

**Christian Martínez Olivera | Crucita Aurora Ken Rodríguez
Andrés Enrique Miguel Velasco**

Economía creativa y rezago social. El caso del estado de Oaxaca, México, 2000-2020

Economía creativa y rezago social. El caso del estado de Oaxaca, México, 2000-2020

Christian Martínez Olivera (<https://orcid.org/0000-0002-2564-5038>)¹

Crucita Aurora Ken Rodríguez (<https://orcid.org/0000-0002-9673-2745>)²

Andrés Enrique Miguel Velasco (<https://orcid.org/0000-0003-1525-5017>)³

¹ Instituto Tecnológico de Oaxaca/Tecnológico Nacional de México, México. | christianolivera26@gmail.com

² Universidad de Quintana Roo, Campus Chetumal, México. | cruken@uqroo.edu.mx

³ Instituto Tecnológico de Oaxaca/ Tecnológico Nacional de México, México. | andres.miguel@itoaxaca.edu.mx

Fecha de recepción: 04 de marzo de 2022 | **Fecha de aceptación:** 25 de abril de 2022

Resumen

La economía creativa es considerada como una estrategia para impulsar el desarrollo inclusivo y equilibrado, teniendo como eje estratégico al potencial cultural de cada región. Alineado a esta perspectiva, el objetivo del artículo es analizar la relación entre la economía creativa y el rezago social de 17 municipios de Oaxaca, México, durante el período 2000-2020. Para ello se utiliza una metodología cuantitativa a través del diseño de dos indicadores con información documentada de instituciones gubernamentales. Se propone como hipótesis que, dentro del período de estudio, la economía creativa tuvo un efecto positivo y significativo en la reducción del rezago social en los municipios de estudio. Y luego de aplicar métodos de estadística descriptiva y regresión, se obtiene una alta asociación entre ambas variables, demostrando que la economía creativa influyó en la reducción del rezago social de los municipios de estudio. Información valiosa para futuras investigaciones en materia de economía creativa.

Palabras clave | Economía creativa; Marginación; Oaxaca, Industrias culturales

Creative Economy and Social Backwardness. The Case of the State of Oaxaca, Mexico, 2000-2020

Abstract

The creative economy is considered as a strategy to promote inclusive and balanced development, with the cultural potential of each region as its strategic axis. Aligned to this perspective, the objective of the article is to analyze the relationship between the creative economy and the social backwardness of 17 municipalities of Oaxaca, Mexico, during the period 2000-2020. For this, a quantitative methodology is used through the design of two indicators with documented information from government institutions. It is proposed as a hypothesis that, within the study period, the creative economy had a positive and significant effect on the reduction of social backwardness in the study municipalities. And after applying descriptive statistics and regression methods, a high association between both variables is obtained, demonstrating that the creative economy influenced the reduction of the social backwardness of the study municipalities. Valuable information for future research in the creative economy.

Keywords | Creative Economy; Marginalization; Oaxaca; Cultural Industries

Copyright

Centro de Diseño y Comunicación, S.C.© 2021. Este es un artículo de acceso abierto distribuido según los términos de la Licencia de Atribución de Creative Commons ([CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)), que permite la descarga, el uso y la distribución en cualquier medio, sin propósitos comerciales y sin derivadas, siempre que se acredite al autor original y la fuente.

Introducción

Producto de los constantes cambios que experimenta la globalización, es necesario que la economía también evolucione, adaptándose por medio de nuevos paradigmas. En este contexto, nace una nueva forma de entender a la economía, a través de sectores, asignándole a cada uno un color distintivo. Uno de ellos representa a la economía naranja, también conocida como economía creativa, relacionada directamente con la industria cultural, que se ha convertido en un referente para impulsar el desarrollo de forma disruptiva, con el talento y potencial cultural regional como sus principales materias primas. Su importancia ha ido en crecimiento desde que fue utilizada por primera vez por John Howkins (2001), hasta ser declarado el 2021 como el año internacional de la economía creativa para el desarrollo sostenible en la 74ª asamblea general de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNESCO, 2021).

Los defensores de esta nueva corriente económica aseguran que la implementación de modelos de desarrollo enfocados en la industria cultural permitiría aumentar el bienestar de los ciudadanos de manera inclusiva y equitativa. Especialmente en países donde los modelos convencionales no han logrado solucionar las problemáticas que afectan las condiciones de vida de su población. Sin embargo, no existen suficientes estudios empíricos que permitan demostrar la veracidad de estos argumentos (Flores y Cárdenas, 2018); por ello la relevancia del presente estudio, que se plantea la pregunta ¿cómo se relaciona la economía creativa con el rezago social en los municipios de Oaxaca? El vínculo entre ambas variables se abordará en 17 municipios de Oaxaca, México, para el período 2000 al 2020. Finalmente, la hipótesis que se propone es que, durante el período considerado, la economía creativa tiene un efecto positivo y significativo en la reducción del rezago social en los municipios de estudio.

1. Referentes teóricos y conceptuales

1.1 Economía creativa: origen y conceptualización

La economía creativa se ha convertido en una herramienta de suma importancia para impulsar el desarrollo desde un enfoque donde la creatividad juega un papel crucial, teniendo el objetivo de fomentar el potencial cultural de cada región por medio de la innovación y de la profesionalización de un sector históricamente abandonado (Bolán, 2015). Aunque su concepto se comienza a popularizar a inicios del milenio gracias a *The Creative Economy* (Howkins, 2001), el origen de la noción es previo (Petit, 2012).

De acuerdo con Bolán (2015), desde los años setenta se han realizado diversos análisis para establecer un concepto de cultura que rebase el sentido limitado de la creación artística, y que avance hacia una noción más amplia y relacionada con la vida social. En la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales en 1982 se planteó la cultura como un conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales e intelectuales que caracterizan una sociedad o un grupo social, englobando además de las artes y las letras, los modos de vida, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias (UNESCO, 1982). Dicho concepto pretende ampliar el espectro de los productos creativos, no limitándose a los artísticos (Chaney, 1994).

Desde un enfoque científico, el concepto de cultura se desarrolló a partir del último tercio del siglo XIX, diferenciándose de la noción previamente referida y proponiendo que cada sociedad construye valores de acuerdo con sus condiciones, sin que existan grados de cultura y enfatizando en su transmisión mediante la socialización como uno de sus atributos clave (Nash, 2001). Esta noción abarca el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridas por el hombre en cuanto a miembro de la sociedad (Giménez, 2007). En esta medida, debe referirse más a culturas que a una entidad singular y uniforme, ya que las características particulares de cada región, la manera local de vivir la cultura, las condiciones de vida y la producción de bienes culturales es plural y diversa.

Al respecto, Pierre Bourdieu (2002) argumenta que el campo del arte se constituye a partir de luchas destinadas a conservar, reproducir o incrementar el capital económico, social o simbólico. En este sentido, los productores de bienes creativos en general y los artistas en particular no circunscriben su rol social a la bohemia, el romanticismo, la abnegación y la melancolía (Daza et al., 2019), sino que también son capaces de percibir con mayor profundidad los problemas que les circunda, haciendo que su producción se vincule con el contexto y la crítica social en el mejor de los casos (Bolán, 2015; Petit, 2012).

De acuerdo con Gutiérrez (2018), es a partir de estos intereses que puede edificarse un sistema institucional inclusivo con base en las capacidades de sus habitantes, en el cual se establezcan condiciones para la creación de valor que generen ingresos, reconocimiento y prestigio social. Esto se constituye en un modelo de producción, distribución, exhibición y de fomento de la creación artística y musical, de la diversidad gastronómica así como de toda representación del folklore local (Prieto, 2011). Que, en consecuencia, requiere del diseño de políticas públicas apropiadas para la protección de los denominados bienes culturales. Es así como los actores públicos, privados, civiles y académicos vinculados a la producción cultural, se legitiman (Bolán, 2015).

Por todo lo expresado en párrafos anteriores, y desde el punto de vista de los autores, se puede definir a la cultura como la materia prima con la que cuenta cada territorio para fomentar su propio desarrollo en armonía con el medio ambiente a través de un proceso social artesanal, donde la interacción entre el artista y su campo del arte potencializa y diversifica el producto cultural obtenido. Lo que a su vez se traduce en mayores formas de ingresos económicos para el desarrollo personal y del territorio; sin modificar sus actividades tradicionales ni tampoco el espacio donde habitan, en comparación con los cambios drásticos que exige la obtención de un producto industrial mecanizado.

En este sentido se comprende, que, ante el actual escenario globalizado, y cada vez más complejo, la elaboración de proyectos de desarrollo con enfoque cultural

es una opción alternativa al modelo de industria manufacturera, por lo que adquiere mayor relevancia. Pues ante el fracaso de los modelos enfocados únicamente en destruir para desarrollar, que ha beneficiado a un reducido porcentaje de la población mundial, la industria cultural es el modelo de desarrollo del mañana, principalmente para los países latinoamericanos que cuentan con un diversificado y elevado potencial cultural.

Al respecto, durante el año 2001 se comenzaba a hablar de la economía creativa, en la que el valor de sus bienes y servicios se fundamentaba en la propiedad intelectual de, por ejemplo: artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación, juegos y juguetes, moda, música y radio, entre otras (Howkins, 2001). Durante el 2021 la economía creativa aportó el 3% del PIB mundial; generó 2.25 billones de dólares estadounidenses; empleó a 30 millones de personas en el mundo; y, cuenta con la característica de proporcionar más puestos de trabajo a personas entre de 18 y 25 años que cualquier otro ámbito laboral (UNESCO, 2021). La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo - UNCTAD (2008), presentó un informe en el 2008 en el cual se estableció un debate normativo acerca de la cultura como elemento fundamental de todo proceso de desarrollo. Ya para su informe del 2010, reconocía que las industrias creativas eran menos volátiles puesto que se habían mostrado más resistentes al impacto de la crisis económica mundial en comparación con las industrias tradicionales manufactureras, adquiriendo gran significancia dentro de las políticas culturales regionales (UNCTAD, 2012).

Pero no fue hasta el 2013, cuando la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (UNESCO, 2013), reconocía que la creatividad y la cultura son procesos que están íntimamente ligados a la imaginación, teniendo beneficios directos para el desarrollo humano. Fue a partir de este año cuando la economía creativa, también conocida como economía naranja¹

¹ Para Restrepo y Duque (2013) y Finlev et al. (2017), se le denomina naranja porque este color se suele asociar con la cultura, la creatividad y la identidad; pero también está presente en religiones orientales, donde representa la transformación.

COLORES DE LA ECONOMÍA



Figura 1. Los colores de la economía.
Fuente: Tomado de Redacción El Universo (2021).

comenzó a tener una mayor relevancia en los estudios de desarrollo. De acuerdo con Sala (2016), forma parte de una nueva manera de entender la economía, volviendo su discurso amigable para todos.

Al respecto, Benavente y Grazi (2018) la definen como el grupo de actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes, servicios culturales y creativos. Por su parte, para la UNCTAD (2012), es el ciclo de producción de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo. González (2020) y Finlev et al., (2017), argumentan que en este tipo de economía se agrupa la cultura, el talento, la creatividad, así como las diferentes maneras posibles de monetizarlos a través de diversas actividades culturales como son: teatro; danza; canto; literatura; arte; entre otros. Por tal motivo, para la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO, 2006), los pilares de la economía creativa son la creatividad, habilidad y talento individuales con el potencial de creación de riqueza y de puestos de trabajo mediante la generación y explotación de la propiedad intelectual.

De acuerdo con Benavente y Grazi (2018), incluye tres grupos de actividades (Figura 2): las tradicionales y artísticas, que consisten en esfuerzos relacionados

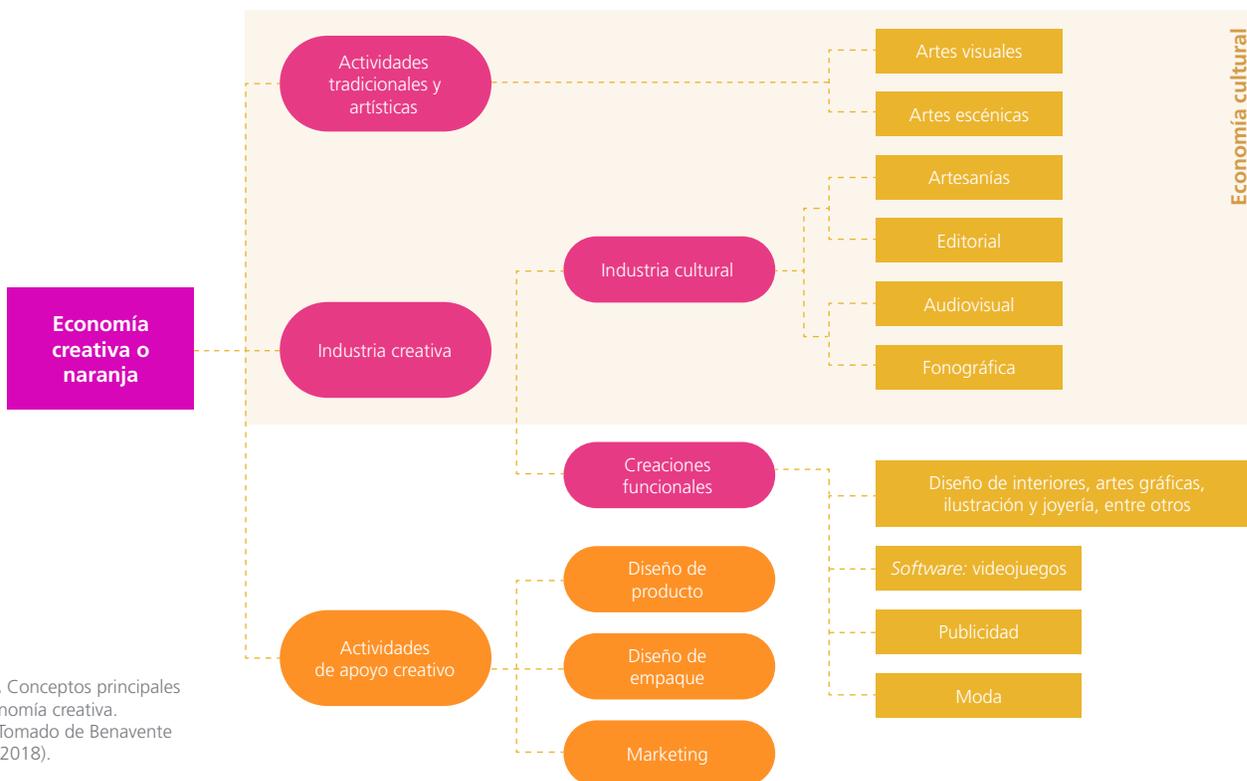


Figura 2. Conceptos principales de la economía creativa.
Fuente: Tomado de Benavente y Grazi (2018).

a la preservación y transmisión del patrimonio cultural material e inmaterial; la industria creativa, que está compuesta por actividades comerciales en donde el valor del resultado final se debe principalmente al contenido creativo; y, las que brindan apoyo creativo a las industrias tradicionales, donde el resultado se utiliza como insumo intermedio en el proceso de producción de un bien o servicio que no es necesariamente creativo por sí mismo.

De acuerdo con Algán (2020), históricamente se ha estigmatizado a la economía creativa como inútil y ociosa para las naciones; pero, por el contrario, y de acuerdo con Areces y Gómez (2010) y Flores y Cárdenas (2018), las actividades vinculadas a la cultura cumplen con una doble faceta: por un lado procuran perseguir el máximo aprovechamiento de sus aptitudes para contribuir al desarrollo; y por el otro, sirven como un mecanismo de afianzamiento de la economía. Esto se debe a que los proyectos culturales, a través de la diversificación de sus modelos operativos, se han posicionado como una estrategia para incentivar la economía sin la monotonía con la que los modelos económicos tradicionalistas imponen. En otras palabras, cada región tiene la posibilidad de diseñar sus planes de desarrollo en función de su potencial cultural, características demográficas e ideología social.



Los retos que enfrenta la economía creativa son complejos, con énfasis en los siguientes. El primero se refiere a la diversidad en la dinámica de producción, en la cual, mientras algunos sectores culturales producen eventos o experiencias, otros trabajan la producción tangible, lo que distorsiona las cadenas de valor de los productos culturales (Acosta et al., 2018). El segundo se refiere al reto de implementar las ideas propuestas por Restrepo y Duque (2013), que tienen el objetivo de fortalecer la implementación de la economía naranja, mejor conocidas como las 7i (Figura 3). El tercero es la compleja elaboración de políticas para regular y proteger la producción intelectual, considerando que las ideas y la creatividad son bienes intangibles de difícil cuantificación (González, 2020). Para Benavente y Grazi (2018), se deben de considerar por lo menos cuatro tipos de políticas como son: de oferta, para el financiamiento de la cultura y la creatividad; de demanda, para la promoción de los productos culturales; sistémicas, para promover que las personas naturales y jurídicas se vean motivados a adquirir los bienes o servicios culturales sin intermediarios; y, de formación de capital humano, con la intención de formar a los artistas desde temprana edad y dotarlos de herramientas para explotar sus dotes artísticos.

Por último, el reto más sensible es la erradicación de la discriminación cultural, sobre todo por parte de los organismos estatales, que son cruciales al dotar respaldo económico, material y de difusión de los productos culturales. En la mayoría de los casos, a los artistas culturales no les interesa si la corriente política en el poder es de izquierda o de derecha, pues lo que necesitan es una política pública que los favorezca sin distinción. La ausencia de una política pública detona en el apoyo desequilibrado de los recursos, al otorgar recompensas como becas, estímulos económicos y reconocimientos a ciertos artistas, mientras que a otros les desestiman sus proyectos (Bolán, 2015). Para Villagrán (2019), el funcionamiento de estas instancias tiene un alto valor para el desempeño de los proyectos artísticos, por lo que es necesario garantizar la autonomía de los organismos públicos que administran los instrumentos de apoyo para las industrias creativas en relación a la agenda política dominante en determinado contexto.

En el caso de Oaxaca, a pesar de la gran riqueza étnica y lingüística y por su sorprendente biodiversidad, el marco legal en materia legal es débil y no cuenta con una estrategia central con alta vocación para la economía cultural (Barrientos, 2020). En este sentido, en los últimos años se ha dado por hecho que la organización de eventos representativos de la cultura local, como la Guelagueta², por ejemplo, es suficiente para que la economía creativa ocurra sola; sin embargo, resulta ser una manifestación teatralizada, simplificada y mercantilizada integrada a la industria de la cultura (Pech et al., 2018). Siendo un espectáculo bajo el control de una élite que impone una única visión de lo que debe de ser la identidad cultural oaxaqueña, siendo una falsificación de expresiones identitarias (Pech et al., 2018, p. 916).

La economía creativa se ha convertido en una herramienta relevante para producir bienes y servicios de alto valor económico, así como para preservar las

² Es considerada la tradición con más popularidad en el estado de Oaxaca, con reconocimiento a nivel nacional e internacional. Para mayor información visitar: <https://www.oaxaca.gob.mx/ageo/la-guelagueta/>

culturas locales frente a los escenarios económicos globalizados (Méndez, 2018). Sin embargo, es evidente que aún se encuentra en proceso para afianzarse y convertirse en un eje rector para el gasto público, la planificación territorial, la inversión pública y privada, entre otras medidas.

Aguado et al. (2017), proponen rastrear qué elementos teóricos clave han permitido el acercamiento de la economía creativa al análisis de los bienes y servicios culturales con el propósito de actualizar el marco teórico-metodológico en esta materia. En otras palabras, resulta necesario un replanteamiento histórico-teórico de la cultura, para adaptarla a los escenarios y contextos actuales.

1.2 Evolución teórica de la economía creativa

Los antecedentes conceptuales de la economía creativa datan del periodo de entreguerras, a mediados del siglo XX. Para entonces, la escuela de Frankfurt había alcanzado su madurez y reflexionaba en torno a la emancipación humana con base en el cuestionamiento de las tendencias totalitarias, excluyentes y conducentes a la dominación del ser humano (Linares, 2010). Mediante la teoría crítica, este grupo se proponía no sólo reinterpretar el mundo, sino contribuir a transformarlo introduciendo la razón en la praxis social (Sánchez, 1998) y desafiando las estructuras de poder (Geuss, 1981).

Para autores como Marcuse (1984) y Mata (1995), todo aparato gubernamental que impone sus exigencias económicas, políticas e ideológicas sobre la cultura material e intelectual, obstaculiza el desarrollo de sus fuerzas productivas. Es decir, el condicionamiento de todas las dimensiones de la vida humana restringe las potencialidades de la persona, convirtiendo a los seres humanos en entes unidimensionales (Linares, 2010; Szpilbarg y Saferstein, 2014), reducidos y objetificados (Seoane, 2000).

En este contexto, Horkheimer y Adorno (1998), sostienen que la humanidad no ha avanzado hacia la libertad ni la plenitud que prometía la Ilustración; por el contrario, la cultura de masas engaña a la sociedad al mantener una dependencia

directa con las empresas monopolistas que forman parte de la gigantesca maquinaria económica. Esta lógica reproduce contenidos por negocio, siendo los bienes culturales simples mercancías de un consumo mecanizado y rutinario, carentes de sentido artístico (Linares, 2010).

En consecuencia, Horkheimer y Adorno (1998) introducen el concepto de industria cultural con el objetivo de delinear la especificidad de la producción cultural en las sociedades capitalistas, desplazando la noción manipuladora de la cultura de masas enfocada únicamente en los beneficios económicos de grandes monopolios. Adorno (1973), argumenta que al utilizar dicha expresión, se reconoce que la cultura surge espontáneamente de la sociedad y que en estas nuevas condiciones, las personas pueden hallar condiciones para desarrollar sus propuestas expresivas (Linares, 2010). Esto impediría que la degradación de la cultura en las sociedades contemporáneas, iniciada por el capitalismo salvaje, termine por desaparecer las potencialidades creativas, limitando la calidad del lenguaje artístico y estandarizando los bienes culturales (Bisbal, 1999; Lopera, 2015).

Lo anterior implica un cambio en el enfoque sobre la producción cultural y su consumo, y su correlación con la economía. Para Canclini (1993), el consumo cultural es un proceso de apropiación y uso de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, tomando en cuenta que requieren de un aporte de las estructuras simbólicas sociales de forma independiente al modelo industrial mecanizado. Posteriormente, Sunkel (2002) propone el consumo de los bienes culturales, reconociendo que dentro del ecosistema se encuentran dos subcampos: el de la producción cultural restringida y el de la producción en gran escala. Para Villa (2009), del consumo cultural relaciona el uso, la adquisición y el disfrute con la satisfacción de una necesidad, lo que a su vez conlleva un intercambio económico. En otras palabras, la generación de productos culturales no implica que únicamente se obtendrán bienes culturales, sino también ciclos económicos, los cuales incentivan a los productores artísticos, mejorando su capital financiero.

Para Hall y Mellino (2011), esta forma de entender la cultura nos hace reflexionar sobre el arte, la identidad y la economía con un enfoque integrador, capaz de agrupar múltiples disciplinas. En este tenor, propone que los rasgos culturales son coadyuvantes del proceso de transformación y desarrollo compatibles con la estructura normativa y cultural de los actores sociales para el bienestar general (Merino, 1989; Lafont, 2015). Estos componentes cuentan con variables macroeconómicas y macrosociales que, en conjunto, motivan al individuo en la consecución de sus logros (Ros, 2002).

Para Arroyo (2017), esta configuración del mercado otorga valor y hacer productivo y autogestivo al trabajo de producción, promoción, comercialización y difusión de las actividades culturales. Donde interactúan la oferta y la demanda de productos artísticos de circulación local, nacional e internacional, que pertenecen a la cadena de valor de las industrias creativas (Reynoso, 2011). De acuerdo con Bayardo (2018), en conjunto, el aporte de las industrias culturales al PIB se basa en su incidencia en la entrada de divisas y en el equilibrio de la balanza comercial. Por tanto, se debe revalorar el trabajo vinculado al rubro cultural, contribuyendo a la consolidación y el crecimiento de las empresas de este ámbito (Arismendy, 2020).

Por su parte Lomelí (2014) indica que el auge de las industrias culturales, a la luz de los escenarios como la digitalización, las redes globales de información y la transformación del capitalismo, resulta inaplazable. En contraste, algunos autores señalan que no existen industrias más o menos culturales (Mato, 2007) y que el binomio entre el producto cultural y la creatividad no es *sine qua non* (Pratt y Huntton, 2013; Krätke, 2011; Markusen, 2006), entre otras críticas.

De manera paulatina, se ha ido asimilado el valor de la creatividad como motor de desarrollo, encontrando en la economía creativa una forma alternativa de alcanzar cierto bienestar económico y social (Gomes, 2018) en tanto que mecanismo generador de riqueza y oportunidades de empleo sostenibles, equitativos e incluyentes (BID, 2017). Esto permite a países en vías de desarrollo satisfacer

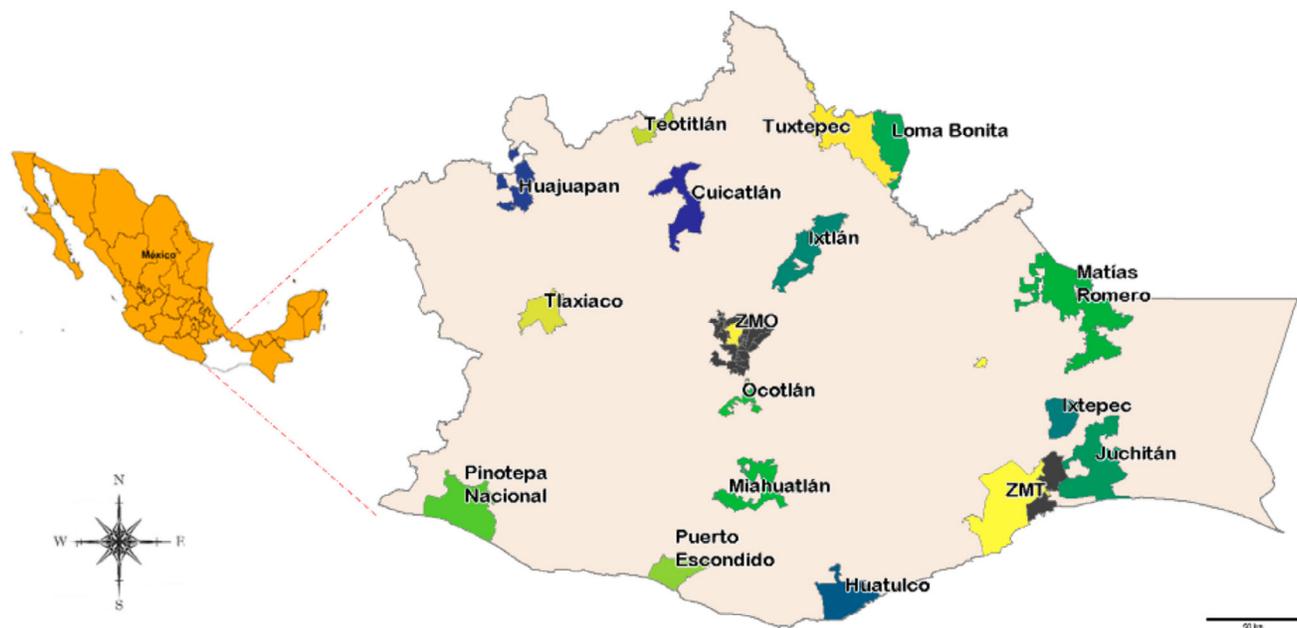
sus necesidades utilizando su creatividad y talento y desafiando a las grandes corporaciones mediante conglomerados especializados. Así pues, ante la precariedad de los recursos económicos y el auge de los monopolios en los mercados tradicionales, la cultura, el talento y el ingenio son insumos cruciales para abatir la desigualdad social. Pese a lo anterior, la economía creativa aún no cuenta con ecosistemas propicios para florecer en todos los confines, pese a haber evidencias de su importante contribución para cerrar las brechas (Torres et al., 2018).

Además de apoyo y reconocimiento gubernamental, la economía creativa requiere de investigaciones profundas y nuevos indicadores de medición que contribuyan a demostrar sus efectos favorables en la vida social (Olave, 2019).

1.3 Economía creativa: un modelo para combatir el rezago social

En la apreciación de Avilés y Canizalez (2015), las industrias creativas y culturales describen un rol estratégico para impulsar nuevas cadenas productivas, instrumentalizando soluciones con carácter local que pueden resultar innovadoras y establecer vasos comunicantes entre sectores otrora separados. Para Muñoz (2020), no solo representa una oportunidad de desarrollo, sino que su despliegue está enriqueciendo a la sociedad.

Pese al entusiasmo con el que diversos autores aluden a la influencia favorable de la economía creativa en los contextos donde prospera, no en todos los casos garantiza la reducción del rezago social y económico, como se evidenciará al abordar el caso de 17 municipios de Oaxaca, México (Mapa 1) en los cuales se estudia la relación entre economía creativa y rezago social durante el período 2000-2020.



Mapa 1. Municipios de estudio.

Fuente: Elaboración propia con datos de García (2018).

2. Metodología

Para este trabajo se tomaron como referencia los siguientes estudios: *La economía creativa para el fortalecimiento del desarrollo territorial en Guayaquil-Ecuador* de Blum y Ortega (2021), que se enfoca en determinar la capacidad efectiva de la economía creativa como motor de fortalecimiento territorial; *Creative Economy and Sustainable Human Development* de Nobre (2016), investigación que tiene el objetivo de analizar cómo promueve la economía creativa el desarrollo humano sostenible a través del diseño de dos índices; *Industrias culturales y crecimiento económico. Un modelo para el estudio del surgimiento de clústers creativos* de Ochoa y Canizalez (2015), que analiza el vínculo entre economía y cultura mediante una revisión teórica y un análisis de los factores de crecimiento; por último, *La economía creativa en Brasil. El desarrollo del turismo local en el pantanal sur de Mato Grosso* de Pacheco y Benini (2017), que coloca a la economía creativa y su estructura organizacional como una forma de desarrollo mutuo con otros sectores. Como unidad de análisis se consideraron 17 municipios pertenecientes al estado de Oaxaca, México; su nomenclatura y algunas de sus características geográficas y demográficas se pueden visualizar en la tabla 1.

Tabla 1. Características de los municipios de estudio.

Nombre Oficial	Nombre cotidiano	Abreviatura	Población (año 2000)	% Población originaria (año 2000)	Coordenadas Geográficas			Región en Oaxaca
					Latitud Norte	Longitud Oeste	Altitud msnm	
Ixtlán de Juárez	Ixtlán	IXN	8,268	61.88	17°19'50"	96°29'14"	2,030	Sierra Norte
San Juan Bautista Cuicatlán	Cuicatlán	CUI	9,945	13.82	17°47'55"	96°57'35"	620	Cañada
Teotitlán de Flores Magón	Teotitlán	TEO	9,876	17.83	18°07'57"	97°04'20"	1,067	Cañada
Ciudad Ixtepec	Ixtepec	IXP	22,675	21.05	16°33'46"	95°06'00"	61	Istmo
Loma Bonita	Loma Bonita	LOB	40,877	2.56	18°06'25"	95°52'50"	30	Papaloapan
Matías Romero Avendaño	Matías Romero	MAR	40,709	12.00	16°52'20"	95°02'30"	198	Istmo
Miahuatlán de Porfirio Díaz	Miahuatlán	MIA	32,555	9.56	16°19'42"	96°35'46"	1,558	Sierra Sur
Ocotlán de Morelos	Ocotlán	OCO	18,183	3.65	16°47'29"	96°40'30"	1,513	Valles Centrales
Puerto Escondido	Puerto	PES	32,471	3.41	15°51'43"	97°04'18"	65	Costa
Heroica Cd. de Tlaxiaco	Tlaxiaco	TLX	29,026	25.87	17°16'10"	97°40'45"	2,063	Mixteca
Crucecita	Huatulco	CRU	28,327	4.25	15°46'08"	96°08'06"	35	Costa
Santiago Pinotepa Nacional	Pinotepa	PIN	44,193	19.04	16°20'17"	98°03'01"	199	Costa
Heroica Ciudad de Huajuapán de León	Huajuapán	HJP	53,219	7.88	17°48'14"	97°46'33"	1,584	Mixteca
Heroica Ciudad de Juchitán de Zaragoza	Juchitán	JUC	78,512	57.49	16°26'00"	95°01'10"	20	Istmo
San Juan Bautista Tuxtepec	Tuxtepec	TUX	133,913	13.42	18°05'10"	96°07'26"	20	Papaloapan
Zona Metropolitana de Tehuantepec	ZMT	ZMT	145,567	12.75	16°19'28"	95°14'27"	44	Istmo
Zona Metropolitana de Oaxaca	ZMO	ZMO	501,283	8.33	17°3'55"	96°43'25"	1567	Valles Centrales

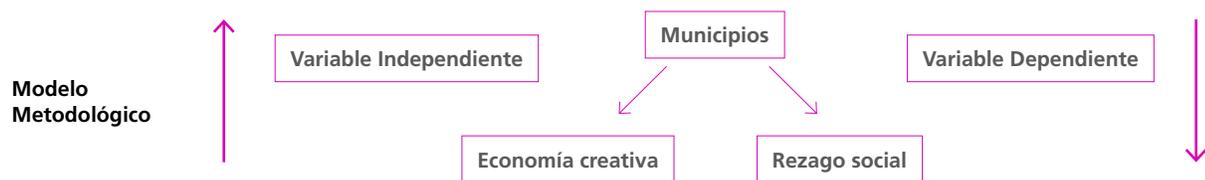
Fuente: Elaboración propia con datos de García (2018).

En la tabla 2 se plantea el modelo metodológico, proponiendo como hipótesis que durante el período del 2000 al 2020, la economía creativa tiene un efecto positivo y significativo en la reducción del rezago social en los municipios de estudio. Se utiliza un análisis retrospectivo con enfoque cuantitativo de tipo correlacional y explicativo; para la elección de los 17 municipios de estudio (Mapa 1), se utilizan los criterios de elegibilidad y eliminación.³

³ Elegibilidad: municipios que sean lugar central de una región socioeconómica y mayores a los 5,000 habitantes. Eliminación: municipios que carezcan de información del problema analizado.

Tabla 2. Operacionalización de las variables y modelo metodológico.

Variable	Indicadores	Ecuación 1	Fuentes
Índice de Rezago social (IRS)	Población de 15 años y más analfabeta (PA)	$Y' = a + bXi$ donde $IRS = a + b$ (IEC) IRS = Promedio (PA, PNAE, PC9E, PEBI, PSDSS, VPT, VSS, VSAE, VSD, VSEE, VSR, VSL) IEC = Promedio (PHLI, GL, FT, TH, EH, EAB, BS, EC, CC)	Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, Coneval (2021e); Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED, 2020a); Sistema Nacional de Información Municipal (INAFED, 2020b); Sistema Nacional de Información Cultural (SIC, 2020); Sistema Estatal de Información Cultural (Oaxaca SIC, 2020); Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020)
	Población de 6 a 14 años que no asiste a la escuela (PNAE)		
	Hogares con población de 15 a 29 años con algún habitante con menos de 9 años de educación aprobados (PC9E)		
	Población de 15 años o más con educación básica incompleta (PEBI)		
	Población sin derechohabencia a servicios de salud (PSDSS)		
	Viviendas particulares habitadas con piso de tierra (VPT)		
	Viviendas particulares habitadas que no disponen de excusado o sanitario (VSS)		
	Viviendas particulares que no disponen de agua entubada de la red pública (VSAE)		
	Viviendas particulares habitadas que no disponen de drenaje (VSD)		
	Viviendas particulares habitadas que no disponen de energía eléctrica (VSEE)		
Viviendas particulares habitadas que no disponen de refrigerador (VSR)			
Viviendas particulares habitadas que no disponen de lavadora (VSL)			
Índice de Economía Creativa (IEC)	Población que habla lengua indígena (PHLI)	Escala de valores: 0.00 a 0.20 (muy baja) 0.21 a 0.40 (baja) 0.41 a 0.60 (media) 0.61 a 0.80 (alta) 0.81 a 1.00 (muy alta)	
	Gastronomía local (GL)		
	Fiestas tradicionales (FT)		
	Turistas hospedados (TH)		
	Establecimientos de hospedaje (EH)		
	Establecimiento de alimentos y bebidas (EAB)		
	Bibliotecas (BS)		
	Expresión cultural (EC)		
	Casas de la cultura (CC)		

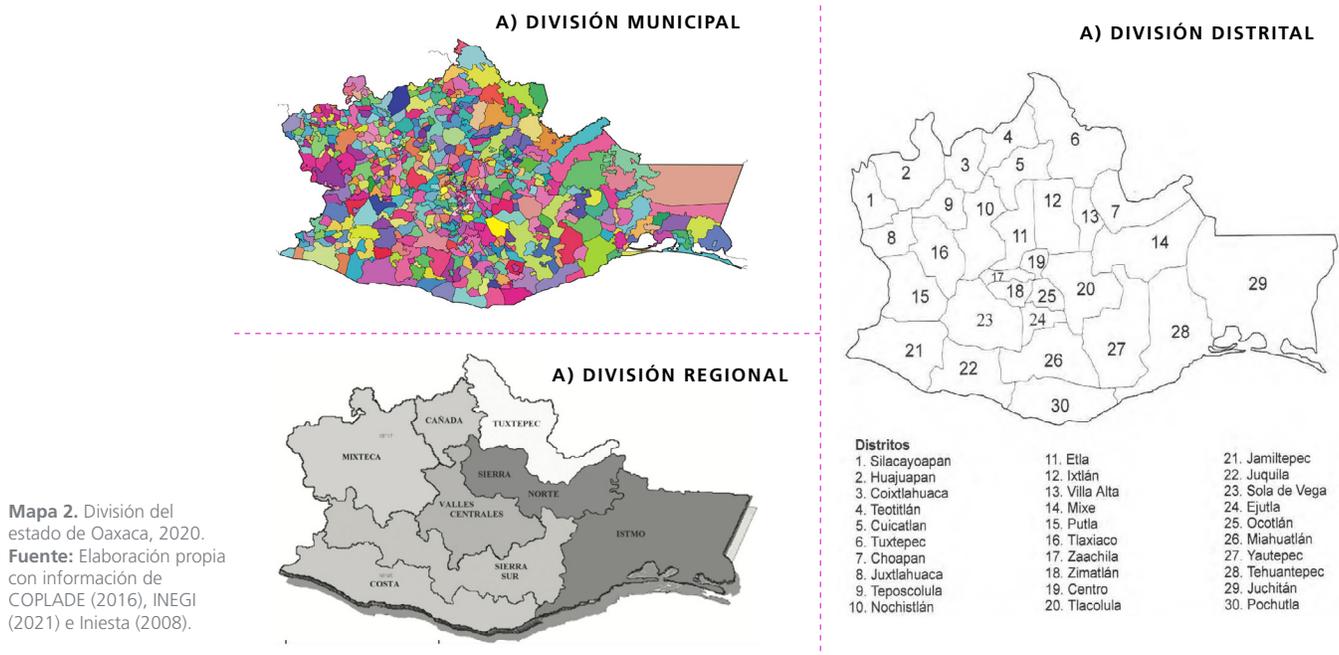


Fuente: Elaboración propia con base en Blum y Ortega (2021), Nobre (2016), Ochoa y Canizalez (2015) y Pacheco y Benini (2017).

Para efectos de este trabajo se retomaron el índice de rezago social (IRS) y el índice de economía creativa (IEC) conformados por indicadores que se pueden apreciar en la Tabla 2. El primero es una medida ponderada que resume doce carencias sociales en un solo índice que tiene como finalidad ordenar a las unidades de observación según sus carencias sociales (Coneval, 2021d). Y, el segundo diseñado a través del promedio de nueve indicadores con la finalidad de abordar las unidades de análisis relacionadas con la economía creativa en Oaxaca. En ambos casos la información se sistematizó mediante una base de datos alimentada con fuentes oficiales (Figura 4). Para el análisis y la unificación de los datos se efectuó una estandarización utilizando el modelo de Sepúlveda (2008), según el cual: I_c : índice del componente; VR : valor real del indicador; $VMÁX$: valor máximo del indicador; $VMÍN$: valor mínimo del indicador (ecuación 2). Asimismo, los índices con valores estandarizados fueron evaluados con la siguiente escala: de 0.000 a 0.200 (muy baja); de 0.210 a 0.400 (baja); de 0.410 a 0.600 (media); de 0.610 a 0.800 (alta); y, de 0.810 a 1.000 (muy alta).

$$I_c = \frac{VR - VMÍN}{VMÁX - VMÍN} \quad (\text{ECUACIÓN 2})$$

Finalmente, para la comprobación de la hipótesis, se utilizó el programa estadístico IBM SPSSv21 con el fin de obtener la relación existente entre el índice de rezago social (IRS), considerada como la variable dependiente y el índice de economía creativa (IEC) como variable independiente. Al respecto, la hipótesis se acepta si el valor porcentual de r^2 es mayor a 60% con una significancia menor o igual a 0.05. La relación que se expone deriva del análisis de regresión que se aprecia en la ecuación 1 de la tabla 2; donde: IRS : valor predictivo de la variable dependiente; a : intersección de la línea recta con el eje Y ; b : pendiente de la línea recta; IEC : valor de la variable independiente.



3. Contexto del potencial cultural y el rezago social en Oaxaca

Oaxaca proviene de la palabra náhuatl *Huaxyacac*, que significa en la loma o cima de los guajes (Ordóñez y Rodríguez, 2008). De acuerdo con el INEGI (2020), el estado se encuentra ubicado en el suroeste mexicano, siendo la quinta entidad más extensa del país con 93,757 km² que representa el 4.8% de la superficie total de México, y con 4,132,148 habitantes censados en el 2020, lo cual la convierte en la décima entidad federativa más poblada del país. En este contexto, Juárez (2008) agrega que el 90% de su suelo es accidentado gracias a las confluencias de la Sierra Madre del Sur, la Sierra Madre de Oaxaca, la Sierra Madre de Chiapas y la Sierra Atravesada. Esto provoca una compleja heterogeneidad ambiental con una alta biodiversidad y más de 12,500 especies de flora y fauna (Ordóñez y Rodríguez, 2008). Por otra parte, su división política es una de las más complicadas de toda la República Mexicana, ya que está conformada por 570 municipios, 30 distritos y 8 regiones (Mapa 2).

El estado es conocido por su diversidad étnica, lingüística y gastronómica, por el alto nivel que registran los pobladores de los pueblos originarios en materia de buena conservación de sus hábitats, como por la preservación de creencias y prácticas tradicionales (CONABIO, 2018). Avendaño *et al.*, (2021), sostienen



Mapa 3. Grupos etnolingüísticos en Oaxaca, 2020.
Fuente: Tomado de Avendaño et al. (2021).

que la mayoría de los municipios oaxaqueños se encuentran denominados como pueblos indígenas u originarios, en los cuales conviven 16 grupos etnolingüísticos (Mapa 3) y más de la tercera parte de su población es hablante de alguna de las 157 variantes lingüísticas (Ordóñez y Rodríguez, 2008).

La riqueza cultural del estado ha contribuido a su buena reputación a nivel mundial. Solamente el municipio capital, Oaxaca de Juárez, recibió en el 2019 una preseña de los *Food and Travel Reader Awards* de la revista *Food and Travel* como mejor destino gourmet (Gobierno de Oaxaca, 2019); en el 2020, recibió el premio como mejor destino de escapada urbana líder en México y Centroamérica en los *World Travel Awards 2020* (Gobierno de Oaxaca, 2020).

Históricamente, Oaxaca ha sido cuna de grandes representantes del arte como Rodolfo Morales, Rufino Tamayo y Francisco Toledo, solo por citar algunos ejemplos a los cuales se suman artistas contemporáneos como Sergio Hernández, Irma Pineda y Natalia Toledo (Jiménez, 2020). A la riqueza cultural del estado contribuyen otras ramas de la creación (Figura 4), como la creación de bordados, la alfarería en barro negro y en barro verde, los tapetes de lana bajo la técnica de telar de pedal y el tallado en madera de alebrijes.



Figura 4. Artesanías del estado de Oaxaca.
Fuente: Tomado y modificado de Chaca (2017), López (2018), NVI (2017) y Bermúdez (2020).

La cultura oaxaqueña no se concibe sin sus fiestas tradicionales más representativas como el Día de muertos y sus muerteadas, la noche de rábanos, la feria del tejate y la Semana Santa. No obstante, en todos los municipios se celebran diversas tradiciones con características propias de cada localidad, llenas de música y folklore, como lo son las mayordomías, los carnavales, las fiestas patronales, las velas, las calendas y los convites.⁴ Sin duda, el mayor símbolo de expresión cultural de Oaxaca es la *Guelaguetza*,⁵ que en zapoteco significa ofrenda; la también llamada fiesta de los lunes del cerro es la máxima fiesta de los oaxaqueños, pues en su celebración durante los dos últimos lunes de julio se reúnen los grupos étnicos pertenecientes a las ocho regiones del estado para compartir su cultura a través de la música, los bailes tradicionales, los vestidos y la gastronomía.

⁴ Las calendas y convites en Oaxaca, cuyo origen data del siglo XVI, son manifestaciones culturales donde se invita a la población a la reunión y festejo de grandes sucesos sociales o religiosos característicos de la localidad (Sosa,2019). Para mayor información visitar: <http://exploraoaxaca.mx/9301/oaxaca-cultural/calendas-una-tradicion-que-fortalece-lazos-en-oaxaca/>

⁵ De acuerdo con Osorio (2019), la Guelaguetza, tiene su origen desde la época prehispánica que comenzó con un ritual que se hacía a los dioses antiguos en el lugar denominado por los zapotecas como *Daninayaaloani* o cerro de bella vista. En esa época los antiguos mexicanos adoraban a la Diosa Centéotl, quien representaba a la Diosa del Maíz y a la que adoraban y respetaban de tal manera que le realizaban una celebración para festejar cada año ofreciendo danzas, ritos, así como un enorme banquete que duraban ocho días. Actualmente, en la celebración participa todo el pueblo, sin distinción de estatus social; destacando el espectáculo de música, danza, bailes y cantos que ofrece una delegación representativa de cada región del estado, como una muestra de su patrimonio cultural a través de bailes que ejecutan al son de la música y los cantos que les son propios, vistiendo indumentaria de sus respectivos pueblos. Al terminar su participación, cada grupo distribuye entre el público su Guelaguetza compuesta por productos característicos de sus respectivas regiones (Osorio,2019).

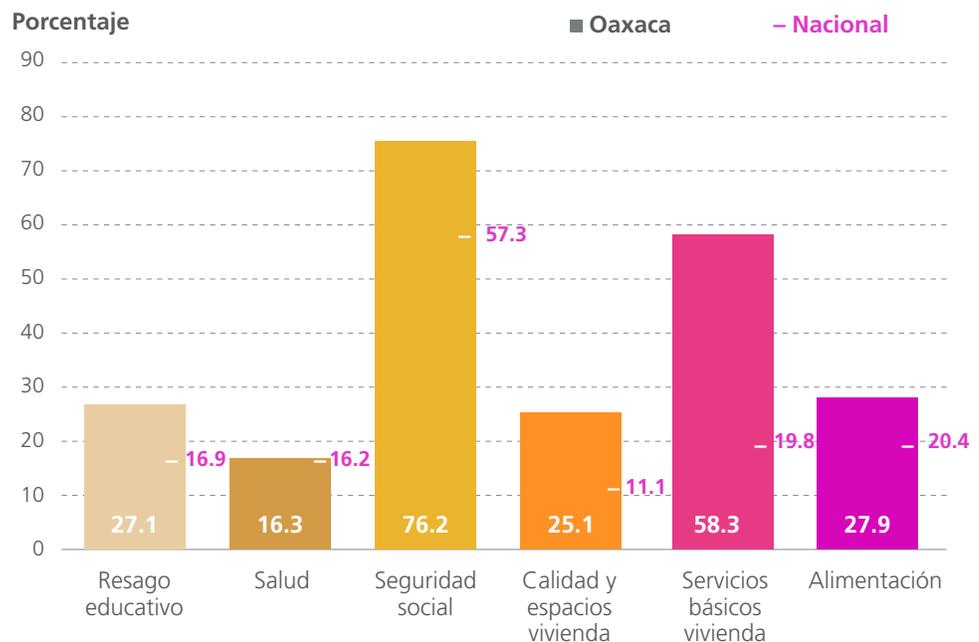


Figura 5. Indicadores de carencias sociales en Oaxaca, 2020.
Fuente: Tomado de la SEBIEN (2020).

Es evidente que el estado de Oaxaca cuenta con un amplio capital cultural, a la par que registra crecientes niveles de desigualdad, pobreza y rezago social. De acuerdo con el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2021a), durante el 2020 se ubicó como la cuarta entidad con mayor porcentaje de personas en situación de pobreza (61.7%) en relación al resto del país, y en tercer lugar respecto a la población en situación de pobreza extrema (20.6%). Durante este mismo año, de los quince municipios con mayor porcentaje en situación de pobreza en México, ocho se localizan en la entidad oaxaqueña (CONEVAL, 2021b).

Por otra parte, el 58.6% de la población del estado cuenta con un ingreso laboral inferior al costo de la canasta alimentaria; y con el 80.7% es la entidad federativa con el porcentaje más alto de población laborando en el sector informal (CONEVAL, 2021c). Por su parte, la Secretaría de Bienestar de México (SEBIEN, 2020), señala que el 27.1% de los oaxaqueños tiene rezago educativo; el 16.3% no tiene acceso a servicios de salud; el 76.2% no cuenta con seguridad social; el 25.1% no cuenta con calidad y espacios dignos en su vivienda; el 58.3% tampoco tiene acceso a los servicios básicos en su vivienda; y, el 27.9% no cuenta con seguridad alimentaria (Figura 5). Estos porcentajes se encuentran por

encima del promedio nacional. Sumado a lo anterior, durante el 2020 la entidad registró un grado de rezago social muy alto, ocupando el segundo lugar nacional, solo por arriba del estado de Chiapas.

Con su vibrante artesanía, la diversidad de artistas, sus coloridas fiestas y su espectacular gastronomía, Oaxaca es un estado con gran riqueza cultural, por lo que puede considerarse un territorio propicio para el desarrollo de proyectos de las industrias culturales y creativas. Para ello, es necesario considerar las necesidades, las características y el contexto de los productores culturales: en este tenor, puede afirmarse que la investigación en Economía creativa tiene mucho trabajo por delante en este caso.

4. Resultados

Fue hasta la primera década del milenio que México comentó con la medición multidimensional de la pobreza, siendo el CONEVAL la institución especializada en la medición con base en el nivel de educación; el acceso a servicios de salud; la calidad y disponibilidad de la vivienda; y los activos del hogar disponibles (Maldonado y Gómez Meza, 2013). En el caso del presente estudio (Figura 6), durante el 2020 los municipios que registraron rezago social fueron: Miahuatlán (alto); Cuicatlán (medio); Ixtlán (medio); Ocotlán (medio); y, Pinotepa Nacional (medio). El resto contaba con un nivel de rezago social bajo o muy bajo. Para el 2005, la Figura 6 permite visualizar que el único cambio fue el de Miahuatlán al pasar de alto a un índice bajo, pero aún registraba rezago social; durante el 2010, no se observó cambio alguno. Ya para el 2015, Huajuapán, Ixtepec, Juchitán y Tuxtepec pasaron de muy bajo a bajo, lo que representó un retroceso en el combate al rezago social; en caso contrario, la ZMT, pasó de medio a bajo rezago social. Durante el 2020 se registraron cambios positivos donde: Cuicatlán y Tlaxiaco pasaron de medio a bajo; y, Huajuapán e Ixtepec, pasaron de bajo a muy bajo. Siendo la ZMT la única que registró un cambio negativo, al pasar de bajo rezago social a medio. En promedio, Cuicatlán, Tlaxiaco, Ixtlán, Ocotlán, Pinotepa Nacional y Miahuatlán, fueron los municipios que registraron mayor

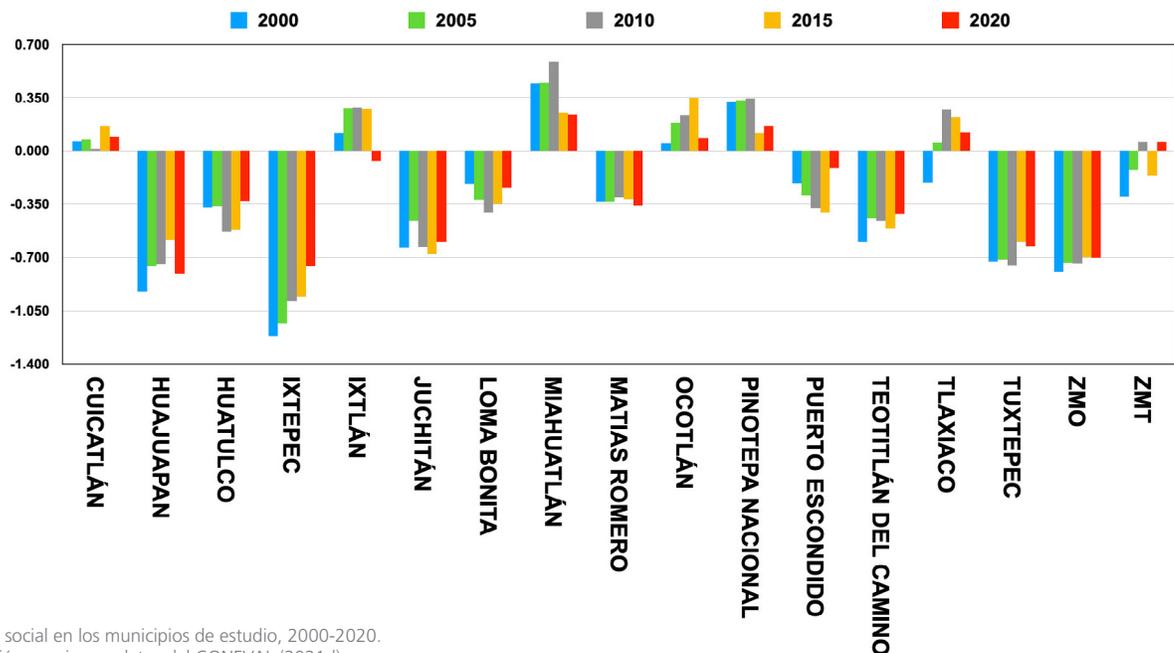


Figura 6. Rezago social en los municipios de estudio, 2000-2020.
Fuente: Elaboración propia con datos del CONEVAL (2021d).

rezago social durante todo el período de estudio. Siendo los tres principales: Miahuatlán, Pinotepa Nacional y Ocotlán.

En el caso de la Economía creativa, la Figura 7a muestra la gastronomía local, que incluye los platillos, las bebidas y los dulces típicos de cada municipio; resalta la Zona Metropolitana de Oaxaca (ZMO), seguida de Miahuatlán y la Zona Metropolitana de Tehuantepec (ZMT) como las de mayor potencial en este aspecto. La ZMO, la ZMT y Juchitán cuentan con el mayor número de festividades tradicionales (Figura 7b), destacando también Ixtepec, Ixtlán, Miahuatlán y Matías Romero. En la Figura 7c, en cuanto a la población que habla lengua indígena, también conocida como originaria, destacan: Juchitán, la ZMO, la ZMT, y Tuxtepec, con una tendencia al alza del 2000 al 2020. En contraste, Ocotlán, Loma Bonita, Cuicatlán, Huatulco y Puerto Escondido, son las que registran un número muy reducido de población que habla su lengua originaria.

Continuando en esta línea, las casas de la cultura son centros muy importantes con los que cuenta la ciudadanía para hacer comunidad y mejorar sus conocimientos en alguna de las diversas expresiones artísticas. Sobre esto, la Figura 8 ofrece un panorama algo desolador, al observar como la ZMO y en menor medida

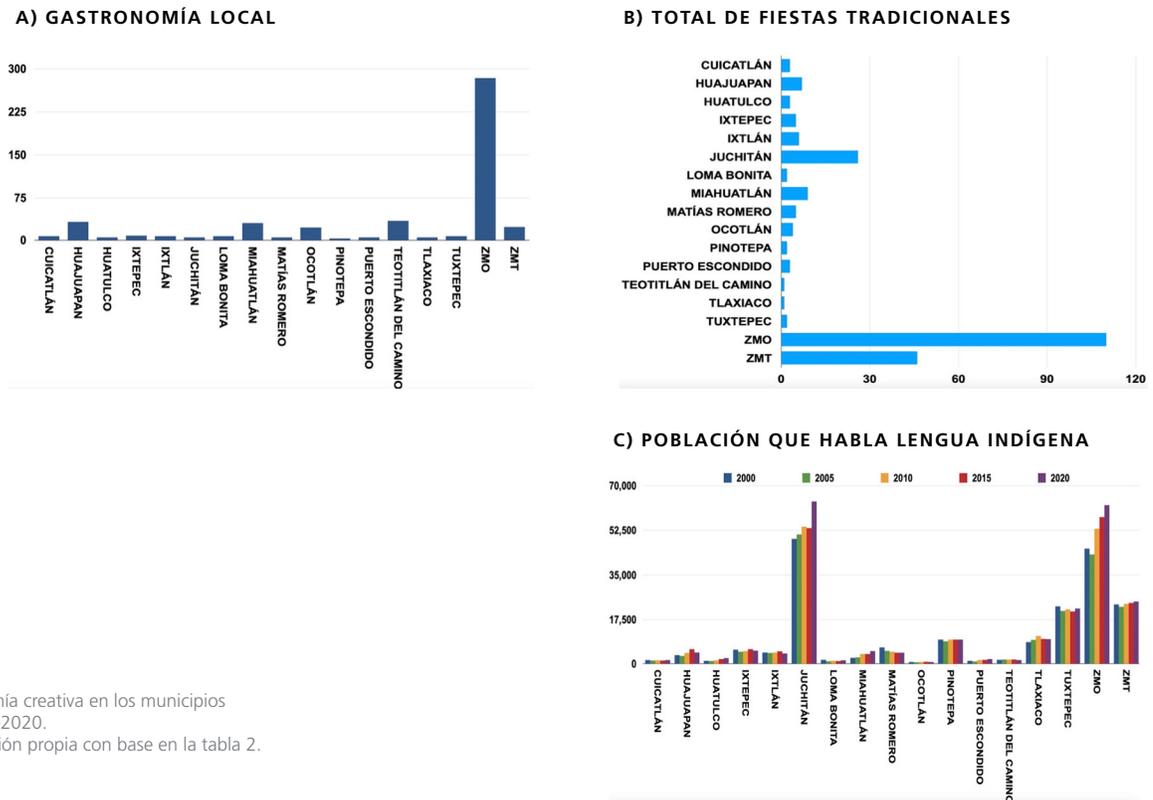


Figura 7. Economía creativa en los municipios de estudio, 2000-2020.

Fuente: Elaboración propia con base en la tabla 2.

la ZMT, son las únicas que registran una tendencia al alza del 2000 al 2020, un número considerable de estas instituciones culturales. Lo anterior puede explicar el contenido de la gráfica 3b, donde los espacios para la expresión cultural, como lo son museos, teatros y galerías se concentran en la ZMO y en el resto de municipios este aspecto pasa simplemente desapercibido. Es similar la situación para el tema de las bibliotecas, espacios de esparcimiento y aprendizaje multicultural. Solamente en la ZMO, la ZMT, Tuxtepec y Juchitán se registra un número considerable de bibliotecas, en contraste con el resto de municipios donde es mínima la presencia de estos centros.

Otro de los parámetros que forman parte de la Economía creativa es la infraestructura para recibir a los potenciales consumidores de los productos culturales. En tal sentido, la Figura 9a ofrece un panorama de los turistas hospedados, resalta la ZMO como el municipio que concentró el mayor número de turistas, seguido de Huatulco, Puerto Escondido y la ZMT; en el resto de los municipios analizados el número registrado es mucho menor en comparación con estos últimos. Un aspecto que resalta es la dinámica que se registró en el 2020, pues en un contexto de crisis sanitaria, el número de visitantes disminuyó considerablemente; solo Tuxtepec registró un aumento en comparación con el 2010 y el 2015.

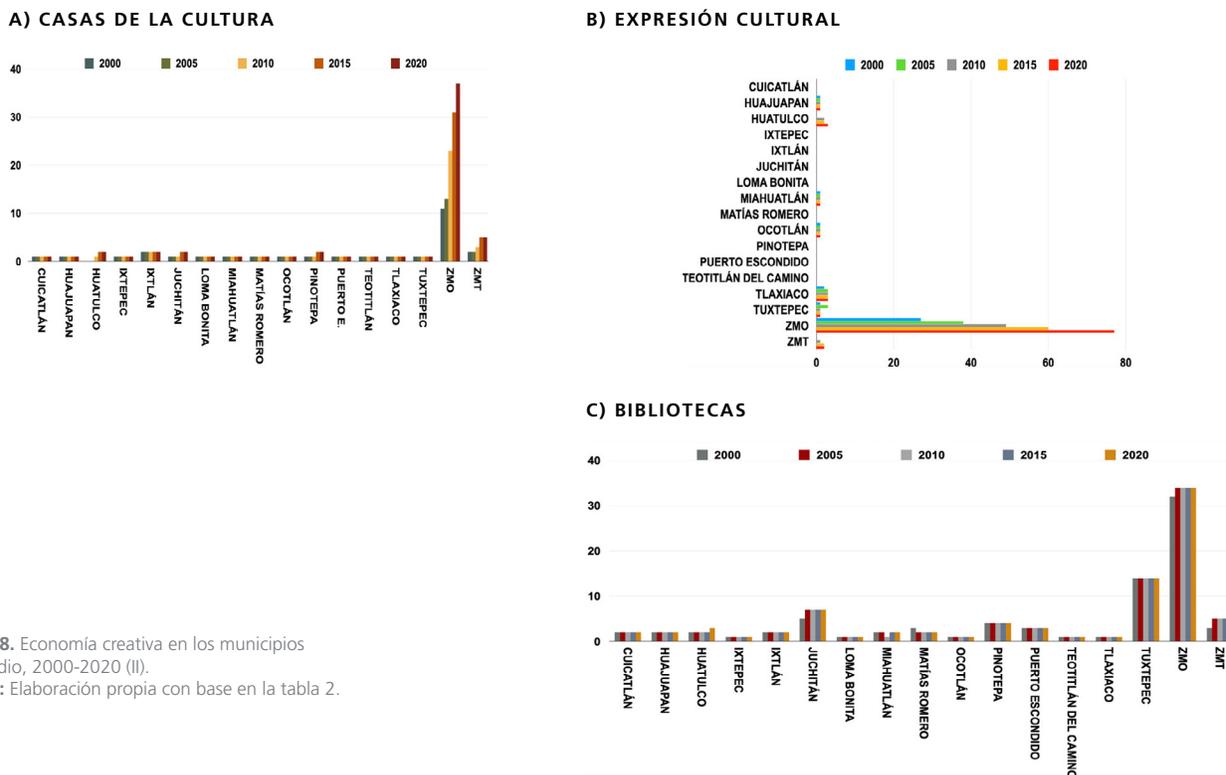


Figura 8. Economía creativa en los municipios de estudio, 2000-2020 (II). Fuente: Elaboración propia con base en la tabla 2.

En lo que atañe al total de establecimientos que ofrecen alimentos y bebidas (Figura 9b), la ZMO, la ZMT, Huatulco, Puerto Escondido, Tuxtepec y Juchitán cuentan con la mayor cantidad de establecimientos en comparación con el resto de los municipios. Es importante señalar que, en este caso, las consecuencias ante el contexto de pandemia no afectaron en gran medida el total de establecimientos en comparación con el 2015. Situación similar con los establecimientos para hospedaje, al no registrar afectaciones considerables en comparación con el 2015. Con una tendencia a la alza del 2000 al 2020, ZMO, Huatulco, Puerto Escondido, la ZMT y Tuxtepec son los municipios con la mayor cantidad de este tipo de infraestructura (Figura 9c). En contraste, el resto de los municipios, a excepción de Juchitán, no cuentan con una infraestructura suficiente para recibir a los potenciales consumidores de los productos culturales.

En lo que respecta a la relación entre el índice de Economía creativa y el índice de rezago social, la Figura 10a permite visualizar esta dinámica en los municipios analizados. En el caso de la ZMO, Tuxtepec, Ixtepec, Huajuapán, Juchitán, Teotitlán y Huatulco, se registra una relación con mayor intensidad de forma positiva. Es decir, entre mayor sea el IEC menor será el IRS; en contraste se encuentran Cuicatlán, Ixtlán, Miahuatlán, Ocotlán, Pinotepa Nacional, Tlaxiaco y la ZMT,

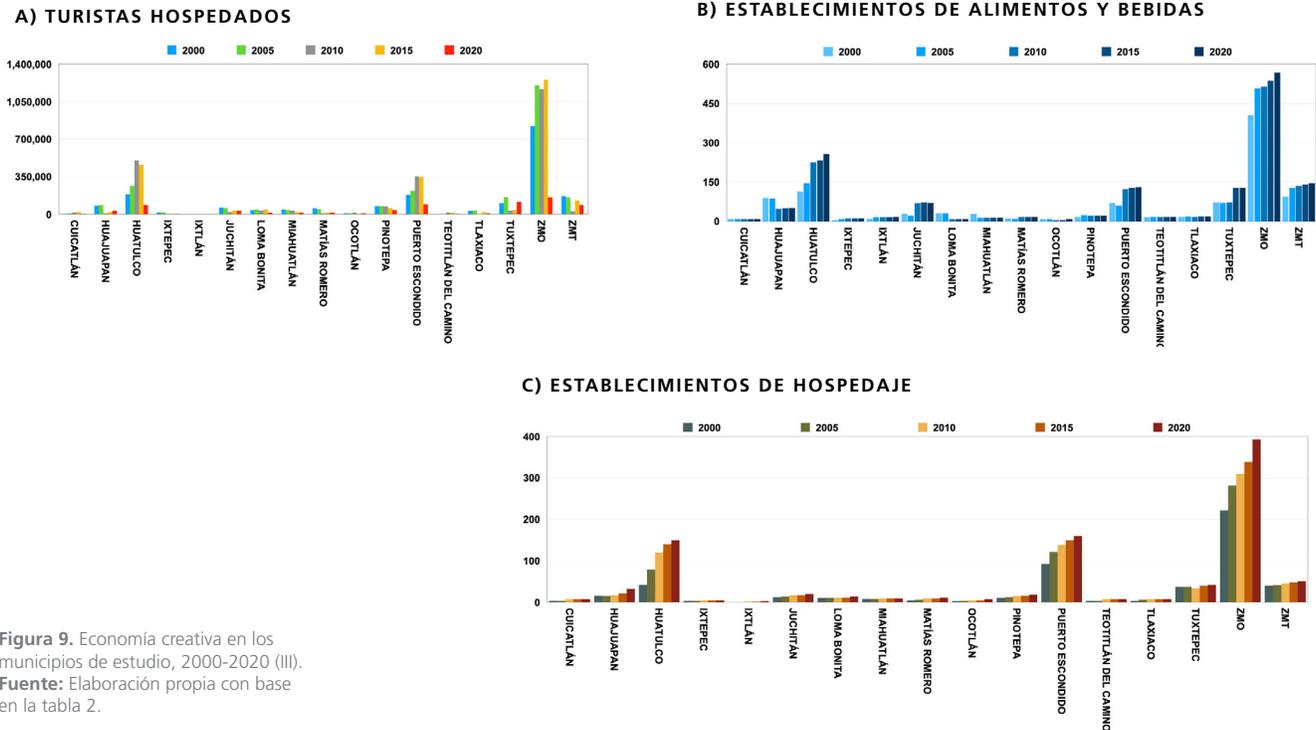


Figura 9. Economía creativa en los municipios de estudio, 2000-2020 (III).
Fuente: Elaboración propia con base en la tabla 2.

en las cuales se puede observar que, entre menor dinámica del IEC, mayor será el IRS en su territorio. Con una menor intensidad en la relación de las variables, pero visualizando que a mayor IEC menor IRS, se encuentra Matías Romero, al igual que Puerto Escondido, municipio en el cual se observa que, entre menor IEC mayor IRS.

Lo anterior se puede corroborar con la evaluación estadística entre el IEC y el IRS que se observa en la tabla 3. El coeficiente de correlación de Pearson de esta interacción tiene un valor de (-0.858), con una significancia de 0.033 inferior a $\alpha = 0.05$, lo que estadísticamente comprueba que existe una asociación entre el índice de IEC y el IRS. Es decir que en los municipios analizados, cuando la dinámica de la Economía creativa mejora, se tiene un efecto estadísticamente significativo en la reducción del rezago social, contribuye a su mitigación en una proporción del 85%. En consecuencia, se deduce que la Economía creativa abona a la reducción del rezago social en los municipios de Oaxaca, México (Figura 10b).

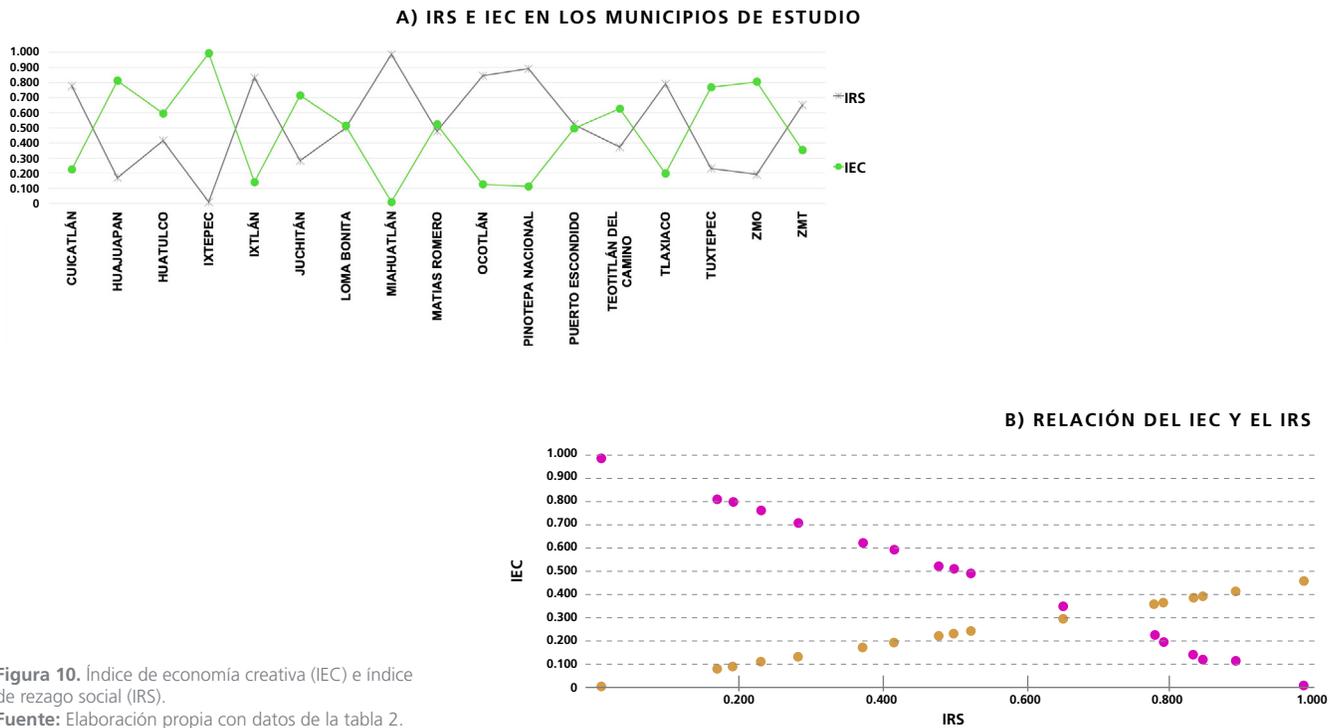


Figura 10. Índice de economía creativa (IEC) e índice de rezago social (IRS).
Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 2.

Tabla 3. Análisis estadístico.

a) Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio					Durbin-Watson
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F	
1	.998 ^a	.886	.858	.04327	.219	5.413	1	15	.033	1.575

a. Predictores: (constante) I_EC
b. Variable dependiente: I_RS

b) Correlaciones

	I_RS	I_EC
Correlación de Pearson	I_RS	1.000
	I_EC	-.858
Sig. (unilateral)	I_RS	.033
	I_EC	.033
N	I_RS	16
	I_EC	16

Fuente: Elaboración con apoyo del programa IBM SPSS Statistics V22

5. Conclusión y discusión

El 2021 fue declarado por la UNCTAD y la UNESCO como el año internacional de la Economía creativa. Esta forma de entender y producir es vital para todos aquellos países en vías de desarrollo al diversificar las herramientas con las que cuentan los ciudadanos para satisfacer sus necesidades y alcanzar su bienestar. Aunque existen muchas expectativas en torno al impulso que le puede otorgar la Economía creativa al desarrollo económico, aún hacen falta evidencias más contundentes.

El presente artículo propone que, durante el período 2000-2020, la Economía creativa tuvo un efecto positivo y significativo en la reducción del rezago social en los municipios de estudio. Después del análisis estadístico correspondiente, la hipótesis se confirmó con una tasa del 85% a la reducción del rezago social (tabla 3).

Cabe mencionar que en la mayoría de los municipios esta relación registra una fuerte intensidad (Figura 10a) tanto de manera positiva, así como de manera negativa. Es decir, cuando existe una dinámica de la Economía creativa, el rezago social tiende a disminuir y, cuando no se registra la suficiente dinámica, sucede lo opuesto. Solamente en Matías Romero y Puerto Escondido, la intensidad entre las variables analizadas es menor, pero mantienen la relación señalada.

Es preciso resaltar que, a pesar de que existen diez actividades que conforman a los conceptos de la Economía creativa (Figura 3), en el caso de Oaxaca y en función de su multiculturalidad, fue necesario adaptar en su índice de Economía creativa elementos como la gastronomía y el patrimonio cultural. Con estas adecuaciones, es factible proyectar iniciativas de desarrollo en el territorio de la Economía creativa.

Actualmente, el mundo sufre los estragos de una crisis sanitaria que inició en diciembre de 2019 y se agudizó a mediados del 2020, con consecuencias laborales, sociales y económicas desastrosas. La economía creativa ya contaba con

antecedentes de una dinámica resiliente ante la crisis global del 2008, lo que llevó a los gobiernos de todo el mundo a centrarse en expandir y desarrollar esta forma de producción (UNCTAD, 2019). Si bien es cierto que las restricciones sanitarias y los confinamientos han sido un obstáculo, la Economía naranja ha logrado encaminarse hasta cierto punto con ayuda de las tecnologías de información y sus herramientas digitales a un contexto incierto y pandémico.

Aún queda un largo camino por recorrer en materia de investigación, política pública y diseño de herramientas para liberar el potencial de las industrias creativas y culturales.

El estudio también mostró una concentración de la infraestructura de la industria cultural en las grandes urbes como lo son las Zonas Metropolitanas de Oaxaca y de Tehuantepec, brecha que dificulta el mejoramiento de la economía en localidades pequeñas y rurales. Es preciso planificar una mejor dispersión de la infraestructura cultural, haciendo más accesibles las oportunidades para todos los productores culturales, tomando en cuenta que en Oaxaca cada localidad cuenta con un gran potencial creativo, artístico, gastronómico y de identidad cultural.

Una tarea urgente es la creación de redes entre los municipios ya analizados para establecer un ambiente de trabajo mutuo con el objetivo de compartir el conocimiento e infraestructura de las cadenas de valor. Finalmente, se comprobó que, en los municipios analizados, existe una relación entre la Economía creativa y su efecto directo en el rezago social. Aunque en fechas recientes se han realizado esfuerzos para impulsar y proteger la Economía creativa, como la Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas que entró en vigor el 17 de enero del 2022, el trabajo legislativo en esta materia es aún escaso.

Referencias

- Algán, R. (2020).** Investigación de mercado en cultura: una herramienta clave para la gestión de las artes. *Culturas. Revista de Gestión Cultural*, 7(2), 1-19. <https://doi.org/10.4995/cs.2020.14473>
- Acosta, J. H., Redondo Méndez, A. C. y Ospina Martínez, O. (2018).** *Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica*. Uniagustiniana. <https://doi.org/10.28970/9789585498143>
- Adorno, T. (1973).** *Crítica cultural y sociedad*. Ariel.
- Aguado, L., Palma, L. y Pulido Pavón, N. (2017).** 50 años de economía de la cultura. Explorando sus raíces en la historia del pensamiento económico. *Cuadernos de Economía*, 36(70), 197-225. <https://doi.org/10.15446/cuad.econ.v36n70.53813>
- Areces, M. Á. y Gómez Martín, M. (2010).** La cultura como actor económico. *Industrias culturales y creativas. ABACO: Revista de cultura y ciencias sociales*, 2(64/65), 6-8. <https://www.jstor.org/stable/i40089237>
- Arismendy, S. C. (2020).** La gestión cultural como enlace entre la producción artística y el consumo. Elaboración de un modelo de marketing y comunicación para emprendimientos culturales pertenecientes al sector de las artes escénicas de la ciudad de Medellín. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, (50), 9-48.
- Arroyo, B. R. (2017).** Reflexiones del mercado cultural desde la ingeniería social. En busca de modelos posibles. *Razón y Palabra*, 21(96), 37-62.
- Avendaño, J. M., Martínez García, K. A., Pérez Pérez, M., Miguel Velasco, A. E., y Martínez Olivera, C. (2021).** Desigualdades intraurbanas y desarrollo sustentable en las ciudades. El caso Oaxaca, México. *Revista de Urbanismo*, (44), 60-75. <https://doi.org/10.5354/0717-5051.2021.58359>
- Aviléz-Ochoa, E. y Canizales-Ramírez, P. M. (2015).** Industrias culturales y crecimiento económico. Un modelo para el estudio del surgimiento de clusters creativos. *Economía Sociedad Y Territorio*, 185-216. <https://doi.org/10.22136/est002015558>
- Barrientos, N. E. (2020).** El turismo cultural en la planeación legal del estado en Oaxaca, México. En J. G. Zamora, *Factores críticos y estratégicos en la interacción territorial. Desafíos actuales y escenarios futuros*. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C. <http://ru.iiec.unam.mx/5131/>
- Bayardo, R. (2018).** La economía cultural, las políticas culturales y el financiamiento público de la cultura. *Turismo y patrimonio*, (4), 57-68. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2004.n4.05>
- Benavente, J. y Grazi, M. (2018).** *Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. <http://forocilac.org/wp-content/uploads/2018/10/PolicyPapersCILAC2018-EconomiaCreativa-2.pdf>
- Bermúdez, C. (2020, octubre 20).** Los icónicos alebrijes de Oaxaca ya están protegidos contra plagios. *AD-Condé Nast México S.A de C.V.* <https://www.admagazine.com/cultura/alebrijes-de-oaxaca-protegidos-contra-plagios-20201020-7591-articulos>
- BID. (2017).** *El futuro de la economía naranja: fórmulas creativas para mejorar vidas en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/El-futuro-de-la-econom%C3%ADa-naranja-Fórmulas-creativas-para-mejorar-vidas-en-América-Latina-y-el-Caribe.pdf>

- Bisbal, M. (1999).** Más allá de las industrias culturales o la fascinación por lo massmediática. En L. Barrios., Bisbal, M., Martín, B., Guzmán, C. y María, (Eds.), *Industria Cultural. De la crisis de la sensibilidad a la seducción massmediática*. Litarae Editores. <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ3621.pdf>
- Bolán, E. N. (2015).** Introducción. En E. N. Bolán (Ed.). *Gestión cultural y teoría de la cultura*. Gedisa.
- Bourdieu, P. (2002).** *Las reglas del arte*. Anagrama.
- Blum, K. C. y Ortega, R. (2021).** La economía creativa para el fortalecimiento del desarrollo territorial en la ciudad de Guayaquil- Ecuador. En A. V. Romero (Ed.), *La creatividad en el territorio*. Universidad Ecotec. <https://doi.org/10.21855/librosecotec.43>
- Canclini, N. G. (1993).** El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica. En N. G. Canclini (Ed.). *El consumo cultural en México*. Conaculta.
- Chaney, D. (1994).** *The Cultural Turn: Scene-Setting Essays on Contemporary Cultural History*. Routledge.
- Chaca, R. (2017, julio 06).** Van contra telas pirata en Juchitán, Oaxaca. *El Universal*. <https://oaxaca.eluniversal.com.mx/municipios/06-07-2017/van-contra-las-telas-pirata-en-juchitan-oaxaca>
- CONABIO. (2018).** *Estrategia para la conservación y el usos sustentable de la biodiversidad del estado de Oaxaca*. Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. <https://bioteca.biodiversidad.gob.mx/janium/Documentos/15091.pdf>
- CONEVAL. (2021a).** *Información de Pobreza*. <http://sistemas.coneval.org.mx/InfoPobreza/Pages/wfrTendenciaLaboral?pAnio=0&pTipoIndicador=4&pTipoCobertura=5&pTrimestre=0>
- CONEVAL. (2021b).** *Evolución de la pobreza 2008-2020*. https://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/Pobreza_2020.aspx
- CONEVAL. (2021c).** *Anexo técnico metodológico del índice de rezago social*. <https://www.coneval.org.mx/Medicion/IRS/Paginas/Anexo-Methodologico-del-Indice-de-Rezago-Social.aspx>
- CONEVAL. (2021d).** *Pobreza municipal 2020*. <https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/Pobreza-municipio-2010-2020.aspx>
- CONEVAL. (2021e).** *Índice de rezago social 2000-2020*. <https://www.coneval.org.mx/Medicion/IRS/Paginas/Indice-de-Rezago-Social-2020-anexos.aspx>
- COPLADE. (2016).** *Diagnóstico de la cadena de valor. Artesanía Textil en las Regiones de Oaxaca*. <http://www.coplade.oaxaca.gob.mx/wp-content/uploads/2017/04/Perfiles/AnexosPerfiles/1.%20CV%20TEXTIL.pdf>
- Daza, G. S., Romero Amado, J. y Reyes Alvarez, J. (2019).** Los artistas y sus condiciones de trabajo. Una aproximación a su situación en México. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 7(21), 69-89. <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2019.21.69464>
- Flores, J. D. y Cárdenas, J. (2018).** Industrias culturales en el Ecuador: un sector de crecimiento y desarrollo económico. En J. H. Acosta, A. C. Redondo Méndez y O. Ospina Martínez. *Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica. Desarrollo económico y social en la región*. Uniagustiniana. <https://doi.org/10.28970/9789585498143>
- Finlev, T., Maguire, R., Oppenheim, B. & Skvirksy, S. (2017).** *Future Landscapes of the Orange Economy. Creative Pathways for Improving Lives in Latin America and the Caribbean*. Inter-American Development Bank. <http://doi.org/10.18235/0000778>
- García, K. A. (Coord.). (2018).** *La vivienda en el desarrollo sustentable de las pequeñas, medianas y grandes ciudades de Oaxaca*. Instituto Tecnológico De Oaxaca y Universidad Autónoma Benito Juárez De Oaxaca. <https://www.eumed.net/libros/1727/index.html>

- Geuss, R. (1981).** *The Idea of a Critical Theory*. Cambridge University Press.
- Jiménez, G. (2007).** *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. Consejo Nacional para las Culturas y las Artes. <https://doi.org/10.2307/j.ctvdmwzr4>
- Gobierno de Oaxaca. (2019).** *Oaxaca reconocido como Mejor Destino Gourmet en los Food and Travel Reader Awards 2019*. Oaxaca.Gob.mx. <https://www.oaxaca.gob.mx/comunicacion/oaxaca-reconocido-como-mejor-destino-gourmet-en-los-food-and-travel-reader-awards-2019/>
- Gobierno de Oaxaca. (2020, noviembre 09).** La ciudad de Oaxaca ganadora en los World Travel Awards 2020. *EL ECONOMISTA*. <https://www.economista.com.mx/empresas/La-ciudad-de-Oaxaca-ganadora-en-los-World-Travel-Awards-2020-20201109-0132.html>
- Gomes, C. (2018).** La economía creativa y las industrias culturales y creativas: ¿una alternativa postcapitalista? Las ciencias sociales y la edificación de una sociedad post-capitalista. *XV Coloquio Internacional de Geocrítica*. 2018, mayo 7-12, Universidad de Barcelona, España.
- González, A. (2020).** Economía del siglo XXI: Economía naranja. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 26(4), 450-464. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34673>
- Gutiérrez, M. F. (2018).** Las instituciones y el arte como estrategias para el desarrollo territorial. *Revista del CESLA*, (21), 171-188.
- Hall, S. y Mellino, M. (2011).** La cultura y el poder. En du Gay, P. *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu Editores. <http://www.ram-wan.net/restrepo/politicas/cultura%20y%20poder-hall.pdf>
- Horkheimer, M. y Adorno, T. (1998).** *Dialéctica de la ilustración*. Trotta.
- Howkins, J. (2001).** *The Creative Economy*. Allen Lane The Penguin Press.
- INAFED. (2020a).** *Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México*. Gobierno de México. <http://inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM20oaxaca/municipios/municipios.html>
- INAFED. (2020b).** *Sistema Nacional de Información Municipal - SNIM*. Gobierno de México. <http://www.snim.rami.gob.mx>
- INEGI. (2020).** Censo de Población y Vivienda 2020. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/default.html#Tabulados>
- INEGI. (2021).** *Marco Geoestadístico. Censo de Población y Vivienda 2020*. <https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=889463807469>
- Iniesta, J. S. (2008).** Grado de concentración potencial relativa de los recursos minerales de la Mixteca Oaxaqueña. *Temas de Ciencia y Tecnología*, 12(36), 49-57. https://www.utm.mx/edi_anteriores/temas036/NOTA4-36.pdf
- Jiménez, A. (2020, septiembre 28).** Cultura de Oaxaca: diversidad de alto valor. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/forbes-report-cultura-de-oaxaca-diversidad-de-alto-valor/>
- Juárez, A. M. (2008).** Migración y pobreza en Oaxaca. *El Cotidiano*, (148), 85-94.
- Krätke, S. (2011).** *The Creative Capital of Cities: Interactive Knowledge Creation and the Urbanization Economies of Innovation*. Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444342277>
- Lafont, E. C. (2015).** Significados, identidades y estudios culturales: Una introducción al pensamiento de Stuart Hall. *Razón y Palabra*, (92), 1-32.
- Linares, Y. B. (2010).** La escuela de Frankfurt y el concepto de industria cultural. Herramientas y claves de lectura. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 16(3), 55-71.

- Lomeli, F. H. (2014).** Industrias culturales en México: reflexiones para actualizar el debate. *Comunicación y Sociedad*, (22), 265-272. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i22.56>
- Lopera, C. A. (2015).** Industrias culturales y estética: un rastreo sobre su posible relación. *Palabras Clave*, 18(2), 499-536. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.2.8>
- López, L. (2018, enero 08).** Realizan la feria del tapete en Teotitlán del Valle, Oaxaca. *Televisa news*. <https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/realizan-feria-tapete-teotitlan-valle-oaxaca/>
- Maldonado, F. B. y Gómez Meza, M. (2013).** El rezago social en áreas metropolitanas de México. *Estudios Económicos*, 28(2), 265-297.
- Marcuse, H. (1984).** *El hombre unidimensional: ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Ariel, S.A. https://monoskop.org/images/9/92/Marcuse_Herbert_El_hombre_unidimensional.pdf
- Markusen, A. (2006).** Urban Development and the Politics of a Creative Class: Evidence from a Study of Artists. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 38(10), 1921-1940. <https://doi.org/10.1068/a38179>
- Mata, M. (1995).** Interrogaciones sobre el consumo mediático. *Nueva Sociedad*, (140), 91-101. https://static.nuso.org/media/articles/downloads/2455_1.pdf
- Mato, D. (2007).** Todas las industrias son culturales: crítica de la idea de industrias culturales y nuevas posibilidades de investigación. *Comunicación y Sociedad*, (8), 131-153. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i8.3833>
- Méndez, A. C. (2018).** Industrias culturales latinoamericanas y su aporte al desarrollo social. En J. H. Acosta, A. C. Redondo Méndez, y O. Ospina Martínez (Eds.). *Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica*. Uniagustiniana. <https://doi.org/10.28970/9789585498143>
- Merino, J. M. (1989).** Teoría cultural y modernización. *Revista de Sociología*, (4), 95-100. <https://doi.org/10.5354/0719-529X.1989.27582>
- Muñoz, B. T. (2020).** Las industrias creativas en concepción: visión de sus gestores respecto de su alcance e importancia en el desarrollo regional. *Revista Territorios y Regionalismos*, (2), 1-14. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3928703>
- Nash, K. (2001).** The 'Cultural Turn' in Social Theory: Towards a Theory of Cultural Politics. *Sociology*, 35(1), 77-92. <https://doi.org/10.1177/0038038501035001006>
- Nobre, G. (2016).** Creative Economy and Sustainable Human Development. *Economía Creativa*, (6), 86-107. <https://doi.org/10.46840/ec.2016.06.05>
- NVI. (2017, noviembre 07).** Barro verde, con fecha de caducidad. *NVI NOTICIAS*. <https://www.nvinoticias.com/general/oaxaca/barro-verde-con-fecha-de-caducidad/15032>
- Oaxaca SIC. (2020).** *Sistema Estatal de Información Cultural y Artes de Oaxaca*. Gobierno de México. <http://www.oaxaca.sic.gob.mx/index.php?tabs=5>
- Olave, J. S. (2019).** El ajedrez de la Economía Naranja en Colombia. *Economía Creativa*, (12), 82-102. <https://doi.org/10.46840/ec.2019.12.04>
- Ochoa, E. A. y Canizalez Ramírez, P. (2015).** Industrias culturales y crecimiento económico. Un modelo para el estudio del surgimiento de clusters creativos. *Economía, Sociedad y Territorio*, 15(47), 185-216. <https://doi.org/10.22136/est002015558>
- Ordóñez, M. y Rodríguez, P. (2008).** Oaxaca, el estado con mayor diversidad biológica y cultural de México, y sus productos rurales. *CIENCIAS*, (91), 54-64.

- Osorio, C. P. (2019).** *Archivo general del estado de Oaxaca*. LA GUELAGUETZA. Asociación Latinoamericana de Archivos, Rama Regional del Consejo Internacional de Archivos. <https://www.oaxaca.gob.mx/ageo/la-guelaguetza/>
- Pacheco, A. P. y Benini, E. (2017).** La economía creativa en Brasil. El desarrollo del turismo local en el pantanal sur de Mato Grosso. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(3), 678-697.
- Petit, B. C. (2012).** Arte y sociedad: ¿una relación en crisis? *Razón y Palabra*, (79), 1-10.
- Pech, H. C., Maldonado Espinoza, J., y Aboyte Contreras, J. E. (2018).** La “guelaguetzificación” de la identidad de las comunidades de Oaxaca. En M. M. Fuentes, y G. Pérez Roldán (Coords.). Vol. 15: *Los mundos simbólicos: estudios de la cultura y las religiones*. COMECESO. <https://www.comecso.com/ciencias-sociales-agenda-nacional/cs/article/view/1542>
- Pratt, A. y Huntton, T. (2013).** Reconceptualising the relationship between the creative economy and the city: learning from the financial crisis. *Cities*, 33, 86-95. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.05.008>
- Prieto, L. C. (2011).** La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional. *Investigaciones Regionales*, (19), 177-202. <https://investigacionesregionales.org/es/article/la-contribucion-de-la-cultura-y-las-artes-al-desarrollo-economico-regional/>
- Redaccion El Universo. (2021, noviembre 24).** Los colores de la economía y cómo aportan al objetivo del desarrollo sostenible. *EL UNIVERSO*. <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/los-colores-de-la-economia-y-como-aportan-al-objetivo-del-desarrollo-sostenible-nota/>
- Restrepo, F. B. y Duque Márquez, I. (2013).** *Economía Naranja. Una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-Econom%C3%ADa-Naranja-Una-oportunidad-infinita.pdf>
- Reynoso, J. M. (2011).** *Reflexiones desde abajo sobre la promoción cultural en México II*. Barra Nacion al de Promotores Culturales.
- Ros, M. (2002).** Los valores culturales y el desarrollo socioeconómico: una comparación entre teorías culturales. *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (99), 9-33. <https://doi.org/10.2307/40184398>
- Sánchez, J. (1998).** Sentido y alcance de la Dialéctica de la Ilustración. En M. Horkheimer, y T. Adorno. *Dialéctica de la ilustración: fragmentos filosóficos*. Trotta. http://blogs.fad.unam.mx/asignatura/ingrid_sosa/wp-content/uploads/2017/08/horkheimer-max-y-adorno-theodor-dialectica-de-la-ilustracion.pdf
- Sala, I. M. X. (2016).** *Economía en Colores*. Conecta. *Ensayos de Política Económica*, 2(4). 159-161. <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/economia-en-colores-sala-i-martin.pdf>
- SEBIEN. (2020).** *Informes anuales sobre la situación de pobreza y rezago social*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/bienestar/documentos/informe-anual-sobre-la-situacion-de-pobreza-y-rezago-social>
- Seoane, J. (2000).** La escuela de Frankfurt y los postmodernos. Un diálogo posible. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 6(2), 193-217.
- Sepúlveda, S. (2008).** *Metodología para estimar el nivel de desarrollo sostenible de territorios*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. <http://repiica.iica.int/docs/B0664e/B0664e.pdf>
- SIC. (2020).** *Sistema de Información Cultural*. Gobierno de México. <https://sic.cultura.gob.mx>
- Sosa, Y. (2019, noviembre 08).** Calendas, una tradición que fortalece lazos en Oaxaca. *Explora Oaxaca*. <http://exploraOaxaca.mx/9301/oaxaca-cultural/calendas-una-tradicion-que-fortalece-lazos-en-oaxaca/>

- Sunkel, G. (2002).** Una mirada otra. La cultura desde el consumo. En D. Mato (ED.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. CLACSO. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20100916030805/26sunkel.pdf>
- Szilbarg, D. y Saferstein, E. (2014).** El concepto de la industrial cultural como problema: una mirada desde Adorno, Horkheimer y Benjamín. *Calle 14: revista de investigación en el campo del arte*, 9(14), 56-66.
- Torres, A. M., Regino Maldonado, J., Castillo Leal, M., & Cruz Cabrera, B. (2018).** La economía creativa en México: caso Oaxaca. *Revista Internacional de Cultura Visual*, 2(5), 89-99. <http://doi.org/10.37467/gka-revisual.v5.1805>
- UNCTAD. (2008).** *Conferencia de Naciones Unidas para el Desarrollo y el Comercio*. ONU. https://unctad.org/system/files/official-document/tdl398_sp.pdf
- UNCTAD. (2012).** *Creative Economy. Report 2010*. Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo y el Comercio. https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf
- UNCTAD. (2019).** *La economía Creativa Global Muestra Resiliencia y Crecimiento*. Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo y el Comercio. <https://unctad.org/es/press-material/la-economia-creativa-global-muestra-resiliencia-y-crecimiento-informe>
- UNESCO. (1982).** *Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales*. UNCTAD. http://diversidadaudiovisual.org/wp-content/uploads/2013/10/mexico_sp.pdf
- UNESCO. (2013).** *Informe sobre la economía creativa: Edición especial 2013*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. <https://es.unesco.org/creativity/publication/informe-sobre-economia-creativa-2013>
- UNESCO. (2021, octubre 01).** *Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible*. UNESCO. <https://es.unesco.org/commemorations/international-years/creativeeconomy2021>
- Villa, L. M. (2009).** Consumo de bienes culturales: reflexiones sobre un concepto y tres categorías para su análisis. *Culturales*, 5(10), 7-45. <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sciarttext&pid=S1870-11912009000200002>
- Villagrán, P. C. (2019).** El reto de crear bienes culturales en Costa Rica: la producción de libros por parte de las editoriales literarias independientes. *Revista Espiga*, 18(37), 40-51. <https://doi.org/10.22458/re.v18i37.2458>
- WIPO. (2006, diciembre).** *Gestión de empresas creativas*. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/copyright/938/wipo_pub_938.pdf