

El auge global de la economía creativa, una oportunidad que Chile desaprovecha

La economía creativa está marcando tendencia a nivel global y es hora de poner el foco en lo que esto significa para Chile. Este sector, que abarca desde el arte y la publicidad hasta el desarrollo audiovisual, no solo está transformando industrias, sino también economías enteras. En los países de la OCDE su impacto es notable: según la Unctad, contribuye con entre el 0,5% y el 7,3% del PIB y emplea a una porción significativa de la fuerza laboral. Las exportaciones de servicios creativos alcanzaron en 2022 la impresionante cifra de US\$ 1,4 billones en 2022.

En la OCDE, vemos cómo la creatividad impulsa la innovación. La publicidad digital, por ejemplo, representó un 57,7% del gasto global en 2023 y podría superar el 60% para 2026. Videojuegos, diseño arquitectónico, realidad virtual e inteligencia artificial están en pleno auge. Esto confirma lo que muchos ya sospechábamos: la economía creativa no es solo una moda pasajera, es una fuerza de innovación y sostenibilidad.

Los bienes creativos también están en auge. Desde artesanía hasta diseño, las exportaciones al-



CATALINA OLIVOS
SOCIA DE SANTA
CRUZ IP



**BERNARDITA
CONTADOR**
ABOGADA ASOCIADA
DE SANTA CRUZ IP

En la OCDE, la publicidad digital podría superar el 60% del gasto global en creatividad en 2026. Videojuegos, diseño arquitectónico, realidad virtual e IA están en plena expansión.

canzaron US\$ 713 mil millones en 2022. Los protagonistas fueron Estados Unidos, Alemania y Francia, con categorías estrella como productos audiovisuales, moda y artesanías. En Argentina, el sector cultural aporta el 2,5% del PIB y genera más de 185.000 empleos. ¿Y Chile?

Nuestro país tiene un potencial enorme, pero a pesar de ser una economía destacada en la región, nos quedamos atrás en bienes creativos. ¿Las razones? La falta de apoyo a nuestros creativos y la ausencia de políticas integrales que aborden temas como la propiedad intelectual, las exportaciones y la colaboración para hacer que nuestras tradiciones sean rentables. La Ley de Artesanía es un buen inicio, pero necesitamos más.

El "mes del diseño" celebrado en noviembre puso en vitrina a nuestros talentos, pero eso no basta. Necesitamos crear espacios de visibilización, educar en estrategias de negocio sustentables, proteger legalmente nuestras creaciones y buscar un alcance internacional.

Aun así, el año pasado hubo buenas noticias: la adopción del Tratado de Riad sobre Derecho de

Diseños, que simplifica su protección, y la actualización de la legislación de la UE para proteger diseños industriales en la era digital y de impresión 3D. Se trata de un respaldo directo al trabajo de los diseñadores.

Un ejemplo de política desaprovechada es el caso del "certificado de depósito de diseños y dibujos industriales" de Inapi, introducido en 2022. Esta es una solución más rápida y accesible para registrar diseños sin examen de fondo. Aunque no otorga derechos exclusivos, sí sirve como prueba en disputas y prioriza solicitudes futuras. Sin embargo, existen muy pocas solicitudes desde su implementación y la razón podría ser la falta de difusión. Aunque Inapi ha hecho algunos esfuerzos, la herramienta sigue siendo desconocida para muchos.

¿Qué necesitamos? Una colaboración real entre Inapi, universidades, institutos y gremios para educar sobre protección legal. Tenemos las herramientas, pero falta voluntad para maximizar su impacto. La economía creativa no solo es una oportunidad, es un llamado a actuar y darle a nuestros creativos el espacio que merecen en el escenario global.