

La Creatividad como Materia Afín a la Propiedad Intelectual. ¿Una Tarea Pendiente para la OMPI?

RAIZA ANDRADE

Sociólogo. Doctora en Educación. Investigadora en Ciencias Sociales. Profesora Titular. Coordinadora del Postgrado en Propiedad Intelectual y el Diplomado Internacional en Creatividad y Liderazgo de la Universidad de Los Andes. Mérida-Venezuela. Ha participado como Tutora de los Cursos de Educación a Distancia de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). E-mail: raizaandrade@yahoo.com

DON RODRIGO MARTÍNEZ ANDRADE

Administrador. MBA & Leisure Management. Doctor en Educación. Investigador en Ciencias Sociales y Profesor Asistente de Filosofía. Facultad de Humanidades y Educación. Coordinador Académico del Diplomado Internacional en Creatividad y Liderazgo, y Coordinador de la Cátedra Libre de Estudios Orientales de la Universidad de Los Andes. Mérida-. E-mail: donmarta@yahoo.com

Recibido: 10-09-12 Aceptado: 01-11-12

Resumen

La acción de la Organización de la Propiedad Intelectual se ha concentrado casi exclusivamente en el fortalecimiento de un sistema de protección jurídica y administrativa de los derechos intelectuales, sin embargo, en la raíz fundacional de la Organización, está explícito el mandato de estimular la acción creadora. Al ser la Creatividad esencia y raíz de la Sociedad del Conocimiento, constituyendo un importante nicho para activar el desarrollo económico y social de los países Miembros ¿cómo se podrían promover en todo el mundo nuevas políticas que estimulen la actividad creadora a partir de la comprensión de la complejidad que la disciplina de la Creatividad representa? ¿Es la Creatividad una tarea pendiente para la OMPI?

PALABRAS CLAVES: Propiedad Intelectual, Creatividad, Políticas OMPI, Sociedad del Conocimiento, Innovación.

Creativity as a Matter Related to Intellectual Property. Is it a Pending Task for WIPO?

Abstract

WIPO's action has so far concentrated almost exclusively on strengthening a legal and administrative protection system for intellectual rights, albeit the mandate to stimulate creative action is explicitly stated in its founding roots. Given that Creativity is root and essence of the Knowledge Society and conforms an important niche activating economic and social development in its member countries, how could new policies, based on the understanding of the complexity intrinsic to the discipline of Creativity, be promoted to stimulate the creating activity worldwide? Is Creativity a pending task for WIPO?

KEYWORDS: Intellectual Property, Creativity, WIPO Policies, Knowledge Society, Innovation.

RECORDANDO INTUICIONES

Todo pensamiento no es sino un camino de desvío
FREUD

*En cambio para que una idea viva,
hay que debatirla, combatirla,
intentar matar ciertos elementos que la componen.*
CYRULNIK

El Postgrado en Propiedad Intelectual (epi) de la Universidad de Los Andes (ULA), Mérida Venezuela, constituye un programa de cuarto nivel que fue pionero en América Latina. Fundado en la década de los noventa inicia actividades en diciembre de 1994. Durante el año 1996 el epi emprende una serie de conversatorios sobre Creatividad con la intención de formular un programa universitario sobre la materia. Posteriormente, en el año 1998, se organiza, junto con la Universidad de Santiago de Compostela, España, un primer Taller Internacional denominado 'La Creatividad Total, Clave para una Renovación Educativa' dictado por el profesor español David de Prado Diez, en el que un grupo de profesores de la ULA, bajo la Coordinación del Postgrado en Propiedad Intelectual y el patrocinio del Vicerrectorado Académico de la Universidad, presenta la propuesta de un *Diplomado Internacional en Creatividad y Liderazgo* (DICYL). El Diplomado se instala en el año 2000 habiéndose realizado a la fecha seis ediciones y se adscribe, desde su inicio, al Postgrado en Propiedad Intelectual (epi/ULA).

Para la época resultaba disonante la actividad, por lo que recibimos con beneplácito el que la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) declarara en el 2002 el lema 'Fomenta la Creatividad', que impregnaba de pertinencia nuestras acciones académicas innovadoras.

A una década de esa declaratoria resulta importante revisar desde cuál perspectiva la OMPI está estimulando la Creatividad, por cuanto esta disciplina es hoy en día un territorio de entrelazamientos cognitivos constituyendo un nicho importante de acción por cuanto representa la esencia de la Sociedad del Conocimiento.

Este artículo, más que respuestas, se plantea interrogantes que puedan iluminar el camino institucional del futuro y que sirvan de estímulo y fomento del proceso creativo y la actividad creadora por parte de la OMPI.

LA CREATIVIDAD EN LA MISIÓN DE LA OMPI

La práctica requiere un oficio.

HEIDEGGER

*La Acción Creadora orienta al hombre
proporcionando la continuidad de su existencia
y ampliando su horizonte, porque en ella se funde
la naturaleza que aporta el material y la experiencia
de donde surgen las fuerzas para moldearlo.*

GOETHE

El punto de origen de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) es el año de 1883. En esa fecha se adopta el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial como el primer tratado internacional que contempla la materia de la protección de los Derechos Intelectuales, relacionados con invenciones, marcas y diseños industriales. Posteriormente, en 1884, catorce Estados que habían suscrito el Convenio de París, proponen el establecimiento de una Oficina Internacional que se ocupara de las tareas de coordinación y organización de las reuniones de los Estados firmantes (OMPI, s.f.).

Con el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, en 1886 se amplía el abanico de protección internacional, incorporando el control del uso de las obras creativas expresadas en obras literarias, musicales, plásticas y arquitectónicas. Igual a como había sucedido con el Convenio de París, se crea una nueva oficina para gestionar el conjunto de tareas que implicaba su administración (ob.cit.).

En 1893 en la ciudad de Berna, las dos oficinas se integran en lo que se denominó Oficinas Internacionales Reunidas para la Protección de la Propiedad Intelectual (BIRPI en sus siglas en francés). No será hasta entrado el año de 1970 cuando se suscribe el Convenio que establece la creación de la OMPI siendo, finalmente, en 1974, la fecha en la que la OMPI pasa a ser una Institución especializada de la Organización de Naciones Unidas (ONU), con el mandato expreso de ocuparse de las cuestiones de Propiedad Intelectual de los Estados Miembros (ob.cit.).

Desde los convenios de París y Berna, a finales del siglo XIX hasta hoy, transcurriendo la segunda década del siglo XXI, el fomento de la creatividad y la protección de los creadores y las obras producto del intelecto humano han constituido la esencia de las funciones de la Organización de la Propiedad

Intelectual, sin embargo, tal misión se ha concentrado casi exclusivamente en el fortalecimiento de un sistema de protección jurídica y administrativa de los derechos intelectuales.

El Artículo 3° del *Convenio que Establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*, firmado en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y enmendado el 28 de septiembre de 1979, declara como fines de la OMPI los siguientes:

Artículo 3°

Fines de la Organización

Los fines de la Organización son:

- (i) fomentar la protección de la propiedad intelectual en todo el mundo mediante la cooperación de los Estados, en colaboración, cuando así proceda, con cualquier otra organización internacional, y
- (ii) asegurar la cooperación administrativa entre las Uniones.

Estos fines declarados plantean una omisión de los aspectos referidos a la Creatividad, tema que había sido discutido en el momento fundacional del Organismo y que se encuentra explicitado en la exposición de motivos del Convenio cuando se señala que:

Las Partes contratantes,
Animadas del deseo de contribuir a una mejor comprensión y colaboración entre los Estados, para su mutuo beneficio y sobre la base del respeto a su soberanía e igualdad,
Deseando, a fin de estimular la actividad creadora, promover en todo el mundo la protección de la propiedad intelectual,
Deseando modernizar y hacer más eficaz la administración de las Uniones instituidas en el campo de la protección de la propiedad industrial y de la protección de las obras literarias y artísticas, respetando al mismo tiempo plenamente la autonomía de cada una de las Uniones. (subrayado añadido).

En el segundo párrafo que reza: «Deseando, a fin de estimular la actividad creadora, promover en todo el mundo la protección de la propiedad intelectual», podemos puntualizar que el objetivo de la OMPI, su fin institucional originario es, *estimular la actividad creadora*, utilizando para ello, la promoción a nivel mundial de la *protección de la propiedad intelectual*.

Ahora bien, si interpretamos desde distintas perspectivas el párrafo referido, nos surgen preguntas respecto a los deseos explícitos en la exposición de motivos del Convenio fundacional de la Organización: ¿Qué entiende la OMPI por *actividad creadora*? ¿Es esa actividad sinónimo de Creatividad en su sentido laxo, o guarda relación con los enfoques disciplinares en la materia que han ido evolucionando a través de la Historia? Si el *fin* último de la OMPI es el fomento de la acción creadora ¿por qué el Organismo se ha concentrado fundamentalmente en el desarrollo de las bases jurídicas de la Propiedad Intelectual, en la protección del producto generado creativamente, olvidándose del mandato de *estimular la actividad creadora*? ¿Qué se entiende por *estimular*? ¿Es suficiente la protección de los derechos intangibles contenidos en los productos intelectuales? En la raíz de lo *protegido* por la Propiedad Intelectual está implícita la *actividad creadora* pero, de ser así, los objetivos fundacionales ¿se referían exclusivamente a esto o al desarrollo de estrategias, en los Estados firmantes del Convenio, que permitieran *estimular la actividad creadora*? ¿Cómo se podrían *promover en todo el mundo* nuevas políticas que fortalezcan *la actividad creadora* a partir de la comprensión de la complejidad que la disciplina de la Creatividad representa? Notoriamente la *actividad creadora* detona la producción intelectual, la invención, el desarrollo y la innovación que, expresada en productos novedosos generan derechos a los autores e inventores, pero con un enfoque centrado exclusivamente en el producto creativo ¿se garantizaría el cumplimiento del objetivo de *estimular la actividad creadora*?

Si se revisan las funciones de la Institución, explicitadas en el Artículo 4° de su Convenio fundacional, encontramos que éstas se reducen a aspectos legislativos, administrativos y de servicios, en materia de información y solución de controversias, en el área de la Propiedad Intelectual, específicamente las siguientes:

- armonizar legislaciones y procedimientos nacionales en materia de propiedad intelectual;
- prestar servicios de tramitación para solicitudes internacionales de derechos de propiedad industrial;

- promover el intercambio de información en materia de propiedad intelectual;
- prestar asistencia técnico-jurídica a los Estados que la soliciten;
- facilitar la solución de controversias en materia de propiedad intelectual en el sector privado, y
- fomentar el uso de las tecnologías de la información y de Internet, como instrumentos para el almacenamiento, el acceso y la utilización de valiosa información en el ámbito de la propiedad intelectual. (ob.cit.)

Es decir, que las acciones referidas al fomento de la *actividad creadora* parecen continuar siendo una tarea pendiente a pesar de la importancia que, en algunos momentos de la acción institucional, desde la fecha de su fundación hasta hoy, viene cobrando la Creatividad.

Anualmente la OMPI publica un Panorama General en el que reitera que la misión de la Organización es «promover la innovación y la creatividad por medio de un sistema equilibrado y eficaz de propiedad intelectual» (subrayado añadido) (2011, p.4). Consideramos que al limitar el estímulo y la promoción de la Creatividad a un sistema de propiedad intelectual, por muy equilibrado y justo que éste sea, se está reduciendo la acción de estímulo y promoción a la protección de los derechos intangibles incorporados en los productos creativos, perdiéndose una gran oportunidad de fomento y promoción de la *actividad creadora* como fundamento del desarrollo económico y social de una sociedad basada en el conocimiento.

LA CREATIVIDAD COMO ESENCIA DE LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

*El reto que hoy enfrenta la humanidad es único...
evidentemente se necesita una nueva oleada creativa
para hacerle frente, que ha de incluir no sólo
una nueva manera de hacer ciencia, sino también
un nuevo acercamiento a la sociedad,
e incluso un nuevo tipo de conocimiento...*

DAVID BOHM

El saber y la información como fuerzas de producción, como recursos significativos de una era que se ha dado en llamar post-industrial, están transformando radicalmente los mercados, los servicios, los productos, las economías, la sociedad.

Desde mediados del siglo XX numerosos autores Drucker (1959); Machlup (1962); McLuhan (1964) Touraine (1969); Bell (1973); Castells (2001) entre otros referidos por Martínez Andrade (2010), han venido estudiando estos nuevos fenómenos como constitutivos de lo que se ha dado en llamar la Sociedad de la Información y la Sociedad del Conocimiento donde destaca el advenimiento de una nueva *Sociedad Creadora* (Martínez y Martínez, 2009). En ella, la Creatividad y el conocimiento constituyen el soporte de una revolución socio cognitiva en la que emergen nuevos paisajes, nuevas rutas, nuevas tecnologías, nuevas ciencias y nuevas metáforas de comprensión del hombre y la sociedad. En ese contexto las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) cobran especial relevancia como factores de cambio y, el *no-saber* y el *aprender a desaprender* (Andrade, 2005) afloran como acciones conscientes, transformadoras y renovadoras.

Entre los indicadores más evidentes de la Sociedad del Conocimiento se encuentran: la producción intensiva de conocimiento, entendida como motor de crecimiento; los procesos de educación y formación a lo largo de toda la vida; el uso intensivo de las TIC; la valoración del capital intelectual como importante activo empresarial; servicios y sistemas de producción basados en el conocimiento; subsistemas, redes, nodos y comunidades comunicacionales entrelazadas; diálogos sustentados en el disenso y el respeto de las diferencias y una transformación permanente y sostenida en una alta capacidad innovadora.

Krüger (2006) señala que «la ‘sociedad del conocimiento’ no está caracterizada por la ampliación del conocimiento verificado sino también por el creciente conocimiento del no-conocimiento y las incertidumbres y las inseguridades producidas por ello» (p.s/n) y en ella, los factores cognitivos, la creatividad, el conocimiento mismo, así como la información, contribuyen, cada vez más, a generar riqueza.

Por ello resulta importante comprender la evolución que han tenido los enfoques y tendencias, teorías y praxis de la Creatividad, desde finales del siglo XIX hasta la fecha, en la que ha llegado a transformarse en una disciplina compleja. Este proceso ha ido ocurriendo en paralelo al comentado fortalecimiento del sistema de propiedad intelectual y al desarrollo mismo de la OMPI, aparentemente, de manera desvinculada. De esta comprensión pueden desprenderse elementos que contribuyan a identificar cuál es la naturaleza de la *actividad creadora* promovida y fortalecida por la OMPI.

Según Martínez Andrade (2010), la Creatividad ha sido estudiada desde un multiverso de puntos de vista entre los que han destacado las investigaciones desde el marco psicológico, educativo, empresarial, estético, filosófico, socio-cultural e histórico, entre otros. Todas estas corrientes coinciden en que debería comprenderse a la Creatividad como un acto real y/o potencial en el que hombres y mujeres aprovechan sus competencias (habilidades, capacidades, aptitudes, talentos, actitudes, competencias, facultades) bio-psico-sociales, para inventar, cambiar, solucionar problemas, producir bienes materiales o intelectuales con o sin fines preestablecidos.

La Creatividad aparece con lo humano, en su descubrir y descubrirse, como modo de divulgar lo que se percibe, lo descubierto, lo que emociona y se 'comprende'; nace con el hombre al experimentar y experimentarse, al aplicar intuiciones, ideas, conocimientos. Surge, al intentar transmitir lo generado, al aprender / enseñar / desaprender / reaprender / emprender, copiar, inventar, improvisar, innovar o generar las facilidades para el hacer propio o de los otros. (p. 30).

El pensamiento creativo, las capacidades creadoras, la inventiva, el ingenio, siempre han existido acompañando a los seres humanos, no así su comprensión, concepción y mucho menos la noción y el significado de la Creatividad como concepto ligado al pensar, hacer, construir, articular, producir, diseñar, inventar, crear. (*ibid.*)

Según Tatarkiewicz (1987) «...- durante mil años el concepto de creatividad no existió en filosofía, teología o arte. Los griegos no tuvieron este término.» (p. 286). El concepto de creatividad, crear y creador, según López Pérez (2003), tampoco existió en el lenguaje hasta el Renacimiento, lo que más se le aproxima, es el concepto de arte y artista - no con el sentido que lo entendemos hoy- sino más bien centrado en la habilidad de descubrir los cánones de belleza y armonía de los entes del mundo, para así copiarlos, reproducir la realidad, es decir, imitar las cosas ya existentes en la naturaleza por medio de técnicas sujetas a normas y leyes miméticas.

En el siglo XX destacan diferentes perspectivas de estudio de la Creatividad desde: la persona, los procesos, el producto, los entornos creativos entre los que figuran Mooney, 1957; MacKinnon, 1975; Gervilla, 2003; la psicodinámica de Freud, 1959, Kris, 1952 y Kubie, 1958; la creatividad personal y la creatividad histórica de Boden, 1992; las aproximaciones

psicométricas de Guilford,1950; el enfoque humanista de Maslow, 1973 y Rogers, 1980; la aproximación sistémica de Amabile, 1983, Sternberg, 1977 y Csikszentmihalyi,1988; los enfoques transdisciplinares y desde la perspectiva de la Complejidad, en los que resultan importantes expositores de la Herrán, 1998; de la Torre, 1982; Morin, 2004; Bohm, 2002; Laszlo, 1997; Maturana, 1997; Prigogine, 1997; Sheldrake, 1994; Wilber, 2005; de Chardin, 1974; Krishnamurti, 1974; Blay, 1991 entre otros referidos por Cabrera (2011) hasta las visiones Onto-trans-epistemológicas de Martínez Andrade (2010) quien señala que, a pesar de que las miradas y planteamientos en muchos casos son parciales y se inclinan hacia un sector, tema o cualidad determinada de la Creatividad y lo Creativo, tendiendo sus orientaciones a ser, por tanto, de carácter reduccionista y excluyente, la mayoría de las posturas y concepciones concuerdan, de manera general, en algunas características del hacer creativo, entre las cuales cabe citar las siguientes:

- La Creatividad es humana y universal; todos la poseemos en algún grado y en alguna forma.
- La Creatividad puede ser desarrollada, estimulada y potenciada en todas las dimensiones y ámbitos de la vida humana.
- Los procesos creativos puede ser estudiados científicamente, descritos y explicados técnicamente.
- La Creatividad es siempre de alguien o de algo, y casi siempre está asociada a determinado campo, no a todos. Lo que es creativo para unos no lo es para otros, lo que es creativo en una época, no lo es necesariamente en otras.

Esta breve reseña da cuenta de una heterogeneidad de formas de abordaje de la Creatividad, que ha sido vista como: atributo personal, técnica, método, resultado, proceso, entre otros y actualmente desde ese punto de vista transdisciplinar, ontológico, trans-epistémico y complejo, como lo pretende Martínez Andrade (ob.cit.) en su propuesta gnoseológica, por lo que la Creatividad no puede comprenderse únicamente desde su expresión en un producto novedoso que incorpora la *acción creadora* ya que esto limitaría el diseño de políticas que fomenten la creación y la innovación.

LOS MOMENTOS DE LA CREATIVIDAD EN LA OMPI DEL SIGLO XXI

La ocasión hay que crearla, no esperar a que llegue
FRANCIS BACON

No se puede imitar lo que se quiere crear
GEORGES BRAQUE

Durante las Asambleas de la OMPI del año 2000, Argelia y China presentaron una propuesta para que se declarase el 26 de abril como el Día Mundial de la Propiedad Intelectual, el cual se inició en el 2001 bajo la divisa 'Crear hoy el futuro'. Al año siguiente (2002) la celebración se inscribió bajo la frase 'Fomenta la creatividad' lo que sentó un precedente que se repetiría durante las conmemoraciones del 2004 y 2007.

Consignas como: 'Piensa, imagina, crea'; 'Todo comienza con una idea' se orientaban a promover la Creatividad y la Innovación como activos con valor económico, social y cultural. Sin embargo, tanto la promoción como el estímulo, han estado dirigidos fundamentalmente a un solo aspecto de la Creatividad, la cual ha sido entendida por la OMPI desde la perspectiva del producto final, por cuanto la esencia de esa promoción ha sido la proyección del sistema de propiedad intelectual que, obviamente nace para proteger autores, inventores e innovadores y sus productos creativos.

Ejemplo de ello es la separación que hace la Organización entre el *Premio a la Creatividad* (OMPI, s.f.) ofrecido desde el año 2001 y el *Premio para Inventores*, en vigencia desde 1979, en los que se asume la Creatividad como condición exclusiva a las obras generadas en el área de los derechos de autor y conexos cuando afirma que «Los criterios de selección se decidirán caso por caso, según la actividad realizada en los distintos campos creativos (excepto el de las invenciones), o entre categorías de creadores que merecen aliento y reconocimiento» (p.s/n) (subrayado añadido) y cuando se ratifica que:

Los Premios de la OMPI a la creatividad darán el reconocimiento que merecen todas las personas o grupos de personas cuya creatividad, habilidades artísticas e imaginación han creado obras originales, interpretaciones o ejecuciones o producciones relacionadas con el ámbito del derecho de autor y los derechos conexos, incluidas las obras originales utilizadas en las tecnologías de la información, Internet y campos afines. Podrá tratarse de autores y titulares de

derecho de autor, por ejemplo, compositores, escritores, pintores y demás artistas, coreógrafos, fotógrafos, arquitectos, diseñadores, traductores, realizadores de películas, productores de multimedios, editores, creadores de programas informáticos, o titulares de derechos conexos, a saber, artistas intérpretes o ejecutantes (actores, cantantes, bailarines, músicos, artistas de circo y de variedades), productores de fonogramas y organismos de radiodifusión, que crean y plasman el entorno electrónico, cultural y comercial (p.s/n).

Al diferenciar entre la creatividad, propia de las obras de autores y el espíritu inventivo y la actividad característica de los innovadores, se está partiendo taxativamente de un enfoque de la Creatividad no ajustado a los alcances de la disciplina y se está perdiendo la oportunidad contemplada en la misión de la OMPI de promoverla en su carácter y condiciones específicas, pertinente a ambas actividades y en sí misma, como raíz y detonante de los avances de la Sociedad del Conocimiento.

Por otra parte, revisando las actividades de los Estados miembros en las fechas conmemorativas de los años que van del 2000 al 2010, destacan actividades dirigidas a jóvenes, a artistas, creadores e inventores consistentes en seminarios, conferencias, exposiciones, premios, programas de cine, radio, prensa y tv, publicaciones, firmas de convenios, creación de instituciones como museos, aulas, entre otros, que ofrece dicho sistema de propiedad intelectual, partiendo de la base de que la Creatividad y el espíritu inventivo (nuevamente diferenciados) son las materias primas de la Propiedad Intelectual, «el único recurso natural que poseen todos los países, independientemente de su geografía, climatología y constitución geológica». (OMPI, 2004, p. 3).

Es decir que lo que en realidad se está promoviendo, es «el fomento de una cultura de Propiedad Intelectual, como base del bienestar nacional» (*ibid.*) entendiéndose que al propiciar la Propiedad Intelectual y la actividad creativa ya realizada y expresada en un producto, en un activo de Propiedad Intelectual, se está cumpliendo con la misión expuesta en la exposición de motivos del Convenio de Estocolmo, ya reseñada, y que plantea como parte esencial de la misión de la Organización el estímulo de la Creatividad cuando señala: «Deseando, a fin de estimular la actividad creadora, promover en todo el mundo la protección de la propiedad intelectual».(*ibid.*).

Volviendo a la frase precedente, queremos continuar profundizando en la misma para entender qué quiere decir *estimular la actividad creadora*, y al respecto podemos comentar lo siguiente: Según el Diccionario de la Real Academia Española (2009) *estimular* es tanto *incitar* a la ejecución de algo, como *avivar* una actividad o una función, por lo que la misión de la Organización debería orientarse tanto al ‘fomento de la posibilidad de hacer’, como al ‘premio y estímulo del resultado de ese hacer’. Pensamos que la Institución protege y premia al creador por lo creado, y a su creación, pero olvida el *estímulo* a la facultad y la capacidad de creación que tiene que ver con personas, procesos, entornos, formación-educación-capacitación.

Einstein decía que la Creatividad es la inteligencia divirtiéndose. Es capacidad, talento, conducta, método, técnica. Es conciencia y responsabilidad; es ser y es hacer, como afirmaba Csizsentmihalyi (1998); no se produce dentro de la cabeza de alguien sino en la interacción de esas ideas de la persona y el contexto sociocultural. La disciplina de la Creatividad aborda nuevos territorios en el siglo XXI, puede aprenderse (Nicolescu, 2000); es deseo y poder de pensamiento (Lama, 2002); es expresiones (González Cubillán, 2007); es filosofía transformadora, expresión de nuestra libertad (Cruz, 2008); es Creatividad (Martínez Andrade, 2010). Es actividad creadora y susceptible de estimulación. Su impacto en el desarrollo y enriquecimiento de la Sociedad del Conocimiento es innegable, por lo que estrategias específicas para su fomento y fortalecimiento, desde una perspectiva novedosa y global, pareciera ser una tarea ineludible por parte de la OMPI.

Japón es uno de los países donde se alcanzan estos fines y constituye un ejemplo a seguir aún cuando se fomentan actividades y resultados permaneciendo el territorio de la Creatividad misma como un nicho a explorar en mayor profundidad.

Japón se anticipó a las políticas de promoción de la Creatividad de la OMPI que como hemos visto inaugura el siglo XXI, ya en 1999 el gobierno japonés abordaba la integración de la Propiedad Intelectual en los programas de enseñanza. Sin embargo, no fue suficiente y apoyó la medida en la creación de un concurso de patentes que estimulara a los docentes a incorporar la materia en sus clases (OMPI, 2010).

El *National Center for Industrial Property Information and Training* (INPIT) a través del Instituto Japonés de Invenciones e Innovaciones (JII) que

ejerció la secretaría, lleva a cabo un concurso anual de patentes que maneja un presupuesto de 11 millones de yenes japoneses y recibe apoyo de instituciones vinculadas al área como el Ministerio de Educación, Deportes y Cultura (MEXT) la Oficina Japonesa de Patentes (JPO) y la Asociación Japonesa de Agentes de Patentes (JPAA). Veinte funcionarios seleccionados de todas las organizaciones participantes integran el 'Consejo de Enlace de los Promotores del Concurso de Patentes' que se reúne cinco veces al año garantizando que cada etapa del concurso se coordine sin dificultades.

El MEXT facilita el enlace con las instituciones educativas y presta asistencia para la promoción del concurso en las escuelas a nivel nacional. Los docentes desempeñan un papel esencial para estimular la creatividad de sus estudiantes y promover la comprensión del sistema de patentes. Con frecuencia los estudiantes que triunfan en los concursos cuentan con profesores que los apoyan y que se muestran entusiasmados con la inclusión de la P.I. en el programa. (OMPI, 2010, p.11).

Gobierno e instituciones educativas se articulan en una propuesta que premia a estudiantes que hayan inventado algo, quienes al realizar una búsqueda en el estado de la técnica, haciendo uso de e la Biblioteca Digital de Propiedad Industrial (IDPL), pueden presentar una solicitud de patente que cumpla con todos los requisitos establecidos. Los ganadores son apoyados de manera gratuita por abogados de patentes, reciben apoyo financiero y exención de tasas durante los primeros tres años. En el proceso son ayudados por docentes que han sido capacitados para tales fines.

Los criterios clave para la selección son la creatividad (novedad) y la aplicación industrial de las invenciones. Tales criterios se aplican de manera congruente en todo el proceso de selección, aunque en la selección final también se toma en consideración la calidad de la búsqueda que han realizado los estudiantes en el estado de la técnica (ob.cit., p.12).

Japón puede mostrar excelentes resultados: las solicitudes se han quintuplicado entre 2003 y 2009, cerca del 60% son de estudiantes de secundaria; el 94% son de grupos de co-inventores. Se han concedido patentes a unas 50 invenciones presentadas por los ganadores y como las invenciones no se divulgan durante los procesos de preselección o selección, los inventores de

los proyectos no premiados pueden decidir proseguir el proceso de obtención de patentes por cuenta propia (*ibid.*). El éxito ha sido tal, que ya se ha abierto un concurso similar para dibujos y modelos industriales.

Llevar a la dimensión de una política organizacional la promoción, apoyo y fortalecimiento en los Estados Miembros de experiencias como la japonesa enfocándose en la Creatividad como esencia de la Innovación y como espacio de multitud de expresiones creativas, constituiría un paso de gran alcance. Sin embargo, políticas de tal naturaleza deberán acompañarse del fomento de programas de formación y capacitación específicamente en Creatividad que incluya tanto la educación como los estímulos y la protección. Inducir el proyecto creativo. Que se tome en cuenta la Creatividad desde todas sus perspectivas, personas, procesos, empresas y organizaciones y no solo desde la perspectiva del sistema de propiedad intelectual. La Creatividad tiene un lenguaje propio y cambiante y es un excelente nicho para propiciar el desarrollo económico, tecnológico y social. Hacerlo así garantizaría el cumplimiento de los deseos y fines que se imprimieron en el espíritu de la OMPI desde su fundación.

REFLEXIONES CONSONANTES

*... ha habido pocos esfuerzos
a escala internacional
para declinar esta idea
apoyar la creatividad en clave de cooperación
y contribuir al fortalecimiento de las condiciones
los entornos y las estructuras
que permiten a la creatividad de los individuos
expresarse y darse a conocer*
Alonso

*...la metamorfosis es posible
¿Cómo llevarla a cabo?*
Morin

En la Sociedad del Conocimiento, como sociedad creativa, puede resultar desestimulante el hecho de que el fomento y promoción de la *actividad creadora*, planteado por la OMPI, esté centrado únicamente en la protección jurídica, en la regulación de los productos creativos e innovadores y en el resguardo de los derechos intelectuales. La Propiedad Intelectual se transforma en un fin y deja de ser un medio.

La Propiedad Intelectual como Derecho Humano se enfrenta al reto de buscar una sincronía entre el derecho universal al conocimiento y el reconocimiento de los derechos de los autores, innovadores y titulares ¿Cómo hacer confluir el interés público y el interés privado? ¿Dónde descubren su punto de encuentro el Derecho de Propiedad Intelectual y la libertad ciudadana?

Quizás una de las respuestas sea voltear la mirada hacia la Creatividad, sobre todo con políticas pertinentes para aquellas economías de bajos ingresos y aquellas que, teniendo ingresos altos, no tienen una cultura innovadora.

La OMPI debe continuar la promoción mundial del sistema de protección de la Propiedad Intelectual pero, así mismo, debe plantearse, en la misma escala, *estimular la actividad creadora*, de manera consciente e innovadora, a partir del diseño de nuevas políticas y acciones estratégicas locales (global/local) que promuevan, en los Estados Miembros, el desarrollo de la Creatividad como disciplina y proceso, en todas sus dimensiones.

REFERENCIAS

- Andrade, Raiza (2005). Hacia una gnoseología del desaprendizaje dialógico cognosciente: Principios para desaprender en el contexto de la Complejidad. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*. [Revista en línea]. 7 (2). Disponible: <http://redie.uabc.mx/vol7no2/contenido-andrade.html> [Consulta: 2012, Septiembre 21].
- Carrera Cuevas, Jessica (2011). *Creatividad, conciencia y complejidad: Una contribución a la epistemología de la creatividad para la formación*. [Tesis Doctoral]. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Drucker, Peter (2006). *La gerencia en la sociedad futura*. Colombia: Editorial Norma.
- Krüger, Karsten (2006). El concepto de “Sociedad del Conocimiento”. *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. [Revista en línea]. 683 (11) Disponible: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-683.htm> Consulta octubre 2012 [Consulta: 2012, Octubre 18].
- López Pérez, R. (2003). *Desarrollo conceptuales y operacionales acerca de la creatividad*. [Página Web en línea]. Disponible: <http://www.neuronilla.com/pags/Noticias/Noticia.asp?id=195> [Consulta 2007, Agosto 31].
- Martínez-Andrade, Don Rodrigo (2010). *Onto-trans-epistemología compleja de la creatividad*. Co-osadías caordiscientes para “darse a luz” creadores. [Tesis Doctoral]. Panamá: UNIEDPA.
- Martínez-Andrade, Don Rodrigo y Martínez Andrade, Luis A. (2009). Re-pensando la creatividad como raíz de la sociedad del conocimiento. *Estética. Revista de Arte y Estética Contemporánea*. Enero-Junio 2009. Mérida: Centro de Investigaciones Estéticas. Universidad de Los Andes.

- OMPI (s.f.). *Premios de la OMPI a la Creatividad* [Documento en Línea]. Disponible: <http://www.wipo.int/ip-outreach/es/awards/creativity/> [Consulta: 2012, Noviembre 6].
- OMPI (s.f.). *Premios de la OMPI para Inventores* [Documento en Línea]. Disponible: <http://www.wipo.int/ip-outreach/es/awards/> [Consulta: 2012, Noviembre 6].
- OMPI (2004). *La Propiedad Intelectual como motor del desarrollo económico*. [Revista en línea]. 2004 (2) Disponible: http://www.wipo.int/export/sites/www/wipo_magazine/es/pdf/2004/wipo_pub_121_2004_01-02.pdf [Consulta: 2012, Noviembre 6].
- OMPI (2010). *Una década celebrando la creatividad*. [Revista en línea]. 2010 (2) Disponible: http://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2010/02/article_0004.html [Consulta: 2012, Noviembre 6].
- OMPI (2011). *Reseñas de los convenios y tratados administrados por la OMPI*. [Documento en Línea]. Disponible: www.wipo.int/freepublications/es/.../442/wipo_pub_442.pdf [Consulta: 2012, Noviembre 6].
- OMPI (2012). *Breve historia de la OMPI*. [Documento en Línea]. Disponible: <http://www.wipo.int/about-wipo/es/history.html> [Consulta: 2012, Noviembre 6].
- _____. *Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*. [Documento en Línea]. Disponible: http://www.wipo.int/treaties/es/convention/trtdocs_wo029.html [Consulta: 2012, Noviembre 6].
- _____. *Premio de la OMPI a la creatividad*. Disponible: <http://www.wipo.int/ip-outreach/es/awards/creativity/> [Consulta: 2012, Noviembre 6].
- Real Academia Española (2009). *Diccionario de la Lengua Española*. Vigésima segunda edición. [Portal Web] Disponible: <http://lema.rae.es/drae/> [Consulta: 2012, Noviembre 6].
- Tatarkiewicz, Wladyslaw (1987). *Historia de seis ideas*. Madrid: Tecnos.