

LA ECONOMÍA CREATIVA: POSIBILIDADES PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DE VENEZUELA**THE CREATIVE ECONOMY: POSSIBILITIES FOR THE ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT OF VENEZUELA****Carlos Adrián Ramírez R.**ramirezcharles@gmail.com

ORCID 0000-0001-7363-2568

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad de Carabobo. Valencia. Venezuela

Recibido: 22/03/2020 - Aprobado: 19/05/2020

Resumen

La economía venezolana afronta una crisis sin precedentes, de la cual se pueden aprovechar oportunidades a partir de los cambios que plantea el nuevo orden social, y económico como lo son el trabajo a distancia o teletrabajo. La economía creativa es una alternativa de progreso basado en el uso de recursos de bajo costo para la producción de bienes y servicios de manera creativa. El objetivo del estudio es analizar la economía creativa como una posibilidad factible para el desarrollo económico y social de Venezuela. La metodología utilizada fue el análisis descriptivo a través una revisión documental acerca de la economía creativa. Las conclusiones y reflexiones demuestran la importancia de la economía creativa para superar la crisis económica de Venezuela.

Palabras clave: economía, creatividad, innovación, cultura, tecnología.

Abstract

The Venezuelan economy faces an unprecedented crisis, from which opportunities can be provided from the changes that the new social order, and economic, like teleworking is at a distance. Creative economy is an alternative of progress based on the use of low-cost resources for the production of goods and services in a creative way. The objective of the study is to analyze the creative economy as a feasible possibility for Venezuela's economic and social development. The methodology used was the descriptive analysis through a documentary review about the creative economy. The conclusions and reflections demonstrate the importance of creative economics to overcome Venezuela's economic crisis.

Keywords: economy, creativity, innovation, culture, technology.

Introducción

El estado de la economía mundial se encuentra en una encrucijada debido a los efectos de la pandemia por COVID-19, lo cual ha representado una etapa de revisión de las prácticas económicas, laborales y de hábitos cotidianos a nivel mundial. En los últimos cinco años la economía venezolana afronta una crisis sin precedentes, producto de la caída del precio del petróleo. Dicha situación plantea también una oportunidad para ejercer los cambios necesarios que se requieren con el fin de superar la crisis a nivel nacional. Cambios en los hábitos de vida y formas de abordar la educación a distancia, en la comercialización de bienes y servicios que sirvan para satisfacer las necesidades de consumo de los venezolanos mediante la producción creativa y el uso de la tecnología.

El nuevo orden económico y social, incluye cambios en la manera de producir y comercializar los bienes y servicios; temas como el trabajo a distancia o teletrabajo y el desarrollo de fuentes de ingreso creativas a partir de actividades económicas basadas en el uso de las Tecnología de Información y Comunicación. La dinámica impuesta por COVID-19 ha trastocado la economía mundial, sin embargo, también representa una oportunidad para reenfocar la economía nacional en un ejercicio de reingeniería que permita aprovechar oportunidades de negocio en un país como Venezuela, con grandes posibilidades por descubrir.

Adaptarse a los cambios sociales y económicos que plantea la pandemia por COVID-19 representa un desafío como individuos y como sociedad, que sin duda modificará la economía global, en todas sus áreas e industrias. Es importante para superar las crisis, replantearnos nuevas formas de ejercer la economía del país, de una manera reflexiva y ecológica. La adaptabilidad

implica también innovación e inventiva, elementos que integran la creatividad humana, y superar la dependencia del petróleo (sector primario) para desarrollar actividades económicas del sector secundario y terciario con el uso de la tecnología e Internet.

La economía creativa: ideas e innovación

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) como integrante de la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2010) la cual se dedica a la investigación económica y es responsable de promover el desarrollo económico y social de la región, reconocen en la Economía Creativa una alternativa para diversificar las actividades productivas y económicas de la región latinoamericana, y depender menos de los recursos no renovables como el petróleo; y obtener oportunidades de ingresos monetarios a través de las exportaciones de bienes y servicios diversos, y la generación de empleo que permita aumentar la productividad de un país, consolidado en el Producto Interno Bruto (PIB) en la economía nacional.

La creatividad humana siempre ha estado presente en la vida del hombre, ya que es una característica humana asociada a la supervivencia. De hecho, se le atribuye a la creatividad humana los principales cambios sociales y económicos ocurridos en los últimos 100 años, al respecto señala Florida (2010, p. 43) *"la fuerza impulsora es la aparición de la creatividad humana como factor clave en la economía y en la sociedad"*. La importancia de la creatividad, el arte y la cultura como iniciativas emprendedoras productivas es innegable, debido a que representan actividades productivas de bajo costo e

impacto en el ecosistema, en comparación con la industria petrolera y automovilística, entre otras.

La economía creativa es una alternativa para el progreso, no sólo de Venezuela, sino de otros países de América Latina con características similares. Mediante el aprovechamiento de los derechos de propiedad intelectual y derechos de autor; a partir de la innovación en la actividades creativas que propicien la generación de ideas y su correspondiente transformación en productos y servicios que generen los ingresos económicos necesarios para la sustentabilidad y bienestar de un país.

La propiedad intelectual y derechos de autor de productos creativos es una forma de salvaguardar los derechos patrimoniales que posee el autor sobre sus creaciones, como resultado de procesos de la inventiva humana, entre los que están: la arquitectura, la artesanía, pintura, artes visuales y escénicas como el teatro, el cine, la televisión y radio, el diseño en todas sus manifestaciones, la investigación y desarrollo, juegos y juguetes, software, videojuegos, así como la moda, música, entre otros. Es decir, el modelo de negocio para la economía creativa en su diversidad se basa en los derechos de autoría y la comercialización de las ideas en productos tangibles e intangibles, por lo cual incluye publicidad y el mercadeo.

La creatividad ha sido y es, hasta nuestros días generadora de empleo, riqueza, bienestar y progreso. Lo cual denota el valor incalculable de la creatividad en la vida del hombre. Según Florida (ob. cit., p. 44) *"la creatividad se ha convertido en el activo máspreciado de nuestra economía, y sin embargo no es un activo"*. Al respecto, es de considerar que son muchos los avances tecnológicos y sus aportes a la calidad de vida del hombre, y son el resultado de la creación humana.

El término “economía creativa” se le atribuye John Howkins, quien en el año 2001 hace alusión al concepto en su libro “*The Creative Economy*” (“*La Economía Creativa*”) al referirse a las actividades económicas que agrupan a más de 15 industrias que incluyen las artes en todas sus manifestaciones, la ciencia, investigación y tecnología (UNESCO, 2013). La creatividad como tal, no puede ser cuantificada pero si valorada económicamente hablando, en un intento de darle representación cuantitativa. En tal sentido, Howkins (2007) explica el concepto de *economía creativa* desde un lenguaje matemático y específicamente económico al hacer referencia de la “ecuación creativa”, en la cual establece que la *economía creativa* (EC) es equivalente al valor del *producto creativo* (PC) multiplicado por el número de transacciones (T), lo cual se representa en la fórmula: $CE = PC \times T$. De acuerdo a lo cual, la creatividad como ejercicio humano no se puede cuantificar, por el contrario, el número de productos creativos si puede cuantificarse y valorarse en cuanto a su potencial económico.

La creatividad se puede definir como la habilidad de generar algo nuevo. Puede ser vista como el resultado o producto que surge a partir de las ideas de una o más personas (Howkins; ob. cit.). La creatividad es entendida como un talento o una aptitud que tiene valor; es decir, es redituable, y su valor radica en la capacidad que tenga la idea de generar beneficios a la sociedad. En tal sentido, la creatividad es el talento de crear algo nuevo, distinto y útil, como también implica el ajustar, adaptar o mejorar un producto o servicio que ya fue creado; lo cual obtiene el nombre de *producto creativo*.

Un producto creativo intangible poder ser por ejemplo la composición de una canción instrumental o cantada, en el caso del arte en sus expresiones intangibles muchas veces se requiere de la presencia de productos tangibles que le acompañen, por ejemplo: un producto creativo tangible como el Disco

Compacto (CD) está compuesto de elementos intangibles de valor económico como la música compuesta y grabada en el mismo, lo cual implica una actividad económica lucrativa para toda la industria musical.

Internet es la plataforma idónea para comercializar los productos y servicios creativos, dicha comercialización comprende desde los anuncios publicitarios hasta páginas Web que sirven como soporte para realizar pedidos y las transacciones económicas de intercambio, todo desde la virtualidad de Internet. La Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) realizada en el año 2010 arroja datos importantes al respecto, de acuerdo al Reporte de la Economía Creativa (2010, p. 126) *“el comercio de servicios creativos crece 70% más rápido que el de bienes creativos”*, lo cual indica que el progreso económico no se limita a la manufactura de un bien tangible. Lo anterior respalda el impacto de Internet como medio para la realización de transacciones económicas, ya que la mayoría de los servicios creativos son comercializados por Internet.

La creatividad está presente en todas las industrias y oficios, ahora bien, la propiedad intelectual es el aspecto intangible de la creatividad, se refiere al derecho de quien es dueño de la idea o creador de la invención; el derecho de propiedad está presente en las patentes de invención, derechos reservados o marcas registradas y diseños; los cuales permiten al propietario percibir lucro de la explotación comercial de sus creaciones. Las patentes y derechos de marca, derechos de propiedad son formas de facturar o monetizar en la industria creativa a través de la transformación de un material o energía en un bien o servicio para su aprovechamiento por el hombre y para satisfacer una necesidad determinada, usualmente en la bibliografía se relaciona la industria creativa con productos artísticos y culturales, pero no se limita a estos, incluye

también productos tecnológicos, científicos, educativos y muchos otros donde este la creación humana en sus diversas formas.

La creatividad es la fuente que sustenta la economía mundial, y ha estado presente en los distintos ámbitos de la sociedad. Florida (2002), profesor con enfoque en la teoría social y económica y con estudios en urbanismo, dividió la fuerza laboral de la sociedad económica estadounidense en tres clases ocupacionales, las cuales son: 1) la clase creativa, 2) la clase trabajadora y 3) la clase de servicio. Según lo afirma el mismo autor en el año 2010:

La clase creativa incluye a las personas que se dedican a la ciencia y a la ingeniería, a la arquitectura y al diseño, a la educación, al arte, y a la música y al espectáculo, y cuya función es generar nuevas ideas, nueva tecnología y nuevos contenidos creativos (p. 47)

Es decir, la clase creativa es el grupo de personas quienes trabajan con el intelecto, y hacen uso del conocimiento; como por ejemplo: profesionales en informática, matemáticas, ingeniería, docentes; en administración y gerencia, médicos y abogados, entre otros; mientras que la clase trabajadora se dedica al trabajo físico, como por ejemplo: la carpintería, manualidades, repostería, por su parte la clase de servicio realiza una labor rutinaria, es decir, se les paga por cumplir unas funciones y seguir un plan establecido.

La historia del hombre en su relación con la economía ha evolucionado con el transcurrir del tiempo, las etapas económicas de la civilización son: 1) la cacería y recolección, 2) la era de la agricultura, 3) la era industrial, 4) la era informacional y 5) la era creativa. En tal sentido, la economía del hombre ha transitado por distintas oficios, recursos y medios de producción. La evolución

de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) ha brindado una nueva dinámica económica, nuevas formas de comercializar y consumir bienes y servicios, dado el fenómeno de globalización, lo cual brinda oportunidades invaluable de progreso social y económico para quienes tengan la habilidad de integrar la ciencia, la tecnología, la economía y la cultura.

La economía actual está fundamentada en la creatividad, la innovación y la tecnología, muchas personas afirman que vivimos en la *economía "de la información" o "del conocimiento"* (Florida, 2010). Sin embargo, la tecnología por sí sola no representa mayor ventaja, el valor económico radica en el uso novedoso o creativo que se le dé a la tecnología, en la capacidad de brindar soluciones a las vidas de las personas; es decir, en aportar calidad de vida con el uso de la tecnología.

Las oportunidades de negocio que brinda la economía creativa son infinitas, tanto como puede ser la inventiva humana, y su impacto es mucho menor para la ecología del planeta en comparación por ejemplo con la industria petrolera, la industria del entretenimiento forma parte de la economía creativa e incluye empresas de servicio de entretenimiento mediante transmisión en directo por Internet como es el caso de Netflix y Amazon Prime, cuyos suscriptores aumentan vertiginosamente, y con la pandemia de COVID-19 se multiplicó el número de nuevos clientes; quienes a través de la plataforma virtual pueden ver series y documentales a cualquier hora y momento del día.

La capacidad que tiene la industria creativa de generar riqueza y empleo es enorme y el potencial de sostener su crecimiento económico es aún mayor, y con ello, las oportunidades de generar desarrollo social y económico también son prometedoras. A pesar de ello, el proceso creativo y su consecuente transformación en bienes y servicios es de carácter indeterminado, ya que se

requieren de condiciones políticas, sociales y culturales que favorezcan e incentiven la productividad de bienes y servicios creativos en un país.

Para incentivar la actividad económica se requieren de *políticas culturales*, las cuales podrían definirse como un conjunto de acciones de todos los agentes involucrados en la gestión cultural de un país (Hernández, 2010). Entre los agentes tenemos a: la sociedad civil, empresas públicas y privadas, artistas, gestores, el gobierno, entre otros. En el caso de la industria creativa, las políticas culturales intervienen de muchas maneras, por ejemplo, a través de la legislación cultural se diseñan políticas que regulen la producción, la gestión, los contenidos y los medios a través de los cuales se transmite o difunde la información cultural de manera creativa y artística. Los bienes y servicios creativos son protegidos por derechos de propiedad intelectual (DPI).

La economía naranja: promoviendo la industria creativa en una economía de mercado

El término *economía naranja* es definido por primera vez en el año 2013 por Buitrago y Duque, en el libro “La Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita” desarrollado con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (Benavente y Grazi, 2017) en su obra, le dan el nombre de *economía naranja* a la economía creativa, al vincular en tal denominación la cultura y la creatividad. Tal como lo explican los autores antes mencionados, el color naranja está relacionado con la libertad, creatividad, la cultura e innovación.

La economía naranja está compuesta por una diversidad de agentes que a su vez sirven como generadores y productores, los cuales según Buitrago y Duque (2013, p. 140) se encuentran: “*artistas conceptuales, músicos, escritores, actores, emprendedores, inversionistas, galeristas, gestores, críticos de cine y*

teatro, curadores de obras, empresas, ministerios, agencias, fundaciones, entre otros". Cada uno de ellos cumple funciones e interactúan en una dinámica que hace posible el movimiento económico del sector cultural y creativo.

En la economía de mercado uno de sus principios básicos es la *ley de la oferta y la demanda*, en la que se explica la relación existente entre la demanda de un producto y la cantidad ofrecida de ese producto tomando en cuenta el precio estipulado por unidad. En la economía creativa la oferta está compuesta por todos los bienes y servicios creativos, e incluye los artistas, creativos que los idearon y emprendedores que aportan la dimensión comercial a la producción creativa y empresas grandes que son parte de la industria creativa y conforman la cadena de valor, en la demanda están los consumidores de bienes y servicios creativos, nichos de mercado, así como también críticos de arte, entre otros.

La industria creativa está conformada por un compendio de otras industrias que se relacionan entre sí:

-) La industria audiovisual: el cine, la televisión y la radio, géneros como telenovela y los documentales para televisión y cine.
-) Industrial textil: para la fabricación de fibras y telas para la confección de ropa, industrial relacionada con el diseño de modas y también con la industria del calzado. Son productos de consumo masivo.
-) La industria editorial: la literatura, dramaturgia y poesía.

-) La industria fonográfica: compuesta por empresas dedicadas a la grabación difusión de música instrumental y cantada en formatos de CD, o en sonido digital como MP3.

En las industrias creativas interactúan proveedores de materias primas, empresas de distribución de bienes y servicios creativos basados en el conocimiento y en las artes, articulando su capacidad de generar ingresos mediante la comercialización de los derechos de propiedad intelectual contenidos en bienes tangibles y en servicios intelectuales de valor económico y social.

“El fin último de toda industria y de todo comercio es el consumo”

Adam Smith

Venezuela y la economía creativa como generadora de oportunidades

Venezuela es un país con un alto porcentaje de población en edad productiva, lo cual se le llama “el bono demográfico”, caracterizado por un gran número de personas población mayoritariamente joven, en edad para integrarse a la economía y con capacidad para trabajar y servir de soporte para el progreso y fortalecimiento de la clase media. En condiciones de pleno empleo y desarrollo este bono demográfico puede representar un aumento en productividad, para su aprovechamiento se requiere de condiciones positivas para la inserción laboral y la inversión productiva de los recursos de la nación.

En este orden de ideas, Jorge González Caro, Representante Nacional del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) en Venezuela, quien en el ciclo de ponencias del Comité de Sustentabilidad de la Cámara de Comercio e Industria Venezolana – Alemana (CAVENAL) celebrado en abril del 2019

explicó que el *Bono demográfico* es “*un fenómeno surge cuando la mayoría de la población se encuentra en edad productiva y a su vez existen pocos dependientes, esta es una condición demográfica ideal para fomentar el desarrollo*” (s.n). En el caso de Venezuela, este tiempo es oportuno para fomentar la economía creativa en todos los ámbitos de la sociedad. Al respecto, es necesario crear políticas públicas en la educación de todo nivel para retener y atraer este segmento de la población quienes en los últimos años han emigrado de Venezuela buscando opciones de progreso y bienestar.

En la economía venezolana existen sectores creativos que pudieran considerarse como opciones de empleo e ingreso económico tales como el turismo, que comprende por ejemplo: excursiones a lugares turísticos, naturales, históricos y patrimoniales, visitas guiadas, servicios de hospedajes; turismo de aventura y turismo religioso o espiritual; entre otras opciones. También el deporte es considerado un sector creativo, ya que incluye la preparación física, el cuidado de la salud, la estética y el bienestar. Incluso existen también otras opciones de empleos como por ejemplo: entrenadores de videojuegos. Clases de idiomas online; tutoriales de maquillaje vía zoom, escritores de libros y editores, diseñadores de páginas Web, entre muchos otros.

Los sectores creativos nucleares establecidos por la UNESCO (2013) son: 1) patrimoniales y culturales (museos, sitios arqueológicos y patrimonios históricos); espectáculos y colaboraciones; 2) artes visuales y artesanía; 3) libros y periódicos (ferias del libro); 4) audiovisuales (TV y radio) e interactivos (Internet, videojuegos, o educación multimedia) y 5) diseños y servicios creativos (diseño gráfico, diseño de moda, diseño de producto; servicios de arquitectura, y servicio de publicidad y mercadeo) (Mirshawka, 2016).

Existen actividades comerciales en donde el valor del producto se basa en el contenido creativo, mediante el uso de las TIC, software y hardware, marketing, publicidad y aplicaciones en dispositivos móviles y el uso de las redes sociales, sirven como plataformas para la difusión de la información (anuncios) de eventos artísticos y comercialización del arte en todas sus formas.

Metodología

Para el abordaje de la investigación se utilizó el método científico como guía para el análisis descriptivo, a través de una previa revisión documental y bibliográfica de la economía creativa, en tal sentido, la metodológica comprende los procedimientos utilizados para obtener el conocimiento que permita comprender mejor el tema aquí presentado.

Con el presente estudio se pretende analizar la economía creativa como una posibilidad factible para el desarrollo económico y social de Venezuela; que permita superar el modelo de rentismo petrolero, y fortalecer otras fuentes de ingreso económico de carácter productivo para el progreso del país.

Objetivo general del estudio: Analizar la economía creativa como una posibilidad factible para el desarrollo económico y social de Venezuela.

Objetivos específicos:

1. Conocer el origen conceptual de la economía creativa y sus posibilidades para el desarrollo económico de Venezuela.
2. Caracterizar la economía creativa.

3. Describir los componentes de la industria creativa, sectores creativos y actividades económicas relacionadas.

Tipo de investigación

El presente estudio reúne las cualidades de una *investigación descriptiva*, ya que en el mismo se describen los elementos que caracterizan y describen a la economía creativa, la industria creativa, así como también a los productos y servicios de consumo relacionados con dicho concepto.

Según lo expresado por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 92) con los *estudios descriptivos* "se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis". De acuerdo a lo anterior, el primordial propósito de la presente investigación en la fase descriptiva no es indicar cómo se relacionan las características de la economía creativa sino presentarlas para una mejor comprensión de la temática presentada.

Diseño de la investigación

La presente investigación se basó en un *diseño documental*, el cual según Arias (2012, p. 27) es "un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas". Con la revisión documental se amplían los

conocimientos relacionados con la economía creativa, y se reconoce su importancia para Venezuela.

Conclusiones

-) La industria creativa en la práctica agrupa conceptos como la diversidad cultural, la individualidad, la inclusión social, el bienestar y desarrollo humano.
-) Comprende la integración de aspectos económicos, sociales, culturales, tecnológicos y jurídicos.
-) Está basada en la propiedad intelectual, registro de marca y patentes.
-) Está conformada por actividades económicas basadas en el conocimiento formal y no formal, en el uso de la tecnología y de los recursos humanos.
-) La economía creativa representa una alternativa en el uso de recursos de bajo costo con los cuales obtener ingresos para satisfacer las necesidades básicas del país.
-) En países como Venezuela, inmersos en crisis económica y procesos hiperinflacionarios, la economía creativa puede generar empleos.

Recomendaciones

-) La oportunidad de considerar la economía creativa de bienes y servicios como una fuente de indeterminadas posibilidades de progreso económico y bienestar social para Venezuela, con la cual

podamos desprendernos de la dependencia económica de la renta petrolera y diversificar la economía nacional.

-) Es importante considerar que para fomentar la economía creativa en la sociedad venezolana se requieren de las condiciones necesarias tales como actualizar el sistema de infraestructura tecnológico y de telecomunicaciones del país, ya que la economía creativa se fundamenta del uso del comercio electrónico, por lo cual el acceso al servicio de Internet es imprescindible.
-) La economía creativa está compuesta por diversidad de bienes y servicios orientados al consumo masivo como son: el arte, la literatura, sitios turísticos e históricos con los cuales apalancar la economía en Venezuela.
-) También es necesaria la participación del gobierno venezolano en áreas como la seguridad ciudadana, para brindar las condiciones para recuperar y desarrollar el turismo en el país, ya que es una de los sectores de la economía creativa.

Reconocer en la economía creativa posibilidades para el desarrollo económico y social de Venezuela con la cual superar la crisis económica que afronta Venezuela en la actualidad.

Referencias

- Arias, F. (2012). *El proyecto de Investigación: introducción a la metodología científica* (6ª ed.). Caracas, Venezuela: Editorial Episteme.
- Benavente, J., y Grazzi, M. (2017). *Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe*. Washington. USA: Banco Interamericano de Desarrollo..

- Buitrago, F. y Duque, I. (2013). *La Economía Naranja: una oportunidad infinita*. Washington, D.C. USA: Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Disponible en: <https://publications.iadb.org/handle/11319/3659> [20/03/2020]
- González Caro, J. (2019). *El Bono Demográfico, una oportunidad única para lograr la Agenda 2030*. Ponencia presentada en el Ciclo de ponencias del Comité de Sustentabilidad de la Cámara de Comercio e Industria Venezolana – Alemana (CAVENAL) (2019). Caracas. Venezuela. Disponible en: <http://onu.org.ve/el-bono-demografico-una-oportunidad-unica-para-lograr-la-agenda-2030/> [18/03/2020]
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: Why cities without gays and rock bands are losing the economic development race*. The Washington Monthly. Disponible en: <https://washingtonmonthly.com/magazine/may-2002/the-rise-of-the-creative-class/> [20/02/2020]
- Florida, R. (2010). *La Clase Creativa: La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. España: Ediciones Paidós Ibérica.
- Florida, R. (2014). *The Rise of the Creative Class... USA: Revisited*. Anniversary Edition. Basic Books
- Hernández, J. (2020). *Emprendimiento Creativo*. San Juan, Puerto Rico: Inversión Cultural.
- Hernández, R; Fernández, C y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª ed.). México: McGraw-Hill/ Interamericana Editores
- Howkins, J. (2007). *The Creative Economy: How People make money from ideas*. New York, USA: Penguin Books.
- Mirshawka, V. (2016). *Economía Criativa: Fonte de novos empregos*. Volumes I e II. Sao Paulo, Brasil: DVS Editora.
- Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2013). *Informe sobre la economía Creativa: Ampliar los cauces de Desarrollo Social*. New York. Estados Unidos: One United Nations Plaza.