



## Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Distr. general  
24 de mayo de 2012  
Español  
Original: inglés

---

### 13º período de sesiones

Doha (Qatar)

21 a 26 de abril de 2012

## Informe acerca del diálogo de políticas de alto nivel sobre la economía creativa para el desarrollo

### XIII UNCTAD

Celebrado en el Centro Nacional de Convenciones de Qatar, en Doha,  
el 26 de abril de 2012

### Resumen preparado por la secretaría de la UNCTAD

#### Introducción

1. El diálogo de políticas de alto nivel sobre la economía creativa para el desarrollo tuvo lugar el 26 de abril de 2012 en Doha, como evento especial de la XIII UNCTAD. Su objetivo era brindar un mayor apoyo a los gobiernos para potenciar su economía creativa, como opción viable de desarrollo orientada a la promoción del crecimiento socioeconómico, el comercio y la innovación. Durante este diálogo intergubernamental de políticas, los gobiernos examinaron estrategias de política, procesos multilaterales y experiencias nacionales, además de iniciativas concretas para impulsar la economía creativa. En la reunión se abordó la labor realizada por la secretaría de la UNCTAD para cumplir su mandato en relación con este tema, y los gobiernos reafirmaron el importante papel que desempeña la UNCTAD en este ámbito, así como su contribución al progreso de los programas de política e investigación ligados a la economía creativa y sus aspectos de desarrollo.

2. Dado que las políticas sobre la economía creativa requieren una visión estratégica e intervenciones normativas innovadoras, el diálogo de políticas se estructuró en torno al tema de "Crear el futuro" y contó con tres paneles. El Secretario General de la UNCTAD recordó, en su discurso de apertura, que la economía creativa era un sector dinámico cuyo crecimiento había superado todas las expectativas. La economía creativa estaba en plena expansión en los países en desarrollo y tenía ya una cuota de mercado de casi el 50% en el mercado mundial de bienes creativos. La economía creativa se había convertido en un sector prioritario en los planes de desarrollo nacionales, no requería grandes inversiones y favorecía la diversificación de las zonas rurales. La importancia de las industrias creativas había aumentado en tal medida que muchos países habían decidido crear un ministerio de

Industrias Creativas, asociado a veces al turismo. En su conclusión, el orador hizo hincapié en tres aspectos: a) la economía creativa podía ser el punto culminante del desarrollo incluyente; b) la economía creativa era una industria ecológica que contribuía al desarrollo sostenible; y c) la economía creativa fomentaba y nutría la diversidad de culturas, ideas y pensamiento de forma democrática.

3. El Ministro de Cultura, Artes y Patrimonio de Qatar, Excmo. Sr. Hamad Bin Abdulaziz Al-kuwari, también Presidente de la XIII UNCTAD, presidió la reunión con asistencia del Sr. Teymoor Nabili, periodista de Al Jazeera Network, que moderó el debate de políticas. Recordando que la economía creativa se había convertido en uno de los principales motores de la diversificación y la modernización de las economías de varios países del Oriente Medio, señaló que Qatar realizaba ingentes inversiones como parte de la estrategia nacional para crear un entorno propicio a la expansión de la economía creativa. El Museo de Arte Islámico representaba la esencia de la arquitectura islámica contemporánea con un importante efecto visual y albergaba una amplia colección de obras de arte de tres continentes que ofrecía una visión completa del patrimonio cultural del mundo islámico. Además, los vanguardistas rascacielos contemporáneos que encarnaban la nueva imagen de la ciudad de Doha ilustraban el modo en que se estaban aplicando las políticas para promover la economía creativa y revitalizar el país. El Ministro señaló que la XIII UNCTAD y esta reunión especial brindaban la posibilidad a los gobiernos no solo de presentar su propia perspectiva de la elaboración de políticas, sino también su visión y experiencia en relación con los retos y las oportunidades con que se habían enfrentado mientras ponían en práctica las políticas e iniciativas nacionales para impulsar su economía creativa. El objetivo era impulsar este programa de políticas que conjugaba las dimensiones económicas, tecnológicas, culturales y sociales, interesándose por nuevas percepciones y medidas concertadas de política. Concluyó insistiendo en que no había futuro sin cultura, y que la creatividad formaba parte de la cultura.

4. La Jefa del Programa de Economía Creativa de la UNCTAD presentó de manera exhaustiva las principales conclusiones y recomendaciones de política del *Creative Economy Report 2010* (Informe sobre la economía creativa), publicación que sirvió de referencia para las deliberaciones. Presentó nuevos indicadores económicos y divulgó datos comerciales recientes sobre los bienes y servicios creativos correspondientes a 2010. A pesar de la inestabilidad económica mundial, la demanda de los productos más creativos se mantuvo en un nivel elevado durante toda la década. Las exportaciones mundiales de productos creativos ascendieron a 559.500 millones de dólares de los Estados Unidos en 2010, aumentando en más del doble en solo ocho años, con un crecimiento anual del 10,7% en el período de 2002-2010. Los productos creativos habían sido más resistentes a la crisis económica porque el nuevo estilo de vida de la sociedad moderna se asociaba cada vez más con el estatus, el estilo, las marcas y las interacciones en las redes sociales, que estaban arraigadas en la economía creativa. Además, los avances de la tecnología digital y los nuevos modelos empresariales estaban desbloqueando la creación y la distribución de contenidos creativos digitalizados como la música, los juegos, las películas, los libros, la publicidad, etc.

## I. Marco institucional y de políticas

### Panel I

#### Crear el futuro: La economía creativa en la sociedad contemporánea

5. Los debates del primer panel se centraron en el marco institucional y de políticas y el papel de la economía creativa en la sociedad contemporánea. Los ministros y funcionarios de alto nivel intercambiaron opiniones sobre estrategias y mecanismos para propiciar una sociedad más creativa, sostenible e incluyente. Los especialistas coincidieron en que la economía creativa era un tema central de la agenda internacional actual que vinculaba el pasado con el futuro. El sector creativo generaba empleo para los jóvenes y las mujeres en condiciones equitativas. En Nigeria, el Ministerio de Turismo y Cultura era la piedra angular de la actividad creativa y colaboraba con otras instituciones públicas para formular políticas pertinentes a fin de diversificar la economía. Nigeria había celebrado recientemente su "Semana de la Creatividad" y el sector emblemático de su economía creativa era la industria cinematográfica, que ocupaba el tercer puesto mundial por tamaño. Sin embargo, a pesar de su dinámica política de comercialización, seguía resultándole difícil acceder a los mercados internacionales. Sudáfrica estaba aplicando una nueva estrategia de crecimiento y tratando de reducir la pobreza mediante la economía creativa, que era un sector fundamental para generar empleo, dado que comprendía a 7.000 empresas pequeñas y medianas (PYMES) y podía utilizarse como un instrumento eficaz para promover la sostenibilidad y la cohesión social. Las políticas de economía creativa también servían para configurar las políticas urbanas y acelerar el crecimiento socioeconómico a través de la cultura y actividades creativas. Un creciente número de ciudades creativas estaba centrándose en la vida cultural y social y el fomento del turismo como herramienta para atraer a la clase creativa y a los emprendedores creativos. La Ciudad del Cabo sería la Capital Mundial del Diseño en 2014 y Helsinki, capital de Finlandia, en 2012. El teniente de alcalde de Helsinki declaró que la ciudad estaba celebrando esa ocasión con proyectos que ilustraban cómo el diseño formaba parte de la vida cotidiana y permitía mejorar los aspectos sociales, culturales y económicos. Las autoridades centrales y municipales prestaban atención a los servicios de diseño, innovación y cultura ofrecidos por empresas privadas e instituciones públicas. En Australia, la economía creativa traducía las ideas en desarrollo económico y había más de 150.000 empresas creativas registradas, de las cuales el 90% son PYMES. Existían nuevos marcos, como el Centro de Innovación de las Industrias Creativas, que contribuían a aprovechar esas industrias elaborando estrategias empresariales y ayudando a atraer inversiones y tecnología punta con el objeto de reunir a los inversores, la industria y el sector de la educación para que colaboraran e intercambiaran conocimientos. Los sistemas digitales eran importantes para vincular la tecnología con la creatividad a través de la educación y la innovación empresarial. La cooperación intrarregional e interregional era fundamental para alimentar la economía creativa.

## II. La economía creativa: Una opción viable de desarrollo

### Panel II

#### Creación de una economía incluyente, sostenible y creativa

6. Las deliberaciones del segundo panel giraron en torno a la opinión expuesta en el *Creative Economy Report* de que la economía creativa era una opción viable de desarrollo,

ya que se basaba en ideas, conocimientos y aptitudes y en la capacidad de aprovechar nuevas oportunidades. En este período había pruebas de que la economía creativa ofrecía un gran potencial para que los países en desarrollo dieran un salto decisivo y diversificaran sus economías beneficiándose aún más de este sector de la economía mundial basado en el conocimiento, que estaba en plena expansión. La dificultad estribaba en el modo de instaurar una economía incluyente, sostenible y creativa. Los países menos adelantados más pequeños, como Zambia, estaban entrando en la etapa en que podían aprovechar sus sectores creativos, impulsados principalmente por los jóvenes. El Ministro de Comercio e Industria de Zambia señaló que el Gobierno alentaba la creatividad a través de estructuras institucionales y actualmente estaba prestando atención al comercio de productos culturales, en especial la música. Un elevado número de empresas creativas tenían a su alcance nuevas oportunidades gracias a Internet. El estudio de la UNCTAD servía de ayuda al Gobierno de Zambia en el establecimiento de un marco reglamentario para respaldar a los creadores y artistas a fin de que pudieran beneficiarse de las patentes y los derechos de propiedad intelectual. La Directora Ejecutiva de la Federación Internacional de Consejos de Artes y Agencias Culturales, una red mundial de organismos nacionales que patrocinan el arte con más de 70 miembros nacionales, expresó la opinión de la sociedad civil recordando que el desarrollo de las economías creativas se producía en un período muy breve de tiempo, pero para muchas organizaciones resultaba difícil preconizar unas mejores condiciones de empleo y un aumento de los fondos para apoyar a las industrias creativas. Era posible vincular de manera productiva la economía creativa con los sectores de la educación y el medio ambiente, lo cual todavía no había sucedido. La oradora destacó la necesidad de fomentar la capacidad, además de la importancia de la sabiduría tradicional y la contribución de las culturas indígenas.

7. En el Brasil, el Gobierno era consciente de la creciente importancia de la economía creativa y, en 2011, estableció la Secretaría de Economía Creativa en el marco del Ministerio de Cultura. Su misión consistía en dirigir la formulación, la aplicación y la supervisión de las políticas públicas de desarrollo local y regional, dando prioridad a los aspectos de apoyo y promoción y fomentando las pequeñas empresas y las microempresas profesionales y creativas en el Brasil. La Secretaría tenía la responsabilidad de convertir la cultura en un instrumento del desarrollo estratégico. Mantenía contactos con las universidades, los institutos de investigación y las fundaciones locales y regionales con el fin de intercambiar información, conocimientos y experiencias sobre la economía creativa en los planos local, regional y nacional. El Brasil también estaba inmerso en el lanzamiento de su "Plan Brasil Creativo", en el que participaban todos los ministerios competentes, con el propósito de fomentar la creatividad y la diversidad cultural como ejes estratégicos del desarrollo. Chile compartió su experiencia sobre las modalidades de aplicación de las políticas públicas relacionadas con el arte y la cultura en el país, sosteniendo que podría ser oportuno reexaminar el diseño de esas políticas y las metodologías actuales, habida cuenta de la existencia de nuevas herramientas para promover la innovación y la capacidad creativa. En Chile existían aproximadamente 30.000 empresas creativas, pero el 83% eran microempresas y sus ventas solo representaban el 1,5% del total de las operaciones de venta de las empresas del país. Menos del 50% de la población consumía bienes y servicios creativos; en el caso de los libros, solo el 40% de la población había leído un libro en el año anterior. La creatividad aumentaba la eficiencia de las economías, pero su contribución a la economía nacional podría ser mucho mayor de lo que demostraban las cifras. Incluso si Chile crease mecanismos incluyentes y participativos y estableciese fondos especiales para apoyar la producción artística y cultural, se requerían medidas adicionales para promover su economía creativa.

### III. Fomento de la cooperación internacional en torno a la economía creativa

#### Panel III

#### Contribución del sistema de las Naciones Unidas: "Una ONU – Una voz"

8. El tercer panel se centró en medios concretos para fomentar la cooperación internacional en torno a la economía creativa y, en particular, la contribución del sistema de las Naciones Unidas actuando como "Una ONU – Una voz". En la reunión se reconoció el activo papel de la UNCTAD en la creación de sinergia dentro del sistema de las Naciones Unidas a fin de mejorar la coherencia de las políticas, las complementariedades, el establecimiento de proyectos conjuntos y medidas más efectivas en el plano internacional. Se presentó un vídeo en el que se resumía la labor del Programa de Economía Creativa de la UNCTAD en los ocho años anteriores. Ya en 2004, antes de la celebración de la XI UNCTAD en São Paulo, el Secretario General de la UNCTAD creó el Grupo Informal sobre las Industrias Creativas, reuniendo a seis organismos competentes del sistema de las Naciones Unidas que habían estado colaborando entre sí. Los representantes de los organismos pertinentes de la Organización participaron en el diálogo sobre las políticas informando de sus planes para un futuro próximo, sus prioridades en materia de economía creativa y el modo en que los respectivos organismos podrían promover la cooperación internacional en torno a la economía creativa y, por ende, contribuir a "crear un futuro mejor".

9. Para el Centro de Comercio Internacional (CCI), los sectores de mayor interés eran la artesanía, las artes visuales y la música en los países en desarrollo. El CCI señalaba oportunidades de aprovechar las ideas creativas mediante la iniciativa empresarial y orientar las actividades hacia el mercado. Facilitaba información de mercado, actividades de formación y servicios de asesoramiento y comercio electrónico para respaldar las industrias creativas y mejorar la competitividad de las PYMES en asociación con interlocutores locales. El CCI también colaboraba con las autoridades para fomentar la incorporación de una perspectiva cultural en las políticas nacionales de desarrollo del comercio. Las áreas prioritarias de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) eran: a) convertir la cultura en uno de los principales referentes de la economía; b) proporcionar servicios de apoyo para la protección y la conversión de los valores culturales como la diversidad cultural; y c) ofrecer asistencia técnica específica para promover las políticas culturales. La UNESCO contribuía también a sentar la base de acuerdos y convenios internacionales sobre diversas cuestiones culturales. La economía creativa consistía en crear vínculos entre la cultura, los mercados, la comunidad y el comercio. Las prioridades de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) se basaban en las solicitudes de los países miembros y abundaba la demanda de asistencia. La ONUDI había examinado las políticas industriales ligadas a la economía creativa y había muchas limitaciones relacionadas con el tamaño de la organización y su aislamiento del entorno institucional. La ONUDI desempeñaba su labor en tres niveles: a) nivel normativo, promoviendo un marco favorable para las industrias creativas; b) nivel institucional, a través del fortalecimiento de la capacidad; y c) nivel empresarial, impartiendo formación a los empresarios actuales y potenciales. Por último, la Alianza de Civilizaciones de las Naciones Unidas era una plataforma para movilizar la voluntad política y las actividades de carácter público que también contribuían a impulsar la economía creativa. Mejoraban el entendimiento entre las culturas occidental y oriental al favorecer las alianzas y la colaboración. Dado que la cultura conformaba los cimientos del cambio social, contribuía también al logro de los Objetivos de Desarrollo del

Milenio al propiciar sociedades y comunidades autosuficientes, coadyuvando así a la paz y el desarrollo.

#### **IV. Observaciones finales: El camino a seguir**

10. Como conclusión, la secretaría de la UNCTAD destacó que, tras haber anticipado la aparición de una economía creativa y emprendido una labor pionera en este ámbito innovador, tenía la intención de seguir analizando su dinámica y sus implicaciones para el comercio y el desarrollo. El Programa de Economía Creativa había trabajado en estrecha colaboración con los Estados miembros, los círculos académicos y la sociedad civil en este ámbito y estaba listo para cumplir sus mandatos. La economía creativa ofrecía cauces de desarrollo más resistentes e incluyentes y viables desde el punto de vista del medio ambiente. Los gobiernos podían desempeñar una función catalizadora implantando las políticas, reglamentaciones e instituciones necesarias para reforzar sus economías creativas.

---