo que diversos investigadores que han estado involucrados en el tema de estas industrias, han analizado las causas del fenómeno de la concentración de los artistas en las grandes ciudades. Entre las razones se encuentran: la posibilidad de establecer alianzas entre agentes del sector, la demanda cultural de los productos por un público altamente educado y la fácil instalación residencial entre otras (Rius-Ulde-molins, 2014).

En la ciudad de Monterrey hay una gran concentración de artistas y por esta razón debe estudiarse este fenómeno. Y aunque esta metrópoli no es considerada una ciudad creativa, siempre ha sido puerta de entrada al país de novedades tecnológicas organizacionales y administrativas; provenientes de nuestro vecino país del norte. Con la llegada de firmas globales han aparecido nuevas culturas laborales como la del emprendimiento y ante esta competencia global se ha encontrado un espacio a la creación cultural (López, 2007).

Algunas soluciones de éxito en el Estado de Nuevo León para continuar con el desarrollo artístico de la comunidad de creadores, artistas, investigadores docentes y estudiantes, son las convocatorias de apoyo que ha lanzado el Consejo para la cultura y las Artes de Nuevo León (CONARTE), para fortalecer el

programa y estímulo del desarrollo artístico ( 2020 ). En el Municipio de San Pedro se han creado espacios digitales abiertos en facebook e instagram para los ciudadanos, donde ofrecen una extensa programación de diversas disciplinas que integran la vida cultural, como el teatro, la danza, el deporte, talleres y conciertos musicales.

## I. Antecedentes

El concepto de industrias culturales no es nuevo, Theodore Ludwig Wiesengrund Adorno comenzó a utilizarlo en 1948 refiriéndose a las técnicas de reproducción industrial en la creación y difusión masiva de obras culturales. En los años 90, emerge el concepto de economía creativa que entiende la creatividad como el motor de la innovación, el cambio tecnológico y como ventaja comparativa para el desarrollo de los negocios. Después en Australia y más tarde en el Reino Unido, se empleó el concepto de industrias creativas, entendidas como aquellas que “tienen su origen en la creatividad individual, la destreza y el talento y que tienen potencial de producir riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual” (UNESCO, 2010, p. 17).

La concepción de la economía creativa, lo encontramos en el libro de John Howkins *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (2001), donde definió por primera vez los ocho pilares que actúan en esta economía: arquitectura, diseño, artes, moda, cine, audiovisual, literatura y artes escénicas. Es la economía en la que los sujetos dedican la mayor parte de su tiempo a generar ideas y consiste en transformar la creatividad en

resultados concretos.

Las industrias creativas, juegan un papel muy importante en el contexto mundial, debido a que se han experimentado cambios significativos en las dinámicas del mercado de trabajo, en las oportunidades de empleo y en la organización laboral. Hoy en día se observa una tendencia a la profesionalización de los saberes y la exigencia de integrar las actividades económicas en actividades relacionadas con la comunicación, la información y el desarrollo tecnológico (Castañeda y Garduño, 2016).

La economía creativa es sumamente importante para el desarrollo de México, y aunque esta ha sido impulsada fundamentalmente en Estados Unidos y Asia, está considerada como un motor más de crecimiento dentro de la economía actual. Un informe de ProMexico (2017) ha revelado que México se ubica en la posición número 14 en importancia en la industria creativa, lo que representa 3.5% del PIB nacional. De acuerdo con un estudio de Global Entertainment & Media Outlook (2019) se estima que para el presente 2021 y el 2022 este sector tendrá un crecimiento de 6.39% y 6.12%, respectivamente.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se ha reunido con expertos del sector cultural y creativo de América Latina, para pensar en la reactivación del sector creativo y cultural post-pandemia (Majlis y Ruy, 2020). Por otro lado en México, la Secretaría de Cultura (2020) anunció la creación de un “banco de funciones” para pagar a los artistas, creadores y conferencistas contratados entre el 20 de marzo y el 20 de abril de 2020. También anunció la creación de una plataforma para que los artistas puedan trabajar desde sus casas. (Luzardo y Zaldívar, 2020).

La industria creativa se ha caracterizado por ofrecer nuevas opciones de empleo que incluyen situaciones heterogéneas como contratos de trabajo por tiempo determinado, trabajo provisional, trabajo de jornada parcial, y diferentes formas de empleos sostenidos por el poder público en el marco de la lucha contra el desempleo. En este sentido, las relaciones laborales se han transformado y las responsabilidades han variado en cada tipo de contrato (Castañeda y Garduño 2016). A consecuencia de estos tipos de empleo ha surgido una nueva categoría de trabajador que ha exigido mayor educación que no estaba contemplada en el pasado, teniendo en cuenta que para que una economía creativa disponga de trabajadores, requiere de un sistema de educación eficaz y de un contexto de diversidad cultural.

## 2. Definición

Las industrias creativas pertenecen al sector de la economía que involucra la generación de ideas y conocimiento. Comprenden principalmente a la industria cultural: arte, entretenimiento, diseño, arquitectura, publicidad, gastronomía y la economía del conocimiento: educación; investigación y desarrollo; tecnología; informática; telecomunicaciones; robótica; nanotecnología; industria aeroespacial. Algunas de estas industrias están teniendo cambios significativos en la economía, como la industria de la moda, música, artes visuales y escénicas, televisión, radio, cinematografía, artes del espectáculo, deportes, restaurantes, hoteles y rituales religiosos entre otros. (Castañeda y Garduño 2016). A continuación se muestra una clasificación de las industrias creativas según algunos organismos internacionales.

## Tabla 1.

### Clasificación de Industrias Creativas.

MODELO DEL REINO UNIDO: DEPARTAMENTO DE CULTURA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEPORTE (DCMS) Publicidad Arquitectura Antigüedades (incluyendo restauración) Artesanía Diseño gráfico y de interiores Diseño de Moda Cine, video y fotografía Software, juegos por ordenador y edición electrónica Música, artes visuales y escénicas
Edición Televisión y radio
BID INDUSTRIAS CULTURALES Artes escénicas y visuales Literatura Música Cinematografía Artesanía Patrimonio cultural Medios masivos de comunicación
UNESCO Herencia cultural Impresión y literatura Música Artes del espectáculo Medios fonográficos Medios audiovisuales Deportes y juegos Medio ambiente y naturaleza Lenguas Artes Espectáculos Rituales religiosos Tradicionales orales

CEPAL  
Editorial  
Cine  
Televisión  
Radio  
Discografía  
Contenidos para celulares  
Producción musical independiente  
Contenidos para web  
Juegos electrónicos  
Contenidos producidos para convergencia digital (cross media) regionales, nacionales y macro regionales, a través de las redes constituidas por empresas independientes y conectadas entre sí, su tendencia es fundirse en el tejido económico, social y cultural.

Fuente: (UNESCO, 2010).

Estas industrias han ido intensificando el proceso de globalización en diferentes partes del mundo y han sido difundidas como alternativas para superar las dificultades económicas y sociales propias del capitalismo. Su utilización está vinculada a los círculos de creación, producción y distribución de bienes y servicios en sectores donde la creatividad es una dimensión esencial: la música, las artes escénicas, la artesanía, el diseño, la moda, el cine, el video, el radio, la televisión, la arquitectura, el software de entretenimiento, la publicidad, el mercado editorial, el sector de arte y antigüedades. Otras clasificaciones incluyen la gastronomía, el deporte, espectáculo, museos y galerías de arte. Estos son los sectores que componen la “economía creativa” y generalmente están vinculados al ocio.

## Discusión

Richard Florida (2010), experto estadounidense en geografía y crecimiento económico declaró, que la creatividad es la nueva eco-

nomía y comprobó que ciertas empresas se movían hacia aquellos lugares en los que se concentraban las personas más capaces y creativas.

Llevar a cabo este proyecto de investigación en el Estado de Nuevo León, aplica ya que existe una gran aglomeración de empresas y establecimientos pertenecientes a la industria creativa, como lo son los clusters especializados en medios creativos, interactivos y de entretenimiento. También existen clusters conformados por grupos de emprendedores que buscan integrar los esfuerzos de la industria de empresas de medios interactivos en el gobierno, sector financiero y academia de Nuevo León para desarrollar la industria y lograr beneficios tangibles a través de la colaboración y el esfuerzo en equipo. El directorio Monterrey Interactive Media & Entertainment Cluster (MIMEC, 2020) es reconocido como el consejo ciudadano para el impulso de la industria de medios interactivos, logrando que los medios creativos en el Estado fueran admitidos como sector estratégico.

Tabla 2.

Miembros del Consejo MIMEC

<b>INICIATIVA PRIVADA</b>	<b>INSTITUCIONES ACADÉMICAS</b>	<b>GOBIERNO</b>
Playful Render Next Studios La Tuna Group	Tecnológico de Monterrey U-ERRE CEDIM UDEM UANL	Secretaría de Economía y Trabajo Instituto de Innovación y Transferencia de Tecnología CANIETI

Fuente: Directorio 2020. Clúster de empresas especializadas en medios creativos, interactivos y entretenimiento.

El perfil de los emprendedores creativos es fundamental para que los sectores público, privado y académico puedan conocer a profundidad quiénes son los actores de la economía creativa. La industria creativa ha experimentado en México un crecimiento exponencial y generado 1,04 millones de empleos, según la Cuenta Satélite de la Cultura en México 2015, del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (Forbes, 2019). Estas industrias creativas podrían seguir aportando porcentajes altos de crecimiento de la economía nacional debido a los grandes avances registrados en materia de conectividad digital entre otros. De manera que abordar a profundidad estos aspectos del tema será de gran utilidad.

Lo que se sabe de este fenómeno económico social, que se le conoce como industria creativa, es que es un término que comenzó a usarse para describir una serie de actividades, que pueden encontrarse entre las más antiguas de la historia hasta las que surgieron con la llegada de la tecnología digital. Varias de estas actividades tenían ya fuertes raíces culturales y el término de industrias culturales ya se utilizaba para describir el teatro, la música, la danza, el cine y las artes visuales. Este término era muy controvertido debido a que algunos artistas lo consideraban degradante, pero el hecho era que estas actividades, tanto de las industrias culturales como las de las nuevas industrias creativas, eran de suma importancia para la economía de muchos países y estaban dando empleo a un gran número de personas. Ningún gobierno había intentado medir su contribución a la economía o considerar su importancia, salvo el gobierno de los Estados Unidos que protegía y fomentaba



su industria cinematográfica. No eran consideradas un sector industrial concebido en la forma en que el sector aeroespacial, farmacéutico o automotriz eran comprendidos, pero todas estas actividades tenían en común que dependían del talento creativo de los individuos y de la generación de ideas de propiedad intelectual. Pensar en ellos como un sector, era inconcebible hasta que se evidenció que el trabajo del sector creativo estaba impactando en otras áreas de la economía, especialmente en el uso de tecnologías digitales. (<https://techronga.com/que-es-la-economia-creativa/>).

Las industrias creativas están incrementándose en todo México y son una fuente de crecimiento económico y de innovación. Esto es debido a la demanda de entretenimiento y cultura que existe actualmente y del potencial de distribución que hay a través de los medios digitales que permiten alcanzar audiencias globales. Además, en el mercado tan competitivo que existe, la creatividad está haciendo la diferencia en los negocios puesto que es la clave para diferenciarse de otras empresas. Las industrias creativas crecen a diferentes ritmos en el país, siendo en la Ciudad de México donde se concentran la mayor parte de los empleos y establecimientos derivados de la economía creativa. En otros estados como Quintana Roo, Tamaulipas, Sinaloa, Yucatán, Coahuila, Monterrey y Guadalajara también ha destacado esta industria (Castañeda y Garduño, 2016).

Los temas relacionados con el estudio de las industrias creativas en México son relativamente nuevos y para comprender esta materia, es importante entender lo que significan la

creatividad y la economía creativa. La creatividad como ámbito de las profesiones no tiene una definición oficial, pero existen criterios mediante los cuales es posible identificarla. Para definirla, la Organización de las Naciones Unidas ha sostenido que la creatividad implica procesos de imaginación e innovación de ideas involucrando la curiosidad así como la búsqueda de nuevas soluciones a los problemas teniendo algún impacto en la economía al crear productos o servicios (Castañeda y Garduño, 2016).

Desde el ámbito educativo, los estudios que relacionan la economía de la educación con la economía de la cultura son casi inexistentes. Pero la preocupación por la producción de bienes y servicios culturales en las instituciones educativas crece cada vez más por las implicaciones de las industrias creativas en los procesos educativos y por las relaciones que existen entre creatividad, innovación, tecnologías, educación y proyectos educativos. La relación que existe entre las industrias creativas y la educación ha sido contradictoria, de aceptación y rechazo, por ejemplo los libros, la lectura y la escritura forman el núcleo del proyecto escolar y sería ilógico sin ellos, pero incluso la industria editorial juega un papel central en los textos escolares, en cuanto a su producción y comercialización.

De la misma manera y entre muchos otros paradigmas, la relación de las escuelas con el teatro y el cine se han convertido en artes que dialogan con la formación, el conocimiento y hasta en instrumentos pedagógicos de valor. Es notable que deben resolverse todavía infinidad de conflictos

entre el canon ilustrado de la escuela y el del entretenimiento (Rey, 2018).

Desde el punto de vista de la clusterización, ésta fue denominada por Alfred Marshall como “fenómenos” y definió al “clúster” como la concentración de industrias en localidades particulares (Kuah, 2002). Estas industrias configuran redes con procesos de operación determinados, los clusters representan una concentración geográfica que incluye competencias, colaboraciones y sistemas interdependientes que enlazan empresas e instituciones a un sistema de mercado (Kuah, 2002). Desde esta perspectiva, los clusters forman cadenas productivas y generan intercambio de conocimientos, información y fuerza de trabajo, así es como Mercado y Moreno lo han estudiado (2011).

## Reflexiones finales

El Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible es 2021, así lo declara la UNESCO, la economía creativa es uno de los sectores de más rápido crecimiento en el mundo. “La creatividad es también un recurso renovable, sostenible e ilimitado que podemos encontrar en cualquier parte del mundo” (UNESCO, 2021, párr. 1). La creatividad es la industria del mañana, cuenta con diversos actores y es una economía que está en auge. Por esta razón, la línea de investigación de este proyecto es el estudio de este fenómeno, de cual se presentan a continuación algunos indicadores de esta economía que servirán de base para iniciar la exploración.

Figura 1

Indicadores económicos de las Industrias Creativas y Culturales<sup>2</sup>



Fuente. UNESCO (2021).

En el 2004 fue creada La Red de Ciudades Creativas por la UNESCO y hoy se compone por 246 ciudades alrededor del mundo. Esta red tiene por objetivo la de promover la diversidad cultural y el desarrollo sostenible, reconociendo la creatividad como un factor estratégico del desarrollo urbano sostenible, en los aspectos, económicos, sociales, culturales y ambientales y como un generador de derrama económica a través del turismo (UNESCO, 2021). México tiene ocho ciudades creativas de distintos estados —Ensenada, San Cristóbal de las Casas, Morelia, Guadalajara, Ciudad de México, Puebla, Mérida y Querétaro— incluidas en esta Red de Ciudades Creativas lanzada

---

2 Estos indicadores económicos permiten realizar un análisis de la situación y del rendimiento de la economía tanto pasada como presente, y pueden servir para realizar previsiones sobre la futura evolución de la economía creativa.

por la UNESCO en 2004. Esta Red se compone de siete ámbitos creativos, que son la artesanía y artes populares, artes digitales, cine, diseño, gastronomía, literatura y música (UNESCO, 2020). El término ciudad creativa fue creado por el autor inglés Charles Landry en la década de 1980 para designar a aquellas localidades donde las actividades culturales suponían un componente de peso en la economía de la ciudad y en el funcionamiento social (Landry, 2012).

México tiene un gran potencial y un papel estratégico en las industrias creativas ya que se ha distinguido en todo el mundo por su gran creatividad. El gobierno mexicano busca posicionar a México como uno de los principales actores del mundo y a convertirlo en el vínculo para la producción de contenidos audiovisuales e interactivos de Latinoamérica. Con este fin se esfuerza por crear una plataforma que integra los esfuerzos del gobierno, la iniciativa privada y la academia para promover el desarrollo de estas industrias y mantenerse como destino líder en la producción creativa.

Considerando que sus costos competitivos, su infraestructura de primer nivel, su tecnología de punta, variedad escénica, experiencia, fuerza laboral calificada y su talento son reconocidos internacionalmente. Por añadidura, nuestro país es el destino turístico número diez a nivel mundial puesto que cuenta con su belleza natural y con beneficios derivados del Tratado de Libre Comercio con América del Norte y goza de infraestructura de telecomunicaciones de punta, de nodos urbanos conectados a velocidades altas de banda ancha y abastecimiento eléctrico sin interrupciones las 24 horas (PROMEXICO, 2016).

En el recorrido de este trabajo, se presentan datos relevantes que aportan elementos para conocer la industria creativa y que exploran temas relacionados con el crecimiento de esta industria y del entorno laboral de los individuos creativos relacionados con este sector. Las industrias creativas representan un futuro para la cultura de México y los empleos vinculados con el sector cultural seguirán ascendiendo. Las trayectorias y condiciones de trabajo de estos individuos mostrarán el curso de vida laboral contingente en el que se encuentran con la posibilidad esperanzadora de obtener condiciones que sean dignas, con salarios decentes y oportunidades de crecimiento.

Del mismo modo, el desarrollo de las actividades artísticas y culturales, seguirá generando ingresos a sus participantes repercutiendo favorablemente en la economía internacional, nacional y local. El involucramiento de organismos, internacionales, nacionales y locales seguirá apoyando a las empresas creativas y culturales, con el propósito de impulsar y fortalecer al sector cultural del orbe de México y Nuevo León respectivamente. Es importante considerar que la cultura no puede ser olvidada, en vista de que sin cultura no hay humanidad y sin ella la recuperación económica mundial que se vive actualmente será complicada.

Los alcances de esta investigación serán locales de carácter regional y proporcionarán la información pertinente para conocer la generación de fuentes de empleo que fortalezcan la identidad cultural de la sociedad. En términos generales el estudio de las industrias creativas, las cuales contribuyen al desarrollo nacional, se percibe como una alternativa adecuada para generar el conocimiento necesario para mejorar las condiciones laborales

actuales de los trabajadores y para desarrollar aun más la industria, lo que como hipótesis final resultaría en beneficios económicos y sociales importantes.<sup>3</sup>

## Referencias Bibliográficas

- Adorno, T. & Horkheimer, M. (2018). *Dialéctica de la Ilustración: fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.
- Castañeda, E. & Garduño, B. (2016, mayo 16). Mapa de las industrias creativas en México. *Proyección para CENTRO*. Economía Creativa, 07, pp.118-166.
- Castañeda, E. & Garduño, B. (2018, abril 16). Una Mirada a las revistas especializadas en el campo de la industria creativa. *Economía Creativa*, 09, pp.164-179.
- Clúster de empresas especializadas en medios creativos, interactivos y entretenimiento. (2020). *MIMEC*, pp. 1-34. <http://monterreyinteractive.org/wp-content/uploads/2020/12/MIMEC-DIRECTORIO-2020.pdf>
- Consejo para la Cultura y las Artes de Nuevo León (2020, junio 30). Lanza CONARTE convocatorias en apoyo a creadores. CONARTE, No. 124.
- DCMS. (1998). *Creative Industries Mapping Document*. Londres: Department of Culture, Media and Sport.

---

<sup>3</sup> Agradecimientos al Dr. Eleocadio Martínez Silva y al Dr. Roberto Kaput González Santos por su valiosa colaboración en la consecución del material bibliográfico que sirvió de base para la elaboración del presente artículo.

- El crecimiento de la industria creativa promueve una educación más sólida. (2019, Febrero 19). *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/el-crecimiento-de-la-industria-creativa-promueve-una-educacion-mas-solida/>
- Florida, R. (2010). *La Clase Creativa: La transformación de la cultura, del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Barcelona: Paidós.
- Global Entertainment & Media Outlook 20202024. (2019, Mayo 9). La industria del Entretenimiento y Medios se reconfigura. <https://www.pwc.com/mx/es/industrias/tmt/gemo.html>
- Heinich, N. (1992). *La gloire de Van Gogh. Essai d'anthropologie de l'admiration*. Paris: Éditions de Minuit.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020, noviembre 20). Cuenta Satélite de la cultura de México, 2019. [COMUNICADO DE PRENSA NÚM. 562/20]. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/StmaCntaNal/CSCltura2020.pdf>
- Kuah, A., (2002). Cluster Theory and Practice: Advantages for the Small Business Locating in a Vibrant Cluster. Cluster Theory and the Small Business. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Volume Four, (3), pp. 206-228
- Landry, C. (2012, julio 14). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. Routledge.



López, V. Nuevo León en el siglo XX. Apertura y globalización: *De la crisis de 1982 al fin de siglo (La Historia en la Ciudad del Conocimiento)*. Fondo Editorial de Nuevo León, 2007. xxiv, pp. 163-196.

Luzardo, A. y Zaldívar, T. (2020, Abril 15). ¿Qué necesita la Economía Naranja en medio de la crisis del Covid-19? *Kreatópolis*. <https://blogs.iadb.org/industrias-creativas/es/economia-naranja-en-la-crisis-del-covid-19/>

Majlis, M. y Ruy, A. (2020, Septiembre 23). Unidos por la Reactivación de las Industrias Creativas y Culturales. *Kreatópolis*. <https://blogs.iadb.org/industrias-creativas/es/unidos-por-la-reactivacion-de-las-industrias-creativas-y-culturales/>

Mendoza, V. México busca una estrategia de rescate económico para la cultura. (2020, Agosto 6). México: Forbes. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/politica-mexico-busca-estrategia-rescate-economico-cultura/>

Mercado, A y Moreno, M. (2011). La Ciudad de México y sus clusters. *Región y Sociedad*, año xxv / no. 58.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la cultura (2010). *Políticas para la Creatividad: Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Argentina: UNESCO. <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-%09cultural-expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobre-definiciones-%09que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/>

Políticas para la creatividad: guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas; 2010 ([unesco.org](http://unesco.org))

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2013). *Creative Economy Report*. New York: United Nations Development Programme. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la cultura (2020). *UNESCO y ocho Municipios de México establecen Red Mexicana de Ciudades Creativas*. UNESCO, <https://es.unesco.org/news/unesco-y-ocho-municipios-mexico-establecen-red-mexicana-ciudades-creativas>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la cultura (2021). *Convocatoria Red de Ciudades Creativas 2021 de UNESCO*. UNESCO, <https://www.recursos-culturales.com/red-de-ciudades-creativas-unesco/>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la cultura (2021, febrero 8). UNESCO, Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible. <https://es.unesco.org/commemorations/international-years/creativeeconomy2021>

PROMEXICO. (2016, ENERO 5). *Industrias creativas. La creatividad mexicana es reconocida en todo el mundo*. Recuperado de <https://www.gob.mx/promexico/acciones-y-programas/industrias-creativas>

PROMEXICO. (2017). *Industrias creativas en México*. Recuperado de <http://www.ethic.com.mx/docs/Infografias/sectores/Industrias-creativas-Mexico.pdf>

¿Qué es la economía creativa? (2020, enero 28). *Techron GA*. <https://techronga.com/que-es-la-economia-creativa/>

- Rey, G. (2018, septiembre 26). Industrias creativas y educación. *La escuela en medio de las transformaciones culturales*. Educación y Ciudad, (35), 13-24.
- Rius-Uldemolins, J.. (2014). ¿Porque se concentran los artistas en las grandes ciudades? Factores infraestructurales de localización, estrategias profesionales y dinámicas comunitarias. *Reis. Rev. Esp. Investig.Sociol.*, (147), 73-88.
- Runco, M. A., & Pritzker, S. (1999). *Encyclopaedia of Creativity* (Vol. 2). California & London: Academic Press.
- San Pedro supercultura superciudad [@cultura.sanpedro]. (s.f.). IGTV [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 20 de noviembre de 2020, de <https://www.instagram.com/cultura.sanpedro/>
- Secretaría de Cultura del Gobierno de México. (2020, marzo 22). La Secretaría de Cultura informa a la comunidad artística y cultural. <https://www.gob.mx/cultura/prensa/la-secretaria-de-cultura-informa-a-la-comunidad-artistica-y-cultural?idiom=es#:~:text=La%20secretaria%20de%20Cultura%2C%20Alejandra,en%20otro%20momento%20del%20a%C3%Bl>.
- Townley, B., Beech, N. & McKinlay, A. (2009, June 19). Managing in the creative industries: *Managing the motley crew*. *Volume: 62 (7)*, page (s), 939-962.
- Tylor, E.B. (1871). *Primitive Culture. Volume I*. New York: Dover Publications, Inc.
- UNCTAD. (2010, Noviembre 4). *Economía Creativa: Una opción factible de desarrollo*. Informe 2010. Ginebra, Suiza: UNCTAD.