



Existen varios modelos que son referentes teóricos para comprender el papel que tiene el conocimiento para el crecimiento económico y el bienestar social, y en última instancia éstos confluyen en lo que hoy se conoce como la Teoría de Nuevo Crecimiento. Paul Romer, el principal proponente de esta teoría afirma que el conocimiento aplicado en el proceso de innovación es un bien que puede ser usado simultáneamente por un número ilimitado de individuos y no está restringido por las leyes de la escasez; por tanto, la inversión en conocimiento genera un retorno cada vez mayor gracias a la creación de mercados nuevos.

El principio básico de esta teoría es el siguiente: aunque el conocimiento es un bien que puede ser costoso en su generación, una vez producido puede ser usado casi infinitamente a costos marginales mínimos y no sólo por aquellos que lo producen. En consecuencia, las ideas se convierten en la raíz de la transformación social y en el principal motor del crecimiento económico. Sin embargo, si se quiere que exista un proceso racional e intencional para la generación de nuevas ideas y que éstas logren su inserción exitosa en el sistema económico, es necesaria una educación que además de promover la creatividad permita su reconocimiento social y político como elementos básicos para un aprendizaje significativo y autónomo. Es decir, un sistema educativo que ponga el énfasis en la formación de ciudadanos integrales que además de la capacidad de innovar, también tengan la capacidad de adaptarse de forma rápida y eficaz a los cambios. En palabras de Romer: *“Si un país pobre invierte en educación y no destruye los incentivos para que sus ciudadanos adquieran ideas del resto del mundo, rápidamente puede sacar ventaja del conocimiento acumulado mundialmente y que está públicamente disponible”*.

Dicho proceso depende de la creación de unas condiciones tales que la generación de conocimiento sea un proceso connatural a la sociedad misma, lo cual significa que la actividad científica y creativa se debe realizar no sólo en universidades e institutos de investigación, sino también en el sector productivo, de modo que exista una estrecha relación entre la investigación básica, la investigación aplicada y el desarrollo. Además, es fundamental que la capacidad de emprendimiento, que permite convertir esos conocimientos en innovaciones exitosas, sea parte de la formación de profesionales, investigadores y empresarios.

Una reflexión aparte merece lo que ha significado para el crecimiento económico las industrias creativas en países como Estados Unidos, Australia, Alemania, entre otros, y su aporte al conocimiento desde las artes, el diseño y la arquitectura. De acuerdo con John Hartley, *“la idea de industrias creativas trata de describir la convergencia conceptual y práctica de las artes creativas (talento individual) con industrias culturales (escala masiva) en el contexto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs) en una nueva economía del conocimiento, para el uso de los nuevos consumidores-ciudadanos interactivos.”* Esto quiere decir que la generación de valor agregado para este tipo de industrias depende no solamente del desarrollo tecnológico, sino especialmente del contenido creativo que se



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

Editorial

<https://revistas.udistrital.edu.co/ojs/index.php/Tecnura/issue/view/1066>

relaciona directamente con el tipo de conocimiento que se genera en las artes, la arquitectura y el diseño. Este enfoque puede dar lugar a un redireccionamiento social desde la academia misma, a partir de la reflexión de nuestro propio quehacer como Universidad en Colombia.

Cesar Augusto García Ubaque 

DIRECTOR

cagarcau@udistrital.edu.co