



UNIVERSIDAD DE CHILE

FACULTAD DE ARTES

ESCUELA DE PREGRADO

**DEPARTAMENTO DE TEORÍA E HISTORIA DEL
ARTE**

**INDUSTRIAS CULTURALES & INDUSTRIAS CREATIVAS,
EVOLUCIÓN HISTÓRICA Y CONCEPTUAL, CONFLUENCIAS Y
DIVERGENCIAS. EL CASO DE SANTIAGO CREATIVO,
PLATAFORMA PARA LA EXPORTACIÓN DE LA INDUSTRIA
CREATIVA.**

**Tesis de grado para optar a la Licenciatura en Artes con mención en
Teoría e Historia del Arte.**

**Autor
PAZ LORETO DÍAZ MUNIZAGA**

**Profesor Guía
Cecilia Pinochet Ibarra**

**Santiago de Chile
Diciembre de 2013**

A mis padres, fuente de inspiración y cariño.

INDICE

RESUMEN	4
INTRODUCCIÓN	6
PARTE I	
MARCO TEORICO	
Cultura y Desarrollo	12
I. El Concepto de Cultura: evolución y modernidad	12
II. Cultura y Desarrollo	20
III. Bien Cultural	28
IV. El Campo Cultural	33
V. Identidad Cultural: diversidad vrs homogenización	40
VI. Economía de la cultura	45
VII. Consumo Cultural	49
PARTE II	
Evolución Conceptual, de la Industria Cultural a las Industrias Culturales	54
I. Industria Cultural y Bien simbólico	54
II. Industrias Culturales e Industrias Creativas	66
III. Dimensiones de las Industrias Culturales	74
IV. Contribución económica de las Industrias Culturales y las Industrias Creativas	86
Economía creativa	93
PARTE III	
Políticas culturales e Industrias Culturales	96
I. Antecedentes históricos	96
II. Políticas culturales e industrias culturales	105
PARTE IV	
Desafíos y oportunidades de las Industrias Culturales.	
El caso de Santiago Creativo	115
I. Metodología: entrevista en profundidad – análisis interpretativo	115
II. Modelo británico	126
PARTE V	
Conclusiones	131
PARTE VI	
Glosario	140
Bibliografía	142
Anexos	149

RESUMEN

El concepto de Industria Creativa es relativamente reciente y su origen, ciertamente, se debe a la necesidad de establecer e implementar nuevas áreas de producción y creación de bienes culturales en la sociedad posmoderna.

Comprender qué se entiende por bien cultural y cómo este actúa en una doble dimensión; por una parte como bien social al servicio de las condiciones de identidad y ciudadanía, y por otra como bien de consumo o mercancía, busca abrir nuevas perspectivas de análisis.

Se revela así, una nueva forma de entender la relación entre cultura, economía y creatividad, poniendo en tensión el concepto más tradicional de Industria Cultural.

En consecuencia, los conceptos y categorías existentes deben ser analizados críticamente para dar cuenta de estas transformaciones. Por este motivo, se pretende revisar la evolución conceptual de las Industrias Culturales y su desplazamiento hacia las Industrias Creativas, a partir de una revisión teórica que inicia en las primeras décadas del siglo pasado con Walter Benjamin y llega hasta nuestros días a través de George Yúdice, desde los primeros debates hasta llegar a los actuales, se busca replantearlos críticamente con el fin de iluminar los problemas teóricos y sus alcances prácticos.

Particularmente se busca realizar una revisión a la luz de las políticas públicas culturales y análisis de caso del programa gubernamental “Santiago Creativo: Plataforma de exportación para la Industria Creativa”.

1. INTRODUCCIÓN

En nuestros días resulta innegable que el sector cultural constituye un elemento central en el desarrollo de las sociedades posmodernas. Este sector aparece como un elemento potencial de desarrollo económico a escala local, al incrementar el desarrollo de ciudades y su competitividad, sin olvidar el consecuente impacto que se genera igualmente, a nivel internacional.

La cuestión que se intenta abordar se enmarca dentro de las transformaciones políticas y económicas que ha sufrido sector cultural y que en la actualidad constituye un elemento central en el desarrollo de las sociedades postindustriales. Estas transformaciones son profundas y no sólo representan problemas teóricos, sino también una encrucijada entre estética e industria.

La pregunta problema gira en torno a cómo se entiende la Industria Cultural y la Industria Creativa, como bien simbólico, sin dejar de considerar que el ámbito de trabajo de esta investigación se desarrolla en un campo en construcción epistemológica. Éste se encuentra basado en tres áreas del conocimiento: la antropología cultural, la sociología cultural y la economía cultural. Es así que, considerando y sin olvidar las fuentes propias de la Teoría del Arte, se busca ir más allá de este campo.

A partir de una revisión crítica basada en las teorías socioculturales y análisis de diferentes debates que se han dado sobre este tema, particularmente en las últimas décadas, se tratará de caracterizar la particularidad de la fase actual de

desarrollo de los bienes simbólicos y junto con ello las Industrias Culturales e Industrias Creativas. Intentando responder a la pregunta: ¿se puede delimitar qué son las Industrias Culturales y hasta dónde llega su dimensión cultural, creativa y económica?

Para ello se realizará un relevamiento bibliográfico de los conceptos involucrados en la investigación, replanteándolos críticamente para dar cuenta de sus desplazamientos conceptuales, que exige además, visualizar un nuevo modo de aproximación a las relaciones simbólicas y materiales. Con el fin de dar cuenta de este nuevo sector y sus propias dinámicas, además de los cambios de paradigmas implantados por el avance de la globalización de la producción y consumo, resulta ineludible poner en tensión los conceptos y categorías existentes, con el fin de exponer los problemas relativos a la definición y campo de las Industrias Culturales y las Industrias Creativas.

En las últimas décadas la cultura pasó de ser ese ámbito sublime y también inútil, como calificara el padre de la economía Adam Smith, a las actividades relacionadas con las artes y la religión, a marcar la agenda pública¹. En este nuevo escenario, la cultura se inserta en el mercado, un mercado de bienes simbólicos donde cabe preguntarse si: ¿pueden las Industrias Culturales jugar un doble papel como modelo cultural y como factor de desarrollo económico? Organismos como UNESCO, el Consejo de Europa, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), el Banco Mundial, y en nuestra región el Convenio Andrés

¹ MARTÍN-BARBERO, J. 1987. Industria cultural: capitalismo y legitimación. en De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona. Gustavo Gilli.- BONET, L. 2001. Economía y cultura: Una reflexión en clave latinoamericana. BID – PUENTE, S. 2007. Industrias Culturales. Buenos Aires. Prometeo libros.

Bello, entre otros, han focalizado sus esfuerzos institucionales por acercarse a la nueva realidad que relaciona cultura y desarrollo.

Considerando esta nueva realidad, varios autores han reconocido la intersección de la esfera de la cultura y de la economía, como ámbitos que a lo largo de la historia se habían mantenido aparentemente separados, y su confluencia sólo cobró importancia en las últimas décadas del siglo pasado, cuando la resistencia a medir o cuantificar la cultura fue una idea desestimada². Un ejemplo de lo anterior son las Cuentas Satélites de Cultura, implementadas en los países desarrollados y también en los en vías de desarrollo, con el fin de contar con un sistema de medición macroeconómica y social que contribuya a mejorar el diseño de las políticas públicas en beneficio de este sector. Su impacto hoy es de tal magnitud, que de acuerdo con el investigador Lluís Bonet, el sector de la cultura y de la comunicación se ha desarrollado de manera tan vertiginosa, que ha derivado en una transformación tan radical como la experimentada con aparición de la imprenta.³

Además de la creciente importancia económica del sector de la cultura, unido a la tradicional importancia social y política, se han establecido campos de estudio multidisciplinarios que han definido patrones de análisis y tipologías de la cultura y específicamente de las Industrias Culturales e Industrias Creativas. Estas investigaciones críticas se centran en comprender el funcionamiento material de la cultura.⁴

² MARTÍN-BARBERO, J. 1987. Industria cultural: capitalismo y legitimación, en Martín-Barbero J. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona. Gustavo Gilli. pp. 48 - 71

³ BONET, L. 2001. Economía y cultura: Una reflexión en clave latinoamericana, Investigación realizada para la Oficina para Europa del Banco Interamericano del Desarrollo. p. 30

⁴ ALBORNOZ, L. A. 2005. Las Industrias Culturales como concepto, en Revista del observatorio de Industrias Culturales de Buenos Aires, número 3

En este marco es necesario destacar que cuando las condiciones de fabricación, circulación y consumo de los bienes de expresión cultural que hasta el siglo XIX se materializaban en piezas únicas, se vieron afectadas por los procesos productivos, las innovaciones tecnológicas y la lógica del capitalismo, el vínculo entre cultura y economía se fue estrechando cada vez más.

Uno de los primeros en advertir la transformación de la sociedad por medio del modelo industrial y más importante aún la transformación de la experiencia estética, que por primera vez en la historia, se extiende a grandes sectores de la población, será el filósofo alemán Walter Benjamin. Su célebre ensayo “La obra de arte en la era de la reproducción técnica”, será el punto de partida para comprender la irrupción industrial en el campo de la cultura.

Este nuevo y dinámico campo que se materializa en las Industrias Culturales, obliga a considerar diferentes perspectivas posibles, como aquellas que incluyen la dimensión simbólica y cultural, pero también la económica, generando diferentes espacios de investigación y reflexión, que abren nuevas perspectivas de análisis.

Un aspecto que subyace a las industrias culturales responde al cuestionamiento de si la diversificación y masificación de bienes culturales de carácter industrial y estandarizado, anula su valor creativo y de portador de contenidos simbólicos, o al contrario colabora en la difusión de ciertos valores culturales profundizando el pluralismo, participación y acceso.

Junto con esta interrogante comienza a aparecer una nueva visión del quehacer público en torno a la noción de cultura y de diversidad cultural. La idea de un *Ecosistema cultural*, en la que el concepto de cultura se amplía a “recursos culturales”, que merecen ser protegidos⁵. De esta manera, la cultura no sólo conserva su carácter fundamental para la identidad de un país y contribución a la cohesión social, sino que como respuesta a la globalización; es valorada como sinónimo de multiculturalismo, “un juego de mosaicos que permite re-sintetizar nuestras identidades”⁶, una proyección de variadas culturas y símbolos de interpretación, convirtiéndose en un elemento clave para el desarrollo cultural sustentable.

Para abordar la tesis, el estudio se propone revisar el concepto de cultura desde las nociones de la estética, la economía y consumo, como cuestiones esenciales a las industrias culturales, a la creación y recepción de bienes de contenidos simbólicos, esto constituye un desafío en varios aspectos. En primer lugar, el desafío es analizar distintas perspectivas de la cultura, el bien y campo cultural, sin olvidar el consumo de bienes culturales y sus implicancias, simbólicas, económicas y sociales. En la primera parte de este trabajo se abordarán estos conceptos a la luz de las teorías socioculturales de autores como Pierre Bourdieu, Fredric Jameson, Néstor García Canclini y George Yúdice.

En segundo lugar, implica revisar distintas aproximaciones teóricas al tema de las Industrias Culturales e Industrias Creativas. Surge entonces, la pregunta: ¿qué son las Industrias Culturales y qué sectores deben incluirse? y vinculada a ella: ¿se puede relativizar el concepto de Industria Cultural para conciliarlo con lo

⁵ DEL CORRAL, M. Boletín GC. Gestión Cultural N°13. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural.

⁶ HOPENHAYN, M. 2004. Ser visibles o no ser nada: industrias culturales en el ojo del huracán. Revista Poli 9. p.3

económico y homologarlo con el concepto de Industria Creativa? ¿los dos conceptos se complementan o se eclipsan? En la segunda parte se abordarán estas conceptualizaciones y distinciones tomando como punto de partida y piedra angular las teorías de Walter Benjamin, Adorno y Horkheimer, y los estudios de David Throsby, Enrique Bustamante y Ramón Zallo, entre otros.

Por último, el tercer desafío es metodológico, basado en el análisis interpretativo a través de la realización de una entrevista en profundidad al Director-Gerente del programa Santiago Creativo. Busca conocer la relación entre Industrias Creativas e Industrias Culturales, a través de un modelo que sustente una posible estrategia de gestión, así como las formas de intervención pública y privada. Se intentará dar respuesta a las preguntas: ¿Cómo se articula Santiago Creativo con las políticas públicas? y si ¿Pueden las políticas públicas promover el desarrollo respetuoso en el sector de las políticas culturales?

PARTE I

MARCO TEORICO

CULTURA Y DESARROLLO

I. EL CONCEPTO DE CULTURA: EVOLUCIÓN Y MODERNIDAD

El término "cultura" tiene una connotación amplia y diversa. Tal vez la riqueza de éste se encuentra en su amplio grado de indeterminabilidad y en la imposibilidad de un consenso definitivo sobre sus contenidos y alcances. Por esto, es importante abordar el origen y desarrollo del concepto.

La palabra cultura proviene del latín cultura. Del verbo latino *colere*, del que derivan colonia, colono, colonizar, colonialismo, cuya forma nominal es *cultum*, que significa, originariamente, podar y que derivó a culto-cultivo de las personas.⁷

Para algunos autores, como Joel S. Kahn, la evolución del pensamiento antropológico, a través del tiempo, junto con la construcción del concepto de cultura, deberían tomar como punto de partida la definición que realizó Edward Tylor⁸, uno de los primeros antropólogos, definió cultura como "aquel conjunto complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, las leyes, las

⁷ ALISTE, F; DÍAZ MUNIZAGA, P.2005. Ley Valdés, pasado, presente y futuro. Situación actual de la Ley de donaciones culturales. Tesis de grado para optar al grado de Licenciado en Comunicación Social, Escuela de Periodismo, Santiago. Universidad Uniacc.

⁸ KAHN, JS.1975. El concepto de Cultura: Textos fundamentales. Barcelona. Ed. Anagrama. p. 10

costumbres y cualquier otra aptitud y hábito adquirido por el hombre como miembro de la sociedad".

Más reciente, otro antropólogo, Clifford Geertz define la cultura como una trama de significaciones, pero más que una definición propone una forma diferente de ver las cosas, "el concepto de cultura que propugno (...) es esencialmente un concepto semiótico. Creyendo con Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que el mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdiembre y que el análisis de la cultura, ha de ser, por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones."⁹ Así la cultura aparece como una construcción en la que participan los distintos individuos de un conjunto humano localizado territorialmente, que comunica sus fuentes de contenido simbólico a la generación que les sucede.

Esta concepción que tiene como piedra angular la dimensión simbólica de la cultura, unida al trabajo realizado por Pierre Bourdieu, revitaliza y transforma el concepto de cultura al considerar que el movimiento histórico que desemboca en la sociedad de masas, que se inicia con el desarrollo industrial, promueve la utilización de la cultura como instrumento de diferenciación social y de distinción simbólica entre grupos¹⁰. De esta forma la distinción cultural no es más que una forma encubierta de dominación, al constituirse como el campo de lucha simbólica donde se evidencian las diferencias sociales y la consecuente distribución desigual de capital, en términos bourdeanos; capital económico, capital cultural, capital social y capital simbólico.

⁹ GEERTZ, C. 1987. La interpretación de las culturas. Barcelona. Ed. Gedisa. p. 20

¹⁰ BOURDIEU, P. 1998. La Distinción: Criterio y bases Sociales del Gusto. Madrid. Ed. Taurus.

Asimismo, el investigador latinoamericano Néstor García Canclini, da un paso más allá al preocuparse por los cambios en la función social de la cultura, "las nociones clave de otro tiempo en el análisis cultural - identidad, patrimonio y nación - siguen empleándose, pero los discursos sobre la producción industrial de la cultura la vinculan cada vez más con públicos, mercados, inversiones y comercio. Como consecuencia, el papel central que tuvieron las humanidades como escena de reflexión sobre campos simbólicos va siendo ocupado por estudios económicos, sociológicos y comunicacionales para explicar los cambios de función social de la cultura."¹¹

Superar la visión instrumentalista de los bienes culturales, restringida sólo a su valor de uso y de cambio, implica revisar las dinámicas sociales, en que existen otras dimensiones de valor, simbólicas, que están asociadas al capital y distinción de grupos.

Frente a estas concepciones, comienza a aparecer una nueva forma de entender la cultura en la modernidad, como la planteada por el profesor George Yúdice y su idea de la cultura como un recurso que favorece el crecimiento económico y desarrollo social, a partir de dos momentos históricos fundamentales; el fin de la Guerra Fría y la globalización. Este investigador entiende la cultura como recurso que supera la idea de mercancía, es decir visualiza la cultura como recurso porque ella cumple una finalidad tomando como base, "el eje de un nuevo marco epistémico, donde la ideología y buena parte de lo que Foucault denominó sociedad disciplinaria son absorbidas dentro de una racionalidad económica o ecológica, de modo que en la "cultura" (y sus resultados) tienen prioridad la gestión, la

¹¹ GARCÍA CANCLINI, N. 2005. Texto de la conferencia inaugural presentada en Conferencia "El espacio audiovisual latinoamericano", organizado por la UNESCO y la Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

conservación, el acceso, la distribución y la inversión."¹² Esta concepción obliga a pensar la cultura desde su dimensión social, política y económica, estableciendo relaciones multidisciplinares para su abordaje y estudio.

Desde comienzos del siglo XX, a partir del advenimiento de la cultura de masas, las transformaciones y vínculos entre economía y cultura cambiaron radicalmente. Estas transformaciones plantearon una primera diferenciación entre el arte "autónomo" por una parte y otras formas de arte relacionadas con la lógica del mercado. Sin embargo y como señala Stella Puente, ninguna de las dos les "atribuye al capital simbólico entidad suficiente: en el primer caso lo cultural/simbólico está directamente por fuera de la "economía", y en el segundo es productivo sólo en la medida en que pierda su autonomía."¹³ Lo interesante es que este proceso, lejos de asentarse continuó desarrollándose, y se profundizó con la globalización, donde los megaproyectos del mercado y los medios masivos de comunicación, transformaron inevitablemente el arte, desdibujando sus límites y concepciones, con la consecuente pérdida de autonomía del arte y asumiendo en algunos casos a la obra de arte como mercancía.

Respecto a la evolución de la dimensión social y económica del arte, los investigadores Miguel Peraza y José Iturbe, proponen una síntesis histórica:

¹² YÚDICE, G. 2002. El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global. Barcelona. Ed. Gedisa. p. 13.

¹³ PUENTE, S. 2007. Industrias Culturales. Buenos Aires. Prometeo libros. p. 20.

Cuadro N° 1 : Evolución Económica –Social del Arte

¿Cuándo?	¿Quién lo hace?	¿Por qué lo hace?	¿Quién lo paga?
Prehistoria	Mago, Artesano anónimo sin especializar	Necesidad mágica vinculada a la	La comunidad (tribu) mediante el reparto de lo cazado o recolectado
Civilizaciones Antiguas	Artesano anónimo especializado	Arte como símbolo de poder o trascendencia, y necesidad decorativa	El poder político-religioso (teocracia, aristocracia, monarquía)
Grecia y Roma	Artesano concreto especializado "artista"	Arte como búsqueda de un ideal filosófico (belleza y estética)	Los poderes político, económico y religioso (oligarquías, dictaduras, repúblicas)
Edad Media	Artesanos anónimos agrupados en gremios	Arte como representación, imágenes de culto	Poder religioso (órdenes) y aristocracia feudal
Renacimiento	Artistas geniales organizados en talleres	Arte como actitud intelectual, investigación artística y reinterpretación religiosa	Monarquía, aristocracia, clero y burguesía comercial. Encargo y mecenazgo
Academismo	Artista profesional afiliado a la academia	Arte decorativo, prestigio de clase, adocenamiento	Colecciones privadas, burguesas y aristocráticas. Museos y salones
Vanguardia	Artista subjetivo asociado a galerías y crítica	Arte por el arte autonomía y separación de la masa. Investigación creativa e ideales revolucionarios	Colecciones privadas de la burguesía industrial. Galerías y nuevos museos. También consumo no enajenante
Actualidad	Artista postmoderno vinculado a mercado y medios	Arte que busca su sentido actual, competencia por el éxito, libertad total vinculada al mercado	Colecciones privadas de empresarios (burguesía postindustrial) canales de distribución y mercado especulativo. Consumo no enajenante mediante patrocinios filantrópicos y apoyos fiscales.

En "El Arte del mercado en arte" Miguel Peraza y José Iturbe. Ed. Miguel A Iturra y Universidad Latinoamericana. México 1998. p 22

La investigación de Peraza e Iturbe, realiza un análisis de un mercado singular, que por sus características se constituye como un sistema específico; el

mercado de lo creativo y simbólico, basándose en la premisa de que el sistema del arte ha creado diversas infraestructuras para necesidades diferentes.¹⁴

El rol de organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura; UNESCO, resulta imprescindible al momento de analizar la evolución del concepto de cultura, y su esfuerzo institucional por delimitarla se explica en un proceso que se inicia con el Acuerdo de Florencia de 1950, enfatiza la libre circulación de las ideas y la importancia de la protección de los bienes culturales, preocupación acorde al período de la post guerra que dio origen a su fundación, así declara: " la libre circulación de las ideas y de los conocimientos y, en términos generales, la difusión más amplia de las diversas formas de expresión de las civilizaciones son condiciones imperiosas tanto del progreso intelectual como de la comprensión internacional, contribuyendo así al mantenimiento de la paz en el mundo, (...) que favorezca el conocimiento y la comprensión mutua de las naciones prestando su concurso a los órganos de información de las masas", y que "recomiende a este efecto los acuerdos internacionales que estime útiles para facilitar la libre circulación de las ideas por medio de la palabra y de la imagen."¹⁵

Encuentra un importante punto de inflexión en la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Interculturales en Europa, Helsinki 1972, rechazando la concepción elitista de cultura que ahora se amplía a nuevas posibilidades y soportes culturales dirigidos a públicos amplios y diversos. Así " la cultura no es ya sólo una acumulación de obras y de conocimientos que una

¹⁴ PERAZA, M; ITURBE, J. 1998. El Arte del mercado en arte. México. Ed. Miguel A Iturra y Universidad Latinoamericana.

¹⁵ UNESCO. 1950. Acuerdo de Florencia. Acuerdo sobre importación de material Educativo, Científico y Cultural. [en línea] >http://portal.unesco.org/culture/es/files/24430/11018965483guia_florencia.pdf/guia_florencia.pdf < [consulta: 6 mayo 2013.] p. 141

minoría selecta produce, recoge y conserva para ponerlos al alcance de todos, o que un pueblo rico en pasado y patrimonio ofrece a otros como un modelo que les había privado su historia; que la cultura no se limita al acceso a las obras de arte y a las humanidades, sino que es al mismo tiempo adquisición de conocimientos, exigencia de un modos de vida y necesidad de comunicación." ¹⁶

La cultura comienza así a ser institucionalmente comprendida desde la diversidad, la equidad y la democratización, donde la relación entre cultura y comunicación se ha vuelto más estrecha.

Ciertamente, las conclusiones emanadas de la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales: MONDIACULT, México, en 1982, representan un punto culmine por el consenso alcanzado. Considera que la cultura se encuentra en el centro de los debates de la sociedad abarcando aspectos como la identidad, la cohesión social y el desarrollo de una economía del conocimiento, "La cultura debe ser considerada como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias."¹⁷

Inaugurando el nuevo siglo, la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, enfatiza y profundiza la preocupación existente respecto al concepto de cultura y diversidad cultural, al poner de manifiesto que la cultura está en el centro de los debates sobre identidad, cohesión social y desarrollo, porque

¹⁶ UNESCO. 1972. Conferencia Intergubernamental sobre Políticas interculturales en Europa, Helsinki. [en línea]
><http://unesdoc.unesco.org/images/0000/000014/001486sb.pdf> <[consulta: 6 mayo 2013.] p 22

¹⁷ UNESCO .1982 Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. MONDIACULT, México [en línea]
>http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf <[consulta: 6 mayo 2013.]

reconoce el carácter distintivo de los bienes y servicios culturales, por su valor simbólico y como portadores de identidad. “La cultura adquiere formas diversas a través del tiempo y del espacio. Esta diversidad se manifiesta en la originalidad y la pluralidad de las identidades que caracterizan los grupos y las sociedades que componen la humanidad. Fuente de intercambios, de innovación y de creatividad, la diversidad cultural es, para el género humano, tan necesaria como la diversidad biológica para los organismos vivos.”¹⁸

Considerando la evolución conceptual del término cultura y el marco institucional dado, resulta central relevar la interpretación de los conceptos de cultura y de las creaciones culturales. Éstas se transforman en un asunto más complejo al abordar aspectos como la producción y reproducción de las obras culturales mediante procesos industriales, como ya había reflexionado Walter Benjamin en su célebre ensayo, "la masa es la matriz de la que actualmente, surge, como vuelto a nacer, todo comportamiento consabido frente a las obras artísticas. La cantidad se ha convertido en calidad: el crecimiento masivo del número de participantes ha modificado la índole de su participación."¹⁹ Manifestando su preocupación de los cambios que afectaban al arte a partir de su reproducción y consumo masivo, la repetición de la obra significa trivializarla con la consecuente pérdida del valor aureático y valor único de la obra de arte.

¹⁸ UNESCO. 2002. Declaración Universal sobre Diversidad Cultural. Johannesburgo [en línea] ><http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162s.pdf> <[consulta: 6 mayo 2013.]

¹⁹ BENJAMIN, W. 1982. La obra de arte en la era de la reproducción técnica, en Discursos interrumpidos I. Madrid. Ed. Taurus. p. 16.

II. CULTURA y DESARROLLO

La relación entre cultura y desarrollo está llena de dificultades, llegando a considerarse como una convergencia paradójica. Si bien hasta mediados del siglo pasado el desarrollo se valoraba sólo en términos de progreso material y la cultura era mirada, en la mayoría de los casos, como un elemento suntuario, en la actualidad el desarrollo es éticamente justificable sólo si es sostenible cultural y ambientalmente y si se considera como imprescindible en su desarrollo la diversidad cultural.²⁰ Como señala Yúdice el eje de este nuevo marco epistémico se basa en la concepción de cultura desde su dimensión económica, política y social.

Reconociendo que históricamente nunca se consideró a la cultura como un factor para el crecimiento económico, Yúdice elabora una pregunta: "¿por qué el giro de la cultura a una legitimación basada en la utilidad?". Su respuesta se basa en dos antecedentes históricos, como vimos en apartado anterior: la globalización por una parte, como facilitador del contacto entre pueblos diversos, y la consecuente problematización de la cultura como acervo nacional. Y por otra parte el fin de la Guerra Fría que en palabras de Yúdice "debilitó el fundamento legitimador de la creencia en la libertad artística y con ello el apoyo incondicional a las artes" como diferenciación principal con la Unión Soviética²¹. Considera así a la globalización como el vehiculizador de los procesos simbólicos que mueven de

²⁰ BONET, L. 2001. Economía y cultura: Una reflexión en clave latinoamericana. Investigación realizada para la Oficina para Europa del Banco Interamericano del Desarrollo.

²¹ YÚDICE, G. 2002. El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global. Barcelona. Ed. Gedisa. p. 25.

manera creciente la economía y la política, donde se establece una relación de conveniencia entre globalización y cultura.

Con respecto a este giro cultural, Manuel Castells ha señalado que se trata de "un nuevo paradigma tecnológico" donde la primacía de procesamiento de la información y el surgimiento de la tecnología ha generado una nueva forma de relación entre economía, Estado y sociedad.²²

Las primeras discusiones respecto a la importancia de la cultura y el desarrollo surgieron en la UNESCO durante la década de los 60, cuando se aprueba la Declaración sobre principios de la Cooperación Cultural Internacional que establece que toda cultura tiene una dignidad y valor que deben ser protegidos y que todo pueblo tiene el derecho de desarrollar su propia cultura.

A partir de ese momento se inició un proceso que buscaba convertir a la cultura en un asunto prioritario en las agendas de los países para la elaboración de políticas públicas y que está en permanente construcción hasta el día de hoy. Un énfasis significativo, por cuanto establece la vinculación de las relaciones entre cultura y desarrollo, surge en el marco de la Conferencia Intergubernamental sobre los Aspectos Institucionales, Administrativos y Financieros de las Políticas Culturales, celebrada en Venecia en 1970, donde se explicita la noción de "desarrollo cultural" y de la "dimensión cultural del desarrollo"²³. Problematicando la discusión por primera vez, acerca de las relaciones de la cultura, las políticas públicas y las implicaciones del modelo de desarrollo.

²² CASTELLS, M. 1999. La era de la información. México. Ed. Siglo XXI.

²³ SEN, A. 1998. La Cultura como base del desarrollo contemporáneo. *En*: Diálogos UNESCO. Revista Voces N°25, Universidad de Río Cuarto.

En 1982 La Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales; Mondiacult, México, aprobó la definición de la cultura, consignada en capítulo anterior, estableciendo un vínculo irrenunciable entre cultura y desarrollo. En opinión del Premio Nobel de Economía 1998, Amartya Sen, el concepto de desarrollo en ese momento fue replanteado y su contenido enriquecido por las nuevas visiones globales²⁴. Así, las conclusiones de ese encuentro serían la base e inspiración para las políticas culturales de las naciones durante más de una década.

Durante el Decenio 1988 a 1997, existe un avance sustancial en la incorporación de la dimensión cultural en el desarrollo en las políticas. Se profundiza la colaboración entre organizaciones que asesoran a los gobiernos en materia de políticas públicas, y se visualiza un particular interés en el ámbito de la administración cultural.

Así mismo, el informe de la UNESCO Nuestra Diversidad Creativa 1996, propone un cambio radical en las visiones sobre el desarrollo: “Un desarrollo disociado de su contexto humano y cultural es un crecimiento sin alma.... La cultura, por importante que sea como instrumento del desarrollo, no puede ser relegada a una función subsidiaria de simple promotora del crecimiento económico. El papel de la cultura no se reduce a ser un medio para alcanzar fines, sino que constituye la base social de los fines mismos. El desarrollo y la economía forman parte de la cultura de los pueblos”²⁵.

²⁴ Ibid.

²⁵ UNESCO. 1996. Nuestra Diversidad Creativa. [en línea] ><http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001055/105586sb.pdf> <[consulta: 6 mayo 2013.]

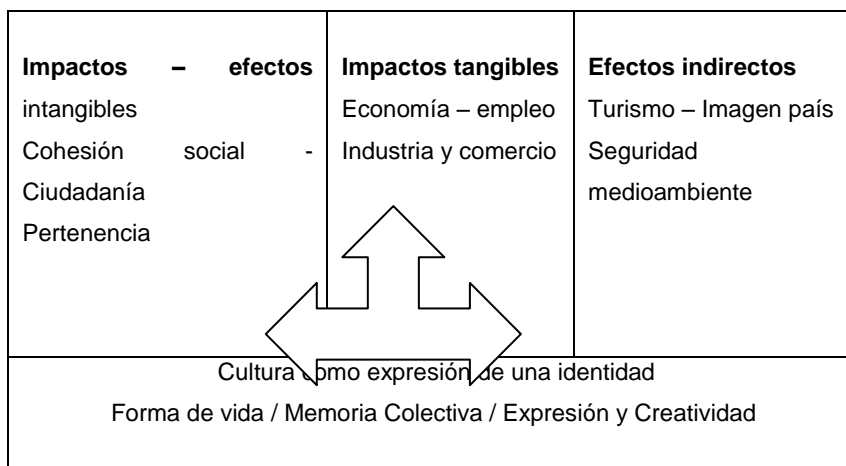
De la misma manera a finales del siglo XX poderosas instituciones como la Unión Europea, El Banco Mundial (BM), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), e importantes fundaciones internacionales comenzaron a focalizar sus esfuerzos institucionales hacia la cultura como esfera importante de inversión y factor clave para el desarrollo. En opinión de Yúdice esta culturización de la economía no ocurrió espontáneamente, "sino que fue cuidadosamente coordinada mediante acuerdos sobre el comercio y la propiedad intelectual, tales como el GATT y la Organización Mundial de Comercio (OMC)"²⁶. Estas coordinadas sinergias dan cuenta de una nueva visión y etapa de desarrollo económico que se encuentra en el cruce de la economía cultural y la economía política.

En el marco de los estudios sobre la cooperación al desarrollo y la gestión cultural, Alfons Martinell²⁷, ha profundizado el análisis de lo que denomina "plusvalías de la cultura al desarrollo", al observar e identificar varios niveles o formas de actuar de la vida cultural y su impacto en los diferentes ámbitos sociales, políticos y culturales que reditúan a las sociedades. El modelo propone explicar algunas de estas plusvalías desde cuatro dimensiones:

²⁶ YÚDICE, G. 2002. El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global. Barcelona. Ed. Gedisa. pp. 27 - 31.

²⁷ Alfons Martinell es investigador asociado y ex Director de la Cátedra UNESCO Políticas Culturales y Cooperación.

Cuadro N° 2 : Impactos o efectos de la cultura desde la perspectiva del desarrollo²⁸:



Recuadro pag 3 "Gestión Cultural y cooperación al desarrollo p3.

- a) Bajo este modelo la cultura tiene un valor simbólico muy elevado como expresión de identidades y formas de vida. Por cuanto es la forma en que una sociedad se expresa y sitúa su vida cultural en una sociedad globalizada
- b) Asimismo existen aportes considerados como valores intangibles que impactan en todas las dimensiones de la vida social facilitando, por ejemplo, la cohesión social, la construcción de ciudadanía y gobernabilidad.
- c) De un modo cuantificable y complementario al aporte señalado con anterioridad están los impactos tangibles que muestran resultados concretos sobre el aporte de la cultura como sector económico y social. Los estudios y análisis de datos sobre la economía de la cultura y el sector cultural presentan datos muy significativos.
- d) Finalmente encontramos los impactos indirectos en la vida cultural en otros sectores o actividades que entregan un valor a lo cultural y permite el desarrollo de sectores conexos.

Como se ha expuesto, la convergencia y consenso que alcanzaron numerosos debates, estudios y análisis de organismos como la UNESCO y

²⁸ MARTINELL, A. 2010. Gestión Cultural y cooperación al desarrollo. BID. p. 3d

poderosas instituciones como el Banco Mundial y BID, respecto al emergente e irrenunciable vínculo de la cultura y desarrollo, ha permitido en las últimas décadas, delimitar conceptual y cuantitativamente esta nueva dimensión y sus alcances. Una muestra más de ello encontramos, en un estudio realizado por el investigador Lluís Bonet para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en 2001, la publicación describe la interdependencia entre desarrollo económico y desarrollo cultural, al abordar las distintas dimensiones del concepto de valor y consigna una interrogante: "¿es la cultura un freno o un motor al desarrollo económico?" a ella responde irrevocablemente que todo modelo de desarrollo económico debe considerar la estructura de valores culturales de la sociedad donde se implementará, de lo contrario está destinada al fracaso²⁹. Su respuesta supone un quiebre con lo establecido frecuentemente a partir de los años 70 bajo el modelo de desarrollismo, donde la cultura suponía un obstáculo al desarrollo económico, y rescata aspectos que en la actualidad se consideran clave para el desarrollo humano como son los de identidad cultural de los pueblos, que se abordarán en el capítulo V de la Parte I.

En la misma línea en América Latina, el Convenio Andrés Bello (CAB) implementó a partir de 1999, el proyecto Economía y Cultura en el que participan diez países iberoamericanos y que tiene como objetivo evaluar el aporte que brindan los productos y servicios culturales a las economías de los países de la Comunidad Andina y su impacto en el desarrollo de estas naciones.

²⁹ BONET, L. 2001. Economía y cultura: Una reflexión en clave latinoamericana, Investigación realizada para la Oficina para Europa del Banco Interamericano del Desarrollo.

En nuestro país los estudios desarrollados por la Oficina para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo Humano (PNUD)³⁰ han generado discusión, llegando a convertirse en un factor impulsor de reflexión sobre nuestra realidad. Desde el año 1996 realiza estudios de gran impacto sobre la realidad nacional, dentro de los cuales el más destacado es el Informe de Desarrollo Humano. Cabe destacar que el concepto de desarrollo humano (DH) surge como alternativa al de desarrollo económico que descansa fuertemente en indicadores como el ingreso per cápita.

Uno de los de Informes de Desarrollo Humano más conocido por su sentido, alcance y relevancia, corresponde al Informe publicado en 2002 "Nosotros los chilenos un desafío cultural" que abordó el desafío de reflexionar la cultura como elemento central de un proyecto país. El Informe da cuenta de cómo son los chilenos, cómo se relacionan entre ellos y qué país quieren. Se demuestra que Chile está viviendo un profundo cambio cultural y este tiene efectos complejos en la vida cotidiana de los chilenos y su forma de pertenencia al país, representando un desafío para la integración cultural de la sociedad. En opinión de Eugenio Ortega, coordinador responsable de los Informes PNUD-Chile, "Chile parece estar cada día más en esta coyuntura, es decir, saber fundar un orden social que conozca sus finalidades. Esa es la tarea de la cultura, más específicamente de una cultura cívica que pueda desempeñar, en nuestro imaginario y en los estilos de vida cotidianos, las orientaciones o pautas de cómo queremos el futuro. La economía es un medio que sirve a finalidades y a valores que entreguen sentido a la vida común"³¹. Se evidencia entonces que Chile enfrenta un desafío cultural, como lo consigna el

³⁰ Oficina dependiente de la Organización de Naciones Unidas. En Chile ha definido seis áreas prioritarias para la focalización estratégica: Reducción de la pobreza y desigualdad, Sustentabilidad ambiental y energética, Gobernabilidad democrática y desarrollo local, Consolidación política del desarrollo humano, Cooperación Sur-Sur y Prevención y recuperación de crisis.

³¹ ORTEGA, E. PNUD 2001. Notas sobre cultura y economía. p. 14

nombre dado al estudio³², que implica fortalecer las capacidades individuales y colectivas para actuar y para reconocerse en un nosotros común. Lo anterior ocurrirá si se trabaja por integrar la diversidad cultural con un sentido de futuro, como un caleidoscopio donde las partes forman un todo más amplio y nuevo.

Desde la institucionalidad cultural, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) encargó en 2011, una serie de ensayos a destacados actores provenientes de ámbitos diversos y que comparten un interés por la cultura y el desarrollo del país, bajo la afirmación: No hay desarrollo sin cultura. Este ejercicio dio como resultado el libro "Cultura Oportunidad de Desarrollo", cuyo prólogo fue realizado por el economista de la cultura David Throsby. En él establece dos preguntas centrales: ¿Cómo se puede comprender el valor de la cultura en el desarrollo de un país, tanto en términos conceptuales como pragmáticos? ¿Y qué estrategias políticas pueden contribuir a llevar a cabo este valor? Las conclusiones señalan la necesidad de avanzar hacia un desarrollo sustentable que aborde aspectos económicos, ecológicos, sociales y culturales que fortalezcan las políticas públicas. Asimismo este autor reconoce que las industrias culturales en nuestro país están subdesarrolladas, por lo que representan un enorme potencial de desarrollo³³.

³² El estudio incluye un "Mapa del Campo Cultural en Chile" que ofrece un completo registro estadístico de los recursos y las dinámicas culturales en cada región del país, se incluirán los datos pertinentes en el anexo de este trabajo.

³³ VVAA.2011. Cultura oportunidad de desarrollo. Ed. CNCA (Serie Reflexión y Debate)

III. BIEN CULTURAL

En este apartado es necesario formular dos preguntas iniciales: ¿qué es un bien cultural? y ¿qué distingue a los bienes culturales de otros?

Inicialmente y en una aproximación posible, es pertinente recordar a Bourdieu, cuando analiza el mercado de los bienes simbólicos, señalando que un aspecto diferenciador de éstos, es que la naturaleza de los bienes simbólicos presenta una realidad de doble aspecto: "mercancías y significaciones, cuyos valores propiamente simbólico y comercial permanecen relativamente independientes"³⁴. Siguiendo a Bourdieu, estas dos lógicas transitan entre dos límites opuestos, en un extremo está el sometimiento total a la demanda, en tanto bienes económicos, producidos y consumidos como mercancía y en el otro la independencia absoluta respecto al mercado.

En el texto "La economía de los bienes simbólicos", Bourdieu vuelve sobre esta dualidad al reconocer que "Los bienes simbólicos, por razones evidentes, se sitúan espontáneamente a través de las dicotomías corrientes (material-espiritual, cuerpo-espíritu, etc) del lado de lo espiritual y por lo tanto suelen considerarse como fuera de alcance para un análisis científico"³⁵. De más está decir, que en la actualidad se realizan enormes esfuerzos desde las ciencias sociales y la ciencia económica para abordar los estudios de los bienes culturales.

³⁴ BOURDIEU, P. 2011. Las reglas del arte. Barcelona. Ed. Anagrama. p. 214

³⁵ BOURDIEU, P. 2007. Razones prácticas. Barcelona. Ed. Anagrama. p. 159

Ahora bien, la referencia a Bourdieu, responde a un cierto pie forzado inicial, que dejaremos por ahora para abordar la propuesta que realiza el economista de la cultura David Throsby a propósito de los bienes culturales.

Throsby identifica las características de los bienes y servicios culturales y los define como aquellos que: i) transmiten un significado simbólico, ii) requieren creatividad en su producción, iii) existe propiedad intelectual que puede ser atribuida a una persona o a un grupo, iv) generan un valor cultural imposible de medir en términos monetarios, además de su valor comercial y económico; este sí puede medirse monetariamente³⁶. Existe, sin duda una multidimensionalidad cuando hablamos de bienes culturales, que va mucho más allá de la dicotomía planteada por Bourdieu. Estos bienes no son sólo mercancías, sino que suponen prácticas de apropiación, interacción social, reconocimiento y representación.

Es decir, se puede reconocer a los bienes simbólicos, como aquellos objetos, acciones y expresiones significativas donde "es posible considerar el valor como una piedra angular sobre la que se puede establecer la consideración conjunta de la economía y la cultura"³⁷. David Throsby identifica seis características de los bienes culturales, centradas en el concepto de valor:

- Valor Estético: belleza, armonía, forma y otras características.
- Valor Espiritual: sentido religioso o trascendente.
- Valor Social: sentido de identidad colectivo, sensación de identidad y lugar.
- Valor Histórico: las conexiones histórico - temporales, condiciones de la época en que fue creado, sensación de continuidad con el pasado.

³⁶ THROSBY, D. 2001. Economía y Cultura. Madrid. Ed. Cambridge University Press. p. 127

³⁷Ibid p.34

- Valor Simbólico: los bienes culturales son depositarios y también proveedores de significado.
- Valor de Autenticidad: originalidad del bien cultural, como algo auténtico y único.³⁸

Asimismo, el investigador Lluís Bonet identifica dimensiones de valor individual y también dimensiones de valor colectivas, según él, éstas han cobrado gran importancia en la sociedad occidental, ya sea por su valor colectivo o bien por los beneficios generados por la cultura. Al respecto señala que el valor social de los bienes culturales no es inmutable y ha evolucionado a lo largo de la historia, distinguiendo seis dimensiones de valor social de los bienes culturales:

- Valor de existencia o de opción: basada en la existencia de un bien cultural que beneficia a la sociedad, aun cuando esta opción no se efectúe.
- Valor de legado: formas de conservación y protección patrimonial que aseguran su existencia futura.
- Valor de identidad: basado en el valor simbólico social, que genera procesos de cohesión social.
- Valor de prestigio: los bienes culturales otorgan prestigio a las personas e instituciones públicas y privadas.
- Valor educativo y de innovación: los bienes culturales contribuyen al desarrollo estético de los individuos, y al espíritu innovador de una sociedad³⁹.

UNESCO, comenzó a hablar de bienes culturales en los años cincuenta, es decir desde los inicios de su configuración como organismo internacional,

³⁸ Ibid pp. 43-44

³⁹ BONET, L. 2001. Economía y cultura: Una reflexión en clave latinoamericana, Investigación realizada para la Oficina para Europa del BID. p. 23

particularmente se refirió a ellos en la Convención para la protección de los Bienes Culturales en caso de conflicto armado de 1954. A continuación se cita la consideración de bienes culturales de acuerdo a esta declaración:

- a. “Los bienes, muebles o inmuebles, que tengan una gran importancia para el patrimonio cultural de los pueblos, tales como los monumentos de arquitectura, de arte o de historia, religiosos o seculares, los campos arqueológicos, los grupos de construcciones que por su conjunto ofrezcan un gran interés histórico o artístico, las obras de arte, manuscritos, libros y otros objetos de interés histórico, artístico o arqueológico, así como las colecciones científicas y las colecciones importantes de libros, de archivos o de reproducciones de los bienes antes definidos;
- b. Los edificios cuyo destino principal y efectivo sea conservar o exponer los bienes culturales muebles definidos en el apartado a. tales como los museos, las grandes bibliotecas, los depósitos de archivos, (...)
- c. Los centros que comprendan un número considerable de bienes culturales definidos en los apartados a. y b., que se denominarán «centros monumentales»⁴⁰.

Desde luego se puede notar la falta de referencia a los bienes simbólicos inmateriales, cuyo estatuto se vino a reconocer recién en el año 2003, por medio de la “Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial”, entendido como “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes-

⁴⁰ UNESCO. 1954. Convención para la protección de los Bienes Culturales en caso de conflicto armado de Acuerdo de Florencia. [en línea] > http://portal.unesco.org/culture/es/files/24430/11018965483guia_florencia.pdf/guia_florencia.pdf <[consulta: 6 mayo 2013.]

que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural”⁴¹. Esto da cuenta de la evolución y enriquecimiento del concepto y la profunda interdependencia que existe entre los bienes simbólicos materiales e inmateriales.

Las tensiones surgen desde la doble dimensión conceptual que tiene el término “bien cultural” en tanto bien simbólico, bien social al servicio de la ciudadanía y otra opuesta como bien de consumo o mercancía.

⁴¹ UNESCO. 2003. Convención para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. [en línea] > <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00006> <[consulta: 6 mayo 2013.]

IV. EL CAMPO CULTURAL

Con anterioridad, se abordó la conceptualización de cultura, desde su concepción inicial en el sentido antropológico, y su evolución hacia la dimensión simbólica de la cultura. En este contexto ya delineado, es necesario revisar las dinámicas sociales, en que existen otras dimensiones de valor, simbólicas, que están asociadas al capital y distinción de grupos.

En este punto resulta necesario comprender la representación de la sociedad que realiza Bourdieu, como un espacio en el cual los agentes y las instituciones se encuentran definidos por las posiciones que ocupan en esos espacios. Ese espacio social lo denomina campo, y la red de relaciones de poder entre los individuos se expresa en los diferentes campos. En los campos los individuos ocupan una posición establecida de acuerdo a la forma de capital que poseen (capital económico, capital social, capital cultural) estableciendo un espacio social de conflictos entre personas y grupos que buscan conservar o modificar la distribución de poder del campo en disputa. De este modo el campo cultural, del que nos ocuparemos en este apartado, se constituye como el campo de lucha simbólica donde se manifiestan las diferencias sociales como efecto de la distribución desigual del capital.

La teoría de Bourdieu expresa que la producción artística como el intercambio de sus productos simbólicos, se liberan gradualmente y con relativa autonomía de las valoraciones religiosas, políticas y económicas, a lo largo de la

historia. Este proceso de autonomización del arte y la relativa independencia lograda por los campos artísticos e intelectuales en la modernidad, dan paso por primera vez al arte entendido como arte: sin utilidad, sin funcionalidad y sin justificación.

Como señala Bourdieu, el proceso de autonomización del arte comienza a configurarse a partir del siglo XVIII, y se constituirá definitivamente como "campo" relativamente autónomo hacia finales del siglo XIX, al respecto señala que el poder ejercido por el dinero, a partir de esta época, favorecen el crecimiento de un arte comercial, subordinado a la demanda del público, el denominado arte burgués, que se enfrenta contestatariamente con una corriente realista que extiende la tradición del arte social y concluye que "en contra de uno y otro se define, mediante un doble rechazo, una tercera posición, la del "arte por el arte"⁴². Es decir, se establece una posición rupturista respecto de dos corrientes que a la vez son antagónicas: el arte burgués que está directamente sometido a las aspiraciones del público y la corriente realista relacionada al arte social.

En otra vereda muy diferente, pero refiriéndose también a los procesos de autonomización del arte y lo que denomina la "nueva curaduría" en Estados Unidos, particularmente, George Yúdice señala: "Estos enfoques sitúan la nueva orientación hacia la práctica artística fuera de la esfera autónoma de la cultura, es decir, de la manera como habitualmente se comprende el arte moderno. En lugar de ello, se interpreta que la significación del arte deriva de las necesidades, demandas y deseos de quienes componen la sociedad civil. El arte se acerca progresivamente a

⁴² BOURDIEU, P. 2011. Las reglas del Arte. Barcelona. Ed. Anagrama. p. 113.

la razón práctica, contrapuesta a la racionalidad cognitiva o estética"⁴³. Así, la cultura empieza a verse como recurso: recurso económico, recurso para el desarrollo humano, recurso social, recurso para la educación y otros.

Volviendo a Bourdieu, y su planteamiento sobre la producción y circulación de los bienes culturales, reconoce que presentan una realidad de doble aspecto, muy diferente a lo que en el mercado se conoce como la ley de la oferta y demanda, al respecto señala: "esta antinomia del arte moderno como arte puro se manifiesta en el hecho de que, a medida que va creciendo la autonomía de la producción cultural, vemos crecer también el intervalo de tiempo necesario para que las obras consigan imponer al público las normas de su propia percepción que aportan con ellas"⁴⁴.

De esta forma, desde la configuración de los modos de producción y de circulación en estos campos, coexisten dos formas de producción y circulación totalmente opuestas; la denominada diferenciación bourdeana de la cultura de "ciclo corto y la de ciclo largo"⁴⁵. En un extremo se encuentra la economía del arte puro, donde prevalece la producción autónoma, que no puede reconocer más demanda que la que es capaz de producir ella misma pero sólo a largo plazo, está orientada hacia la acumulación de capital simbólico, hablamos del ciclo de producción largo. En el otro polo se encuentra el ciclo de producción corto del comercio de bienes culturales, que prioriza la difusión al resultado inmediato y temporal, que busca minimizar los riesgos y responde a una demanda preexistente.

⁴³ YÚDICE, G. 2002. El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global. Barcelona. Ed. Gedisa. p. 294.

⁴⁴ BOURDIEU, P. Op. Cit. p. 129.

⁴⁵ Ibid. pp.214-215

Una consecuencia posible de este desfase temporal entre oferta y demanda, propiciaría en alguna medida, la demanda por el consumo de bienes de las industrias culturales, de ciclo corto, que abordaremos más adelante, en contraste con el campo de producción restringido del arte.

La articulación entre lo económico, social y lo simbólico, se fundamenta en las relaciones económicas entre las clases, pero siempre en relación con las otras formas de poder simbólico que contribuye a la reproducción y la diferenciación social.

Entendida la reproducción como la formación social en un sistema de relaciones de fuerza y de sentido entre los grupos y las clases.

Como resultado, el establecimiento definitivo de la cultura de masas propia del surgimiento de la modernidad, transforma la dimensión simbólica de la cultura. En este nuevo orden, el arte se modifica y junto con ello cambia la experiencia estética mediante la aparición, y luego la masificación por tres vías principales: el diseño industrial, la publicidad y los medios masivos de comunicación⁴⁶. Precisamente sobre estos cambios trataba la obra de Benjamin al señalar que en el siglo XX la experiencia estética se extenderá, por medio del modelo industrial de producción hacia grandes sectores de la población⁴⁷. Benjamin fue el primer en reflexionar sobre la relación de las masas con la obra de arte, "adueñarse de los objetos en la más próxima de las cercanías (...) quitarle su envoltura a cada objeto, triturar su aura, es la signatura de un percepción cuyo sentido para lo igual en el

⁴⁶ JAMESON, F. 2002. El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo. Buenos Aires. Ed. Manatíal. p. 37

⁴⁷ BENJAMIN, W. 1982. La obra de arte en la era de la reproducción técnica, en Discursos interrumpidos I. Madrid. Ed. Taurus.

mundo he crecido tanto que incluso, por medio de la reproducción, le gana terreno a lo irrepetible".⁴⁸

En esta representación, al modificarse la experiencia estética se modifica el campo cultural y se constituye como una multiplicidad de personas y organizaciones que intermedian entre artista y sociedad, restringiendo y condicionando la producción de los artistas, estos son entre otros; los editores, curadores y críticos, las galerías y museos⁴⁹. Esta red de agentes donde cada uno tiene un posición determinada posibilita la producción, circulación y consumo de las obras de la cultura, transformadas ahora en bienes y servicios culturales etiquetados en los conceptos de industrias culturales y consumo cultural.

El teórico Fredric Jameson, denomina "dilema estético" a la modificación de la experiencia estética en el posmodernismo, porque "(la) experiencia e ideología que informaron la práctica estilística del modernismo clásico, están terminadas y acabadas, entonces ya no resulta claro qué se supone que están haciendo los artistas y los escritores del período actual"⁵⁰, refiriéndose a la dificultad de los artistas para inventar nuevos estilos. Como resultado de la imposibilidad de crear nuevos mundos, a los artistas sólo les queda el remedo, la imitación, que Jameson denomina pastiche o parodia, señalándolo como un rasgo principal del posmodernismo. Al respecto señala:

"el pastiche como la parodia implican la imitación o mejor aún, el remedo de otros estilos y, en particular, de sus manierismos y crispamientos estilísticos"⁵¹.

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ GARCÍA CANCLINI, N. 1993. La producción simbólica: Teoría y Método en Sociología del arte. México .Ed. Siglo XXI. p.37

⁵⁰ JAMESON, F. 2002. El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo. Buenos Aires. Ed. Manantial. p. 21

⁵¹ Ibid. p. 18

Desde una perspectiva diferente, George Yúdice plantea la idea de que las luchas específicas en torno a la consideración de la cultura como recurso, toman diferentes formas, y no una inequívoca, porque estas dependen del campo de fuerza en que operan, donde la ideología y otras normas institucionales se ven disminuidas por un pragmatismo económico. Al respecto señala "promover la cultura como recurso implica desviarse de la premisa gramsciana según la cual aquello es terreno de lucha para adoptar una estrategia orientada por procesos de gestión"⁵².

Reafirmado esta visión, Yúdice establece la idea de que la expansión de la cultura a otras esferas, hace que ésta se convierta en un elemento central para la economía, reduciendo su importancia en cuanto a establecer una distinción al estilo de Bourdieu.⁵³ Así, la "distinción" bourdeana, entendida como la reproducción de los códigos y las competencias estéticas que identifican al individuo como perteneciente a cierta clase social, es desplazada por la "performatividad" en Yúdice. Ésta surge debido a su inevitable conexión con la vida de los individuos, con su identidad individual y colectiva, donde el uso de la cultura construye realidad. Al respecto el autor precisa, "prefiero el término performatividad pues alude a los procesos mediante los cuales se constituyen las identidades y entidades de la realidad social por reiteradas aproximaciones a los modelos (esto es a la normativa) y también por aquellos "residuos" (exclusiones constitutivas) que resultan insuficientes"⁵⁴. Esto significa que por medio de la cultura se encausan significados y actos, las experiencias identitarias individuales y colectivas son reguladas, ordenadas, normativizadas a través de su reiteración por medios

⁵² YÚDICE. Op. cit. p. 329

⁵³ Ibid. p. 390

⁵⁴ Ibid. p. 46

técnicos y masivos. De acuerdo con Yúdice, la performatividad vendría a ser una cuarta etapa de la cultura, entendida como la etapa actual, que está precedida por tres anteriores. Apropiándose de las descripciones realizadas por Foucault, sobre la relación entre el pensamiento y su episteme, en diferentes etapas, Yúdice añade esta cuarta etapa. Todas ellas se explican en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 3 : Cuadro Campo Cultural

P. Bourdieu	F. Jameson	G. Yúdice
Proceso de autonomización del Arte	Dilema Estético	Etapas de la Cultura
		<u>1a Renacimiento</u> : definida por la búsqueda de la semejanza
<u>Siglo XVIII</u> se inicia el proceso de autonomización del arte		<u>2a Clásica</u> : busca la representación y clasificación como orden y medida
<u>Final Siglo XIX</u> : Arte burgués - Arte social Arte por el arte	<u>Modernidad</u> : Confrontación y rechazo	<u>3a Moderna</u> : busca la explicación de lo oculto por medio de la historicidad
Antinomia del Arte moderno: Ciclo Largo : economía del arte puro – producción autónoma = acumulación de capital simbólico Ciclo Corto : comercio de bienes culturales – responde a la demanda	<u>Posmodernidad</u> : Pastiche o Parodia ¿Fin del arte?	<u>4a</u> definida por la Performatividad : la construcción de realidades por medio del uso de la cultura como Recurso: Económico, DH, Social, Educación

Elaboración propia en base a G. Yúdice. El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global. Ed. Gedisa, Barcelona 2002. Pag 45.

Lo anterior evidencia el cambio del marco epistémico respecto a al campo cultural, y hace posible evidenciar las contribuciones de la cultura al desarrollo y el rol que le cabe por ejemplo a la gestión cultural, donde prosperaron una enorme red de intermediarios, administradores y gestores para Yúdice, agentes y mediadores para Jameson. Es decir un campo donde la cultura se vincula cada vez más con públicos, mercados, inversiones y comercio.

V. IDENTIDAD CULTURAL: DIVERSIDAD VRS HOMOGENEIZACIÓN

La búsqueda de un significado único y definitivo para el concepto de identidad cultural, se encuentra actualmente en el centro de los debates sobre las transformaciones profundas de la globalización y su consecuente impacto en la identidad de los pueblos.

Para algunos teóricos, este concepto aún antes de la era de la globalización, se ha ido desdibujando en la multiplicidad de significados que se le ha ido creando. Uno de ellos, Néstor García Canclini señala que si bien, "las identidades modernas eran territoriales y casi siempre monolingüísticas, por el contrario, las identidades posmodernas son transterritoriales y multilingüísticas, conformándose mucho más por la lógica del mercado y ya no por la del Estado"⁵⁵.

Sin embargo, existe consenso en identificar el concepto de identidad como un proceso en construcción en el que los individuos se van definiendo a sí mismos en estrecha interacción simbólica con otros⁵⁶. La socialización va perfilando la construcción de identidad, ya que "en las comunidades de vida se presupone la existencia de un grado mínimo de sentido compartido (...) la mayoría de las comunidades de vida, a través de distintas sociedades y épocas, anhelan alcanzar

⁵⁵ GARCÍA CANCLINI, N. 1995. Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México. Ed. Grijalbo. p.46

⁵⁶ LARRAÍN, J. 2003. El concepto de identidad. Revista Famecos, Porto Alegre n°21

un grado de sentido compartido"⁵⁷. La construcción de un nosotros diverso y plural, que respetando el pasado promueva una apertura a lo universal.

En consecuencia la identidad cultural crea lazos de pertenencia y seguridad, a la vez que contribuye al desarrollo en una determinada sociedad. Su importancia es tan gravitante que se la considera imprescindible para alcanzar cierto grado de desarrollo. Al respecto el investigador Lluís Bonet señala que el desarrollo económico y social sostenible se asienta en sociedades caracterizadas por: i) la valoración de la propia identidad y cultura, que considere una apertura a lo universal, así como a la ciencia y tecnología, ii) el desarrollo de la capacidad creativa y crítica, y de la producción cultural local, iii) procesos intensivos de capacitación y formación de capital humano, iv) una amplia descentralización institucional, basada en el fomento de la participación, democracia cultural, la aceptación de la diversidad y la pluralidad, y el desarrollo de redes horizontales⁵⁸. Evidentemente el impacto de los valores culturales en sociedades con un arraigo cultural importante, donde se promueva la diversidad y pluralidad cultural así como una amplia participación e inclusión social, permitirá el fortalecimiento de la identidad cultural, limitando las posibilidades de la homogeneización y remedo de culturas externas.

Como señala Manuel Castells, la identidad cultural, en un mundo globalizado, es aquel proceso donde la relación entre globalización e identidad, representan un problema de relación institucional y política. Es decir por una parte encontramos que los procesos de generación de poder, riqueza e información son globales, y por otra está la identidad donde los procesos de construcción de sentido

⁵⁷ BERGER, P y LUCKMANN, T. 1997. Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. Barcelona. Ed. Paidós. p. 47

⁵⁸ BONET, L. 2001. Economía y Cultura: una reflexión en clave latinoamericana. BID. pp. 15 -16

son particulares de culturas⁵⁹. Abordar las identidades culturales en la era de la globalización, obliga a mirar un mundo con tendencia a la estandarización cultural y tal como lo señala García Canclini, éstas ya no se estructuran desde la lógica de los Estados-naciones, sino desde los conglomerados transnacionales y los mercados⁶⁰.

En correlación con lo anterior, cuando hablamos de identidad, también hablamos de inclusión, y en consecuencia de exclusión, basados en la idea de una "mismidad" que portamos como ciudadanos bajo la lógica del Estado-nación⁶¹. Sin embargo, y como propone García Canclini, en la era de la globalización se debe dar paso a la "alteridad" que permite el reconocimiento de un otro, donde la clave está dada por la multiculturalidad.

Con todo, el concepto de diversidad cultural, reconoce la necesidad de preservar y fomentar la creación local y nacional, permitiendo a la vez, la apertura a otras culturas globales, facilitando su interacción. No obstante, se reconoce en ella un delicado equilibrio que puede representar un riesgo de empobrecimiento de ciertas expresiones culturales.

Desde luego la globalización ha facilitado el acceso a productos de otros países, especialmente los desarrollados, sin embargo, a la vez ha disminuido las industrias culturales locales que no pertenecen a megaempresas transnacionales, produciendo una asimetría entre productores y consumidores. La creciente tendencia a la concentración de las empresas que controlan la circulación de los mercados editoriales, discográficos y audiovisuales, está transformando el campo

⁵⁹ CASTELLS, M. 2004. Presentación del seminario "Relación entre globalización e identidad cultural en los inicios del siglo XXI", Instituto europeo del Mediterráneo. FORUM Barcelona

⁶⁰ GARCÍA CANCLINI, N. Op. Cit. p. 30

⁶¹ Ibid. p.48

cultural ya que como señala García Canclini, la diversidad y fenómeno de la globalización, “están produciendo una concentración acelerada de los medios, la homogeneización de sus contenidos y acceso desigual a bienes y mensajes”⁶². En suma, se debe regular su impacto y una de las mayores ambivalencias de la globalización, ya que por una parte diversifica la oferta y al mismo tiempo homogeniza el espacio cultural. Al respecto Martín Hopenhayn, señala: “a la asimetría (...) entre exportadores de materias primas y exportadores de productos manufacturados, (...) se agrega ahora un nuevo ámbito de rezago. A las asimetrías materiales se incorporan las asimetrías simbólicas”.⁶³

En opinión de Eugenio Ortega, la diversidad cultural en la era de la globalización representa un desafío, porque implica sobreponerse a la corriente homogeneizadora de la globalización y a la vez una oportunidad para la creación de nuevos horizontes si existe la capacidad de reconocer la propia historia y de convivir con este proceso de manera adecuada. "Adecuada a las realidades propias de cada país. Es la novedad de la modernidad, construir actos reflexivos capaces de definir cómo se desea estar en el mundo. Para ello se requiere capacidad creativa y de renovación"⁶⁴.

De la misma manera y desde la institucionalidad internacional, la Declaración de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural de 2001, se ha convertido en referente indiscutible respecto a los principios de identidad y diversidad al exigir el reconocimiento de los derechos de los artistas y derechos de autor, así como

⁶² VVAA. 1999. Las industrias culturales en la integración latinoamericana. Coordinador Néstor García Canclini. Buenos Aires. EUDEBA. p.36

⁶³ HOPENHAYN, M. 2004. “Ser visibles o no ser nada: industrias culturales en el ojo del huracán” en Revista Polis N°9. p.6

⁶⁴ ORTEGA, E. Op.Cit. p. 14

salvaguardar el carácter específico de los bienes y servicios culturales por cuanto son portadores de identidad, valores y sentido.

En fin, se puede decir que actualmente existe una propensión a uniformar los contenidos y consecuentemente productos de las industrias culturales, lo que produce una asimetría entre una globalización diversificada y un empobrecimiento del ambiente cultural de la sociedad. Ante esta realidad es necesario el desarrollo de productos de las industrias culturales desde la diversidad, comparable - como lo consignó la UNESCO - a lo que en la naturaleza se entiende como biodiversidad⁶⁵.

⁶⁵ UNESCO. 2002. Declaración Universal sobre Diversidad Cultural. Johannesburgo. [en línea] > <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162s.pdf> <[consulta: 6 mayo 2013.]

IV. LA ECONOMÍA DE LA CULTURA

Como se ha señalado, históricamente la esfera de la economía y cultura se supusieron como ámbitos separados. Con mucha mayor frecuencia, la reflexión sobre la relación entre cultura y economía estuvo reservada sólo a filósofos, historiadores y sociólogos. Sin embargo y tal como lo señalan numerosos autores como Bonnet, García Canclini, Martín-Barbero y Puente, entre otros, esta realidad comenzó a cambiar a partir de la década de los sesenta, cuando la ciencia económica empieza a interesarse cada vez más y con mayor rigor por el análisis de las formas de producción, cadenas de valor, mercados culturales y audiencias. Sin embargo y tal como lo señala Octavio Gettino, existe un antecedente, que aunque aislado, se debe considerar a la hora de establecer una línea histórica respecto de los estudios de economía aplicados al campo de las artes, como es el trabajo sobre "El arte y la economía", publicado en la revista alemana *Volkswirtschaftliche Blätter* (Revista de Historia económica), en 1910⁶⁶.

En la misma lógica, Eugenio Ortega, señala que aun cuando el cruce entre ambas esferas - cultura y economía - se empezó a estudiar con mayor intensidad en las últimas décadas del siglo pasado, el pensador que con mayor profundidad analizó esta relación fue Max Weber en su fundamental obra "La ética protestante y espíritu del capitalismo", escrita en 1920, al respecto señala: "Weber ha mantenido una influencia determinante en la significación que la cultura puede llegar a tener en el desarrollo económico, en este caso del capitalismo. El objetivo de la investigación weberiana era descubrir si los orígenes del capitalismo europeo podían ser

⁶⁶ GETTINO, O. 2004. La cultura como capital. Ponencia elaborada para la ANEC (Asamblea Internacional de Economistas), La Habana.

explicados desde bases no únicamente económicas. Es esta la inquietud olvidada en muchos economistas en la actualidad. Más aún, Weber hace un largo esfuerzo por comprender las otras religiones del mundo para analizar como ellas influían o condicionaban el desarrollo"⁶⁷.

No obstante la consideración a la obra de Weber, se puede evidenciar, que a partir de la década de los sesenta, aparece un área especializada en la ciencia económica, la denomina Economía de la Cultura, que dio lugar a numerosos trabajos y estudios de casos. Uno de los más emblemáticos es sin lugar a dudas el trabajo realizado en 1965 por los economistas William Baumol y William Bowen, considerado como el precursor de los estudios de análisis del sector cultural, generando un nuevo y vigoroso interés hacia ese ámbito por parte de destacados economistas. Su trabajo "El dilema económico de las artes escénicas" (*Performing Arts: The Economic Dilemma*) es la obra que vendría a inaugurar esta especialidad. En el estudio se analiza el carácter regresivo en términos de productividad, de las artes escénicas como son el teatro, la danza y la ópera. Este dilema económico se denominará posteriormente la "enfermedad de los costos", debido a que el progresivo encarecimiento de las artes en vivo, a diferencia de la producción industrializada de otros sectores, donde la tecnología y reemplazo de la mano de obra permiten una reducción de costos y consecuentemente de los precios, permitiendo economías escala. Esta realidad dificulta la prolongación de espectáculos de las artes escénicas, en el tiempo, y de acuerdo con sus autores esta situación puede mitigarse con la aceptación por parte de público de un alza en los precios, o bien con la ayuda del Estado, abriendo un espacio a la generación de políticas públicas culturales fundada en información económica.

⁶⁷ ORTEGA, E..Op.Cit. p.4

Durante las siguientes décadas, destacados economistas norteamericanos y europeos, principalmente, desarrollan investigaciones considerando aspectos y herramientas del análisis económico en la cultura y las artes. Recién a fines de la década de los setenta, esta disciplina comienza a consolidarse a nivel internacional, en base a dos hechos: se crea la asociación académica de la especialidad y se inicia la publicación del "Journal of Cultural Economics", referente académico de la especialidad⁶⁸.

Como señala Bustamante⁶⁹ en la economía de la cultura el concepto de hilera, como rasgo distintivo de la producción en serie, transforma las actividades culturales permitiendo que éstas se conviertan en mercancías culturales, de esta forma el concierto se convierte en un disco, una obra teatral se convierte en un dvd, adaptándose a la industrialización y consumo masivo, expandiendo el estudio de la economía al sector cultural.

Aun cuando hoy en algunos sectores, la cultura se mira desde la economía de una forma instrumental que sólo implica réditos económicos, para otros sectores la cultura debería mantener su autonomía y ser núcleo de las sociedades, porque como bien señala Ramón Zallo: "los contenidos culturales comunicados nacen de actos de creación simbólica, implican procesos de trabajo y valorización peculiares por su propia naturaleza, suponen siempre algún proyecto estético y comunicativo independientemente de su calidad, se plasman en objetos o servicios culturales y

⁶⁸ BONET, L. Op.cit. p. 13

⁶⁹ BUSTAMANTE, E. 2009. De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación. Viejos y nuevos señuelos para la investigación de la cultura .Revista Felafacs n°78.

comunicativos, que son demandados por tales y tienen una eficacia social en forma de disfrute, conocimiento o vertebración social⁷⁰.

Reconocer las características esenciales de la cultura como capital cultural al que se confiere un valor, es una distinción fundamental tanto en el campo de la economía como en el de la cultura, porque en ambas existe una noción de valor, como señala David Throsby, porque “es posible considerar el valor como una piedra angular sobre la que se puede establecer la consideración conjunta de la economía y la cultura”⁷¹.

Es importante despejar que no se trata de reducir el estudio de la economía de la cultura, al crecimiento económico o al mercado. Se trata más bien, de incorporar herramientas de análisis económico de dimensiones tangibles, que junto a estudios multidisciplinarios: sociológicos, antropológicos, históricos y culturales, puedan construir marcos teóricos y metodológicos transversales, que favorezcan la definición de políticas públicas, planes de desarrollo e instrumentos de integración del sector cultural, distinguiendo sus sectores y subsectores.

⁷⁰ ZALLO, R. 2009. Industrias culturales y *Ciudades Creativas*. Ponencia en II Jornadas Ciudades Creativas. Industrias digitales y ciudades creativas. Barcelona.

⁷¹ THROSBY, D. 2001. *La Economía de la Cultura*. Madrid. Ed. Cambridge University Press.p.34

VII. CONSUMO CULTURAL

El consumo cultural define estilos de vida y formas particulares de acceder a la cultura, además de la manera de participación en la sociedad. Su estudio, señala García Canclini resulta ser un factor decisivo si se quiere conocer las necesidades y demandas de la población, evaluar los efectos de las acciones estatales o privadas y saber hacia dónde va el mercado de bienes simbólicos⁷².

Sabemos que hay muchas maneras de abordar el consumo de bienes. Sin embargo atenderemos a la especificidad del consumo cultural basándonos en la definición que nos entrega García Canclini, entendiéndolo como un “conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y cambio, o donde al menos éstos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”⁷³. En consecuencia y bajo esta visión, la distinción de los bienes culturales radica en el valor simbólico como una dimensión superior que somete a los valores tradicionales: económico y de uso, al valor estético.

Siguiendo a García Canclini la reconceptualización del consumo, debe servir para verlo, ya no sólo como el espacio de "gastos inútiles e impulsos irracionales sino como un lugar que sirve para pensar, donde se organiza gran parte de

⁷² GARCÍA CANCLINI, N. 1999. Artículo El consumo Cultural: una propuesta teórica en El consumo Cultural en América Latina. Coordinador Guillermo Sunkell. Bogotá Ed. Andrés Bello.

⁷³ Ibid. p. 42

racionalidad económica, sociopolítica y psicológica en las sociedades"⁷⁴, es decir la manera de participación en la sociedad.

Bajo el actual escenario de globalización, el predominio del modelo económico neoliberal y los avances tecnológicos, las actividades económicas y culturales que se desarrollan hoy en el mundo, ya no responden a una identidad nacional o local sino a una multiculturalidad productiva, donde la participación social se da mucho más por el consumo que por la participación ciudadana. Se puede constatar esta realidad en el hecho de que hoy se puede diseñar un producto cultural en un país, fabricar en otro y ensamblar en un tercero, para comercializarlo globalmente después.

Es así que la instalación definitiva del capitalismo, en la sociedad posmoderna, no sólo implica el desvanecimiento del sentido local o nacional, sino también la desaparición de antiguos límites causando "la erosión de la antigua distinción entre la cultura superior y (...) la cultura de masas o popular"⁷⁵. Para Jameson la transformación de la esfera (campo) de la cultura en la sociedad contemporánea, no sólo desdibuja la diferencia entre alta y baja cultura, mucho más allá de eso, modifica la experiencia estética y la de consumo. Como señala este autor, en el posmodernismo, la capacidad subversiva que antes tuvieron los movimientos culturales modernos; cargadas de confrontación y rechazo, dará paso a la aceptación social de las actuales producciones estéticas, debido a la institucionalización y normalización de estas.

⁷⁴ GARCÍA CANCLINI, N. 1995. Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México. Ed. Grijalbo. p.16

⁷⁵ JAMESON, F. 2002. El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo. Buenos Aires. Ed. Manantial. p. 16

Siguiendo a Jameson, la lógica cultural en el posmodernismo, está íntimamente vinculada a la consagración del capitalismo tardío "consumista o multinacional", especificando que asistimos a "nuevos tipos de consumo; obsolescencia planificada, un ritmo cada vez más rápido de cambios en la moda y los estilos; la penetración de la publicidad, la televisión y los medios en general a lo largo de toda la sociedad en una medida hasta ahora sin paralelo..."⁷⁶. Se establece así una condición específica en el posmodernismo que está en el centro de su problemática, esto es que copia y reproduce la lógica del capitalismo consumista, una especie de tautología infinita.

La consolidación del modelo de desarrollo capitalista imperante en el mundo occidental en el siglo XX, y particularmente en Chile a partir de la década de los ochenta, si bien ha aportado a la democratización cultural, elevando los niveles de consumo y específicamente el consumo de bienes culturales, no ha logrado contrarrestar la asimetría de producción de expresiones locales y las provenientes de empresas transnacionales. Como veíamos, colaboran con este proceso los efectos de la globalización que tiene como base la retirada del estado – nación como fuente de producción cultural y la interdependencia de las economías a escala mundial que forman un mercado cultural global. Como indica el PNUD, la diversificación y masificación de bienes y servicios culturales que genera la industria, comienza a desdibujar las definiciones tradicionales de "alta cultura" y "cultura de masas", entre "bellas artes" y "entretenimiento"⁷⁷.

En opinión de Jesús Martín-Barbero esto significa que las fuentes de producción de la cultura pasan de los estamentos de poder y autoridad, a la lógica

⁷⁶ Ibid. p.37

⁷⁷ PNUD. 2002. Informe de Desarrollo Humano. Nosotros los chilenos; un desafío Cultural. Santiago

del mercado y la industria⁷⁸. De esta forma y aun cuando se ha ampliado la demanda de bienes culturales y la posibilidad de acceder a éstos, ya sea desde el modo intrínseco o habitus, como también por los capitales adquiridos, en términos de Bourdieu, se ha restringido su diversificación. Así también, como señala García Canclini, reflexionar sobre el consumo (cultural) sirve para evidenciar que "cuando seleccionamos los bienes y nos apropiamos de ellos, definimos lo que consideramos públicamente valioso, las maneras en que nos integramos y nos distinguimos en la sociedad"⁷⁹. Es decir, y recordando a Bourdieu, en la actualidad las relaciones sociales se construyen menos por la lucha de los medios de producción y mucho más por la apropiación de los medios de distinción simbólica.

Hace cincuenta años las industrias culturales atendían a una demanda pequeña y específica, que se limitaban casi exclusivamente a la educación y tiempo libre. Hoy en cambio al aumentar el tiempo libre de que disponen las personas, el aumento del número de años de educación, junto a los cambios introducidos desde las industrias culturales y la digitalización, su consumo se extiende a la vida cotidiana y al conjunto del proceso económico⁸⁰. Si hace medio siglo las industrias culturales se reducían al libro, la prensa, la radio y el cine, hoy en cambio el abanico se ha ampliado a galerías y museos, festivales y fiestas y al diseño, entre otros, impactando en los hábitos de consumo cultural. Es decir, el modelo de desarrollo posibilita procesos de mercantilización y masificación de bienes culturales y con ello se inaugura una nueva forma de uso y apropiación de los bienes culturales.

⁷⁸ MARTÍN-BARBERO, J. 1999. Las Transformaciones del Mapa: Identidades, Industrias y Culturas, artículo en América Latina: un espacio cultural en un mundo globalizado. Manuel Antonio Garretón, coordinador. Bogotá. Convenio Andrés Bello.

⁷⁹ GARCÍA CANCLINI, N. Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México Ed. Grijalbo.

⁸⁰ VVAA. 1999. Las industrias culturales en la integración latinoamericana. Coordinador Nestor García Canclini. Buenos Aires. EUDEBA. pp. 61-62

Un ejemplo de lo anterior, se evidencia en la II Encuesta de Participación y Consumo Cultural, realizada en nuestro país en el año 2009, se señala que un 66,7 por ciento de las personas afirma que el acceso a la cultura es más fácil que hace cinco años. Este resultado está lejos de la realidad de países desarrollados, considerando además que esta percepción no ha crecido significativamente; aumentando sólo 4,2 puntos porcentuales entre 2005 y 2009⁸¹.

Esta particularidad del consumo cultural hoy, es posible debido a la relativa independencia lograda por los campos artísticos e intelectuales en la modernidad, que en la posmodernidad, será desplazada "por prácticas más modestas y decorativas en que la belleza sensorial es una vez más el corazón del asunto"⁸².

⁸¹ CNCA. 2009. Estudio sobre consumo cultural. [en línea] > <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Segunda-Encuesta-Nacional-de-Participaci%C3%B3n-y-Consumo-Cultural.pdf> <[consulta: 7 julio 2013.]

⁸² JAMESON, F. Op.Cit. p. 164

PARTE II

EVOLUCION CONCEPTUAL, DE LA INDUSTRIA CULTURAL A LAS INDUSTRIAS CULTURALES

I. INDUSTRIA CULTURAL Y BIEN SIMBÓLICO.

La expresión Industria Cultural fue empleada por primera vez por los filósofos alemanes Teodoro W. Adorno y Max Horkheimer, en su libro “Dialéctica de la razón” de 1947. Los llamados teóricos de la Escuela de Frankfurt crearon los conceptos de *industria cultural* y de *reproductibilidad* del acto creador.

Adorno y Horkheimer, definen el concepto de industria cultural como la “actividad que integra bienes culturales de cualquier especie en el marco de proyectos de ganancia económica, favoreciendo su conservación y difusión”.⁸³ Como advierte David Throsby se puede apreciar el sentido negativo contra la mercantilización de la cultura⁸⁴, concepción que se va modificando en el transcurso de los años, perdiendo su carácter desfavorable y añadiendo una segunda diferencia, se comienza a utilizar la expresión en plural: Industrias Culturales, para dar cuenta de los diversos sectores económicos y culturales involucrados en ellas.

Las reflexiones de Adorno y Horkheimer respecto a la industria cultural, han sido cuestionadas por su marcado dogmatismo, considerándolas pesimista y

⁸³ HORKHEIMER, M y ADORNO W T. 1987. Dialéctica de la razón. Buenos Aires. Ed. Sudamericana.

⁸⁴ THROSBY, D. Op.Cit. p. 26

elitistas. Sin embargo, el contexto histórico y la polarización ideológica, justificarían su visión. Al respecto Jesús Martín-Barbero reflexiona: "La experiencia radical que fue el nazismo está sin duda en la base de la radicalidad con que piensa la Escuela de Frankfurt. Con el nazismo el capitalismo deja de ser únicamente economía y pone al descubierto su textura política y cultural: su tendencia a la totalización"⁸⁵. De ahí la crítica pesimista y resguardo del lugar estratégico atribuido a la cultura, por la Escuela de Frankfurt, contra la mercantilización de ésta.

Aun cuando los teóricos de Frankfurt, tienen el mérito de acuñar el término de Industria Cultural, no se puede olvidar que fue Walter Benjamin, uno de los primeros en advertir la transformación de la sociedad por medio del modelo industrial, incluso algunos años antes que los de Frankfurt⁸⁶, y más importante aún, su visión al reconocer la transformación de la experiencia estética, que por primera vez en la historia, se extiende a grandes sectores de la población.

Muestra de lo anterior es el acercamiento que tiene Benjamin hacia la fotografía. El problema para él no es si ésta puede o no ser considerada entre las artes, sino que el arte y sus modos de producción y función social, estaban siendo modificados por la fotografía, en cuanto a expresión material de esta nueva realidad⁸⁷. Benjamin advirtió que la relación de las masas con la cultura empezaba a cobrar sentido desde la experiencia y producción, desde la percepción y el uso. Al respecto señala: "Quien se recoge ante una obra de arte se sumerge en ella...por el contrario la masa dispersa sumerge en si misma a la obra artística"⁸⁸, reconociendo

⁸⁵ MARTÍN-BARBERO, J. 1987. Industria cultural: capitalismo y legitimación, en Martín-Barbero, J. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona. Ed. Gustavo Gilli. pp. 48 a 71

⁸⁶ Para algunos autores W. Benjamin pertenece a esta Escuela, mientras que para otros su obra fue utilizada por los de Frankfurt.

⁸⁷ MARTÍN-BARBERO, J. Op.Cit. pp. 48 a 71

⁸⁸ BENJAMIN, W. 1982. La obra de arte en la era de la reproducción técnica, en Discursos interrumpidos I. Madrid .Ed. Taurus.

la evolución de la experiencia estética en las categorías de disipación y recogimiento, en las masas.

La conceptualización, con trazas de pecado original, de la que daban cuenta Adorno y Horkheimer y que se inició con la irrupción técnica en el mundo de la cultura, empieza un creciente proceso de evolución en el cual colaboran cambios sociales de mayor envergadura. Como explican Armand Matterlat y Jean Marie Piemme en los años 80: "No se trata ahora de excusar a las industrias culturales por la amenaza de uniformidad que imponen, con fines de rentabilidad económica, y de control ideológico, sobre los productos culturales, ni de negar que la cultura esté amenazada por un proceso de mer-cantilización. Pero es preciso constatar que en ciertos casos, la crítica legítima de la industria cultural está demasiado estrechamente ligada a la nostalgia de una experiencia cultural exenta de vínculos con la tecnología"⁸⁹. De este modo la profundización teórica en torno a las industrias culturales focalizará su preocupación en comprender el funcionamiento material de la cultura, dejando atrás su concepción negativa, desplazándose hacia una concepción más favorable y de mayor aceptación.

Muchos de los estudios desarrollados en los inicios sobre las Industrias Culturales buscaban abordar el rol y campo de las industrias culturales desde la perspectiva única de la comunicación, haciéndose cargo del fenómeno de la "cultura de masas", desatendiendo en algunos casos, el estrecho vínculo existente entre comunicación social y cultura, reduciendo su estudio a una visión

⁸⁹ MATTERLAT, A y PIEMME, J. M. Las Industrias Culturales: Génesis de una idea. [en línea] > http://cmappublic2.ihmc.us/rid=1131318691578_1619685285_1144/Mattelart%20Industrias%20Culturales%20genesis%20de%20una%20idea.pdf <[consulta: 21 mayo 2013.]

mediacéntrica de la comunicación⁹⁰. Más frecuentes y en la línea de la presente investigación, se encuentran los estudios que aun reconociendo el carácter industrial y mercantil de estas industrias, consideran su contenido simbólico como un aspecto central, atendiendo además a su alcance en cuanto a actividades culturales y comunicativas, conformando un campo epistemológico en construcción hasta el día de hoy.

Sería injusto no considerar como una fuerza dinamizadora en torno a las industrias culturales, los estudios desarrollados por los economistas de la cultura, además de los ya citados de Baumol y Bowen en Estados Unidos, en la misma década del 60 y 70, aparecen también las investigaciones que llevaron adelante un grupo de economistas franceses, analizando diferentes sectores de la cultura: el disco, el cine, editoriales, y también la prensa, la radio y la televisión⁹¹.

En la misma época y con significativa importancia, surgieron los trabajos de Pierre Bourdieu en el ámbito de la sociología cultural, quien puso en el centro de su trabajo cuestiones culturales y simbólicas, fijándose particularmente en el arte, la educación, la cultura, y sus públicos. También se deben considerar los aportes de otros analistas de la economía política de la comunicación y la cultura, como Bernard Miége en la Escuela de Grenoble, los británicos Nicholas Garnham y Phillip Schlesinger y los ya mencionados Armand Matterlat y Jean Marie Piemme, por citar sólo algunos. Asimismo, se debe considerar, el trabajo del crítico y teórico Frederic Jameson que comienza a valorizarse a partir de la década del 80, por sus estudios sobre la sociedad y la cultura en la era posmoderna.

⁹⁰ BUSTAMANTE, E. 2009. De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación. Viejos y nuevos señuelos para la investigación de la cultura .Revista Felafacs n°78

⁹¹ BUSTAMANTE, E. Ibid.

Recién en la década del 90, con la consolidación definitiva del capitalismo en la sociedad occidental, tras la caída de los muros, junto a la creciente globalización y alto desarrollo tecnológico, la expansión e interés de los estudios sobre las industrias culturales llegó hasta España, Canadá y América Latina, como se puede comprobar en los trabajos de investigadores como Enrique Bustamante y Ramón Zallo en España, los canadienses del centro de investigación Gricis: Gaetan Tremblay y Jean- Guy Lacroix, y los latinoamericanos Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero y Octavio Gettino, entre otros. En general, los trabajos de los investigadores latinoamericanos, tienen una especial preocupación por la desigual capacidad de producción y circulación de los bienes culturales, advirtiendo que debido a la concentración que imponen los conglomerados de los países desarrollados, especialmente Estados Unidos, los contenidos culturales tienden a la homogeneización. En palabras de Martin Hopenhayn "es un nuevo universo paradójico: descentrado en sus contenidos pero concentrado en su capitalización económica"⁹².

En la misma línea, García Canclini destaca el carácter ambivalente de las industrias culturales⁹³ ya que por una parte genera valor a los contenidos simbólicos desarrollados por cada sociedad y por otra genera conflictos respecto de los usos del patrimonio de los pueblos y derechos de autor, debido a que generalmente somete a los "países débiles" ante megaempresas transnacionales.

⁹²HOPENHAYN, M. 2004. Ser visibles o no ser nada: industrias culturales en el ojo del huracán en Revista Polis N°9. p.2

⁹³ GARCÍA CANCELINI, N. 2002. Las Industrias Culturales y el desarrollo de los países americanos. Portal Iberoamericano de gestión cultural. [en línea] > <http://www.oas.org/udse/espanol/documentos/1hub2.doc> <[consulta: 21 mayo 2013.]

Esta apreciación de García Canclini y los aportes de su trabajo nutren la definición que realiza sobre las Industrias Culturales, identificándolas como: "el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de la mayorías"⁹⁴.

Al trabajo realizado por especialistas, centros de estudios y otros, se suma la alerta de distintos países que comienzan a preocuparse por el impacto de los sectores relacionados con las industrias culturales en el marco de las políticas públicas: económicas, sociales y culturales.

En el ámbito institucional, la UNESCO aborda por primera vez el rol de las Industrias Culturales, en el marco de la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Interculturales en Europa, Helsinki 1972. Se expresa la posibilidad de reconocer a las industrias culturales como medio de creación, de expresión y de acceso a la cultura. En consecuencia se reconoce un nuevo campo en el ámbito de la cultura, generando al mismo tiempo preocupación, no sólo por el marco conceptual, sino también por el marco normativo que debía buscar nuevas formas de políticas culturales.

Algunos años más tarde y debido a la constatación del creciente desarrollo de las industrias culturales, y la desregulación normativa en que históricamente se habían desarrollado, la UNESCO en su Conferencia General de 1978 en Paris, aprueba la creación de un programa de investigaciones comparadas sobre la

⁹⁴ GARCÍA CANCLINI, N. Ibid.

función y lugar de las industrias culturales en el desarrollo cultural de las sociedades. Como resultado de este programa y de la Conferencia realizada en Montreal en 1980, que convocó a especialistas en disciplinas de las ciencias sociales y la cultura, se publicó en 1982 el texto "Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego", obra que reunía las reflexiones y estudios realizados por expertos de varios países, y que habían sido previamente debatidos en Montreal.

Tal como se indica en el prefacio de este texto, se intenta exponer los problemas relacionados con "la definición y el campo de las industrias culturales, su funcionamiento, alguna de sus ramas, su incidencia sobre grupos sociales"⁹⁵. Ambiciosa intención que a pesar de la disparidad de los planteamientos expuestos, sentará las bases conceptuales y programáticas para la consideración de las industrias culturales como un nuevo sector de creación y producción de bienes simbólicos. Se destaca entre los aspectos positivos; que las industrias culturales colaboran con una nueva realidad cultural más democrática y participativa, que es a la vez factor de desarrollo económico y social. Como contraparte se menciona entre los aspectos considerados negativos: la homogeneización de los contenidos y la hegemonía que podrían imponer ciertos conglomerados privados.

La definición contenida en este texto sobre industria cultural señala:" Se estima que, en general que existe una industria cultural cuando los bienes y los servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural"⁹⁶. Este primer esfuerzo institucional por definir el campo de acción y funcionamiento de las

⁹⁵ VVAA.1982. Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego. UNESCO. [en línea]
><http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001353/135399so.pdf> <[consulta: 7 julio 2013.] p.8

⁹⁶ Ibid. p. 21

industrias culturales, si bien se reconoce como una buena aproximación al conocimiento y estudio de éstas, da cuenta de una cierta resistencia a vincular el ámbito económico y el cultural.

En suma, si bien se puede considerar a las convenciones de Helsinki y Montreal como antecedente relevante en la definición y problematización de este nuevo sector de la cultura, se estima que es partir de los años 80, cuando se comienza a utilizar la expresión en plural: Industrias Culturales, para dar cuenta de los diversos sectores económicos y culturales involucrados en ellas. Se puede decir que uno de los elementos dinamizadores de este proceso, se encuentra en el texto ya mencionado: "Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego". Al respecto Armand Matterlat señala que es posible considerar que en el año 1978 ya se había incorporado y normalizado el concepto de industrias culturales, en plural⁹⁷.

Luego de más de dos décadas, en el año 2002, UNESCO realiza una revisión del concepto para luego redefinir a las industrias culturales como: "aquellas industrias que combinan creación, producción y comercialización de contenidos que tiene una naturaleza cultural, que típicamente están protegidos por derechos de propiedad intelectual y que pueden adoptar la forma de servicios y bienes tangibles e intangibles"⁹⁸. En otras palabras, se puede decir que en esta concepción una industria cultural es cualquier entidad con la misión de crear, producir y distribuir eventos, bienes, productos y servicios culturales.

En este contexto, es claro que el objetivo de análisis, desde la institucionalidad y numerosos estudios llevados adelante, se basan en conocer el

⁹⁷ Ibid.

⁹⁸ UNESCO. 2002. Declaración Universal sobre Diversidad Cultural. Johannesburgo. [en línea] > <[consulta mayo 2013.]

funcionamiento material de la cultura y su particularidad respecto de otras industrias. Por una parte considera su carácter estandarizado, que no anula su valor creativo, cargado de contenidos simbólicos, fuente de identidad que favorece la participación y diversidad cultural y por otra, como reflexiona Bustamante: "las mercancías culturales se comportan de forma especial: parten de prototipos únicos, aunque luego se reprodujeran de forma masiva; siguen ligadas a la personalidad irrepetible de sus creadores"⁹⁹. Con todo, el elemento diferenciador de las Industrias Culturales es que su actividad mercantiliza una creación simbólica, desde donde emerge la capacidad creadora.

El enriquecimiento de esta concepción, incorpora explícitamente la noción de los creadores y su capacidad creativa, ampliando el concepto original. De esta forma y como una especie de evolución y extensión del concepto, comenzará a surgir, particularmente en Gran Bretaña y Australia en los años 90, la denominación "industrias creativas" que se abordará en el capítulo siguiente.

Evidentemente, la importancia económico - cultural que han alcanzado las industrias culturales las han convertido en un tema tan relevante como controversial. Como se ha expuesto, la principal razón y la más gravitante, es que no se industrializa un bien material, sino un bien simbólico. Es por esto que, a juicio de numerosos expertos, las industrias culturales deben tener un tratamiento de excepción en materias comerciales. Prueba de ello es que paulatinamente la institucionalidad política a través de organismos internacionales primero, y luego por medio de las políticas públicas nacionales, comienzan a preocuparse por conocer y regular este nuevo campo de acción económico y cultural, llegando a

⁹⁹ BUSTAMANTE, E. Op. Cit.

considerar que los bienes de las industrias culturales deben considerarse materia de "excepción" cultural en los Tratados de Libre Comercio (TLC), por ejemplo¹⁰⁰.

Como señala Lucina Jiménez “el tema de las industrias culturales se coloca entonces en el vértice de la relación entre cultura y economía, la cual debe ser vista desde una perspectiva ajena a los prejuicios que la han rodeado, a partir de una visión que no confunde ni reduce la economía al mercado”¹⁰¹. El reconocimiento de la creciente importancia estratégica de las industrias culturales ha abierto el debate sobre la formulación de políticas de Estado que articulen la acción pública, privada y tercer sector.

De acuerdo con varios investigadores, Yúdice considera que la importancia de las industrias culturales, a las que denomina “industrias creativas”, está en íntima relación con su carácter transversal, que las vincula con la ecología, la economía, el turismo, y otras esferas que inciden en el desarrollo cultural, ampliando los sectores y horizontes de estas.

Convencido de que la cultura es un recurso, Yúdice señala: “La cultura genera enormes ingresos en países como Reino Unido y Estados Unidos (más del 8% del PIB) y aún en países como México (6,7 %). Esto es mucho más de lo que genera el sector manufacturero y el agrícola....Cuando se plantea esta cuestión desde la óptica de las “industrias creativas” no hay división entre lo culto y lo

¹⁰⁰ En la política cultural “Chile quiere más cultura”, se considera esta excepción como una condición indiscutible al momento de negociar los tratados internacionales.

¹⁰¹ JIMENEZ LÓPEZ, L. 2004. Seminario Industrias Culturales y Desarrollo Sustentable. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Secretaría de Relaciones Exteriores de México y la OEI.

popular, sino un conjunto de actores que constituyen un sector o cluster de sectores que se retroalimentan".¹⁰²

El término " industrias creativas" y sus contenidos, no tienen más de veinte años de existencia, sin embargo ha penetrado rápidamente en los discursos y estudios de organismos culturales internacionales, en la administración pública y organizaciones civiles. La expansión del término ha llegado a tal punto, llegándose a reconocer en la actualidad implícita o explícitamente ambas formas como sinónimos intercambiables.

En el siguiente capítulo se abordará la tensión y relación de las industrias culturales y las industrias creativas, desde el interés teórico al práctico, los sectores y subsectores que las incluyen y una visión crítica respecto de un cierto desplazamiento semántico facilista que sustituye el concepto de industria cultural por el de industria creativa¹⁰³.

Finalmente y volviendo a las Industrias Culturales, a partir de los numerosos aportes teóricos y análisis de sectores específicos de estas industrias, es posible distinguir una teoría acerca de ellas, sin olvidar que aún hoy es un campo epistemológico en construcción. En este sentido y en este momento de la investigación, se buscará abordar la conceptualización de las Industrias Culturales identificando los sectores y subsectores que las componen, para dar cuenta de los diversos sectores económicos y culturales involucrados en ellas.

¹⁰² CÁRDENAS, E. Entrevista a George Yúdice, Diario "El Mercurio", Domingo 14 de agosto 2005.

¹⁰³ ZALLO, R. 2009. Industrias culturales y Ciudades Creativas. Ponencia en II Jornadas Ciudades Creativas. Industrias digitales y ciudades creativas. Barcelona.

En la segunda parte, capítulo IV se presentan distintos modelos de clasificación de acuerdo a los sectores y subsectores de estas industrias incluyendo también a las industrias creativas.

II. INDUSTRIAS CULTURALES E INDUSTRIAS CREATIVAS

El término "industria creativa" e "industria cultural" se usan a veces como sinónimo. En otras se argumenta que la industria cultural es de hecho una especialización de la industria creativa, pues algunas disciplinas de la industria creativa -como por ejemplo el diseño o la publicidad- no pueden considerarse como cultura. Evidentemente, uno de los elementos que contribuyen a la dificultad de conceptualizar qué son las industrias culturales proviene de la delimitación de los sectores que deben considerarse culturales.

A partir de esta discusión sobre los límites de la industria creativa y su relación con la industria cultural, como una posible delimitación inicial, se incluye la categorización de la UNESCO sobre industrias creativas contenida en el informe sobre Economía Creativa,¹⁰⁴ se propone una clasificación de "bienes creativos" mediante el cruce de dos dimensiones: el uso principal del producto y la organización productiva que subyace a él, ver tabla N°4.

Lo anterior supone, una tensión entre los sectores y productos culturales más clásicos: simbólicos y artesanales y los nuevos sectores creativos: simbólicos, pero de producción y consumo en masa. Lejos de pretender cerrar la discusión, esta clasificación es una aproximación a múltiples delimitaciones que se abordarán más adelante.

¹⁰⁴ PNUD, 2008. Informe sobre economía Creativa. [en línea] > http://unctad.org/es/docs/ditc20082ceroverview_sp.pdf
<[consulta: 21 mayo 2013.]

Cuadro N°4 Clasificación de bienes creativos

				<u>Organización Productiva</u>	
		Artesanal	Masiva		
<u>Uso principal</u>	Estético	Artes	Industrias Culturales		
	Funcional	Diseño	Diseño Industrial		

Informe sobre Economía Creativa PNUD, 2008

La clasificación elaborada por UNESCO sobre bienes creativos se puede articular con la definición “amplia” que realiza este organismo sobre las industrias culturales y creativas, reconociendo previamente que existe una diversidad de enfoques, propone: “Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial¹⁰⁵”.

Ciertamente la definición de la UNESCO y otras similares consideran importante que estos bienes, productos y servicios culturales estén protegidos por leyes de propiedad intelectual y *copyright*, aunque tampoco lo considera imprescindible. Sin olvidar que buena parte de las industrias culturales enmarcan su ámbito de acción bajo el modelo de propiedad intelectual¹⁰⁶, aunque las que están más vinculadas a tecnologías de la información recurren a modelos alternativos, como *Creative Commons*¹⁰⁷ que es un modelo amplio, que no busca disminuir el

¹⁰⁵ UNESCO, 2010. Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. [en línea] > http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/UNESCO_CulturalandCreativeIndustriesguide_01.pdf <[consulta: 6 mayo 2013.]

¹⁰⁶ El modelo británico de la DMCS, OMPI y UNCTAD, se basan en los derechos de propiedad intelectual y se revisarán en el capítulo siguiente.

¹⁰⁷ *Creative Commons*: en español Bienes Comunes Creativos es una licencia que permite usar y compartir, las creaciones y conocimiento a través de instrumentos jurídicos gratuitos.

impacto de la piratería y otras transgresiones a la propiedad intelectual. Así, un modelo basado en licencias Creative Commons no viola la propiedad intelectual de ningún autor, sino que ofrece una alternativa más libre, permitiendo la reutilización de sus creaciones en otras obras.

El economista David Throsby habla de bienes y servicios culturales, sin utilizar la palabra creativo y los define como aquellos que: implican alguna forma de creatividad, hacen referencia a la generación y transmisión de significado simbólico e implica la existencia de propiedad intelectual al menos potencialmente.¹⁰⁸

En tanto, el investigador Philip Schlesinger profundiza aún más la tensión entre Industrias Culturales e Industria Creativa, al rescatar la definición originaria de las industrias creativas basada en la creatividad individual, en cuanto su capacidad de generar propiedad intelectual, y en el aprovechamiento de ésta como base para la creación de riqueza y empleo. En definitiva una definición economicista, que olvida la función comunicativa y simbólica de una cultura: “así, la concepción de las industrias creativas debe constituir una ruptura con la idea de las industrias culturales. Y esto tiene importantes consecuencias para las políticas públicas. En otras palabras, la cultura es desplazada por la creatividad.”¹⁰⁹ Ciertamente la sustitución de la esfera simbólico cultural por la capacidad creativa, acarrea efectos de distorsión y suplantación inadvertidos hasta ahora.

Respecto a la correspondencia que frecuentemente se le asigna a los conceptos industria cultural e industria creativa, Ramón Zallo distingue que "la

¹⁰⁸ THROSBY, D. Op. cit. p 123 – 127

¹⁰⁹ SCHLESINGER, P . 2008. La creatividad como inspiradora de políticas públicas. Artículo: Center for Cultural Policy Research. University of Glasgow.

cultura siempre es creación física, inmaterial o de sentido, y siempre es innovación, pero poca parte de la innovación o de la creación son cultura en sentido estricto¹¹⁰. Resulta evidente que el uso equivalente del concepto limita el rol de la cultura al desdibujarla y sustituirla por conceptos genéricos que le restan su valor de identidad, cohesión y fundamento social.

Además y relativo a la cultura como objeto de estudio de las disciplinas sociales, Zallo señala que dada la función social de la cultura y la comunicación, no es posible reducirla a la creatividad¹¹¹, la que considera una aptitud que bien podría ser objeto de estudio de las ciencias del comportamiento.

Coincidiendo con la visión de Zallo respecto a los límites de estos conceptos, Enrique Bustamante cree que la expansión descontrolada del término industrias del entretenimiento o industrias del ocio, primero y luego industrias de contenido, se encuentran en la raíz de la amalgama conceptual que amplía las actividades culturales a las deportivas, a la de los parques recreativos, ferias y otros. Al respecto señala que esta vaguedad de las industrias culturales transformadas ahora, en industrias creativas como resultado de una ampliación conceptual¹¹², se debe a la idea de algunos investigadores que argumentan que las industrias culturales no logran dar cuenta de los nuevos medios digitales y otros que han aparecido proponiendo que las redes crean mecánicamente la cultura. De acuerdo con este autor, esta saga terminológica terminará dando paso al término industria creativa, que fortalecido frente a los términos anteriores, logrará permear el discurso y los estudios de organismos culturales.

¹¹⁰ ZALLO, R. Op.Cit.

¹¹¹ ZALLO, R. Ibid.

¹¹² BUSTAMANTE, E .Op. Cit.

Se reconoce que históricamente los antecedentes del término Industria Creativa se remontan a los años 90 en Australia, con la aparición del documento *Creative Nation*, (Nación Creativa) elaborado por el gobierno australiano. Proponía una política cultural orientada tanto a las artes como a su relación con las nuevas tecnologías de información y comunicación.¹¹³ Su introducción en Europa se materializa a través del Reino Unido mediante las diferentes instituciones del Nuevo Laborismo; como concepto clave y recurso para el desarrollo de la “Tercera vía”, quienes elaboran su propio *Creative Task Force* (Grupo de Trabajo Creativo), inaugurando el discurso oficial de la creatividad, desde la esfera política. A partir de este momento el terreno de las Industrias Creativas se extenderá por toda Europa encontrando eco en organismos como la Unión Europea y la OCDE, convocadas a difundir la necesidad de estudios sobre creatividad, industrias creativas y su contribución a la economía europea.

En el Reino Unido, el modelo utilizado por el Departamento de Cultura, Medios y Deportes (DCMS por su sigla en inglés), sobre industrias creativas incluía además de las ya tradicionales industrias culturales, al diseño, la arquitectura, la publicidad, la moda, las artes, la artesanía y antigüedades, las artes escénicas, el software y los videojuegos. La selección de los sectores incluía actividades que no se pueden catalogar como industriales; como las antigüedades o las artes, y a la vez dejaba fuera del modelo a las bibliotecas y los museos, entre otros¹¹⁴.

¹¹³ BUSTAMANTE, E. Ibid.

¹¹⁴ ZALLO, R. 2009. Industrias culturales y Ciudades Creativas. Ponencia en II Jornadas Ciudades Creativas. Industrias digitales y ciudades creativas. Barcelona.

Una clasificación interesante, por su grado de aceptación, es la elaborada por la Unión Europea en el informe sobre la “Economía de la cultura en Europa”¹¹⁵ (U.E, 2006) se muestra en anexo N° 2, es similar al modelo elaborado por David Throsby, que se presenta en el siguiente capítulo. Este ordenamiento se representa en tres círculos concéntricos: en el primero están las artes: *fields* y las *performing arts* además del patrimonio, en el segundo círculo se encuentran el libro, film, el disco, la radio, televisión y prensa, y en el tercero la creatividad¹¹⁶.

En 2008 la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), se suma a los lineamientos que ya habían realizado la UE y OCDE, al retomar el concepto y teorizar sobre al industrias culturales¹¹⁷, ampliando su significado al acercarlo al de industrias creativas, definiéndolas como: "un concepto evolutivo basado sobre las ventajas creativas que generan un crecimiento económico y desarrollo, que crea empleo, exportaciones, mientras promueve la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano"¹¹⁸. Con todo una definición que más que un aporte clarificador, recoge un enfoque que se ha posicionado de la mano de numerosos centros de estudios, así como del GATT (General Agreement of Tariffs and Trade) en español: Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio y la OMPI (Organización Mundial de Propiedad Intelectual, WIPO por sus siglas en inglés)¹¹⁹, donde las industrias creativas empezarán a relegar a la industrias culturales, aun cuando bajo este modelo el sector patrimonial y el de las artes son gravitantes para las industrias creativas.

¹¹⁵ El Modelo de la U.E se excluye del Capítulo X, por considerar que su diseño está basado en el denominado Modelo de Throsby.

¹¹⁶ U.E. 2006. [en línea] > <http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew.pdf> <[consulta: 21 julio 2013.]

¹¹⁷ ZALLO, R. Op.Cit p. 13 – BUSTAMANTE, E. Op.Cit p.15

¹¹⁸ UNCTAD 2008. Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo. p. 4 [en línea] > http://unctad.org/es/docs/ditc20082ceroverview_sp.pdf <[consulta: 7 mayo 2013.]

¹¹⁹ BUSTAMANTE, E. Op. Cit.

Cabe recordar lo expuesto por Yúdice al respecto, al considerar que el interés de la economía por la cultura y creatividad, no ocurrió espontáneamente, sino que fue sistematizado por medio de acuerdos sobre el comercio y la propiedad intelectual, tales como el GATT y la Organización Mundial de Comercio (OMC)¹²⁰.

Como advierte Zallo, no se puede reducir a las industrias culturales y al sector artístico a una simple sección o subconjunto de las industrias creativas, porque esto puede tener efectos negativos¹²¹, a su entender por tres razones fundamentales; en primer lugar porque no se puede reducir el concepto de cultura al de creatividad e innovación; en segundo lugar porque no se puede dejar al mercado como único regulador de este campo y finalmente y encadenado al anterior porque las políticas públicas terminen beneficiando a sectores creativos no culturales.

Evidentemente, las industrias creativas constituyen un componente cada vez más importante en las economías postindustriales basadas en el conocimiento. No sólo contribuyen al crecimiento económico y la creación de empleo, como universalmente se comparte, sino que también, algunos de sus bienes actúan como elementos vehiculares en la transmisión de la identidad cultural, aspecto éste esencial en la difusión y promoción de la diversidad cultural.

En fin se trata de visiones y realidades a las que parece imposible escapar, circunscritas al mercado y donde la unificación por la creatividad, pareciera dejar de lado el origen y finalidad de los contenidos simbólicos, que vaciados de su

¹²⁰ YÚDICE, G. 2002. El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global. Barcelona. Ed. Gedisa, pp. 27 - 31

¹²¹ ZALLO, E. Op. Cit 12-13

dimensión cultural, su dimensión de comunicación simbólica y colaboración a la cohesión social, pierde su función de sentido social y de identidad.

III. DIMENSIONES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

El interés por diferenciar el campo de las industrias culturales, su funcionamiento y sus sectores, es una cuestión que se ha mantenido en el centro de las reflexiones y debates, éstas se habían iniciado con mayor decisión la década de los años 80¹²² y continúan en la actualidad complejizándose aún más con la irrupción de las denominadas industrias creativas.

Primero que todo, reconocer las características esenciales de la cultura como capital cultural al que se asigna un valor, es una distinción fundamental tanto en el campo de la economía y de la cultura, porque en ambas existe una noción de valor, como piedra angular. Sin embargo, esta condición se diluye al abordar algunos conceptos económicos como son industria, sector, actividades o ramas, aportando un grado de complejidad, que se profundiza todavía más cuando se asume que va de la mano con procesos propios de la cadena productiva, es decir: creación, producción, distribución y consumo.

Se agrega a esta problematización el uso de la extensión de los conceptos de Industrias Culturales e Industrias Creativas, como advierte Zallo: "No sería bueno que la cultura fuera subsumida, diluida y, sobre todo, sustituida por los conceptos genéricos de "innovación" o de "industrias creativas". Estos conceptos "sacos sin fondo", amplísimos, de temáticas muy diversas, serán de dudosa

¹²² VVAA. UNESCO 1982. Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego. , México. [en línea] > <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001353/135399so.pdf> <[consulta: 7 julio 2013.] .p.17

funcionalidad para la economía de la cultura si no se precisan siempre los campos que contienen para saber cómo le va a cada uno de ellos"¹²³.

Esta advertencia arrastra una consecuencia mayor, a saber el reconocimiento de que uno de los elementos que contribuyen a la dificultad para conceptualizar qué son las industrias culturales y qué son las industrias creativas, proviene de la delimitación de los sectores que deben considerarse en cada una de ellas. Por esta razón, en este capítulo se muestran distintos modelos de clasificación de estas industrias. No está de más señalar que esta revisión dará lugar a nuevas interrogantes y espacios de reflexión sobre el valor cultural y de contenido de los productos de estas industrias, así como una manera diferente de identificar las etapas de producción, distribución y consumo, sin olvidar el rol que le cabe a los artistas y creadores, como protagonistas de estas industrias.

Diferentes organizaciones y países se han dado a la tarea de clasificar las industrias culturales y las industrias creativas¹²⁴. La fragmentación de campo corresponde al interés no sólo por comprender su ámbito de acción, sino por alcanzar de manera normalizada una conceptualización y sistema de clasificación que permita realizar estudios cuantitativos y cualitativos, que favorezcan la toma de decisiones por parte de organismos públicos y privados.

A continuación se presentan diferentes modelos de clasificación, escogidos por la relevancia de sus autores y/organismos, como por su grado de aceptación.

¹²³ ZALLO, R. Op. Cit pp. 10 -11

¹²⁴ Por nombrar algunos: UNESCO, UNCTAD, UE, Gobierno Británico, British Council.

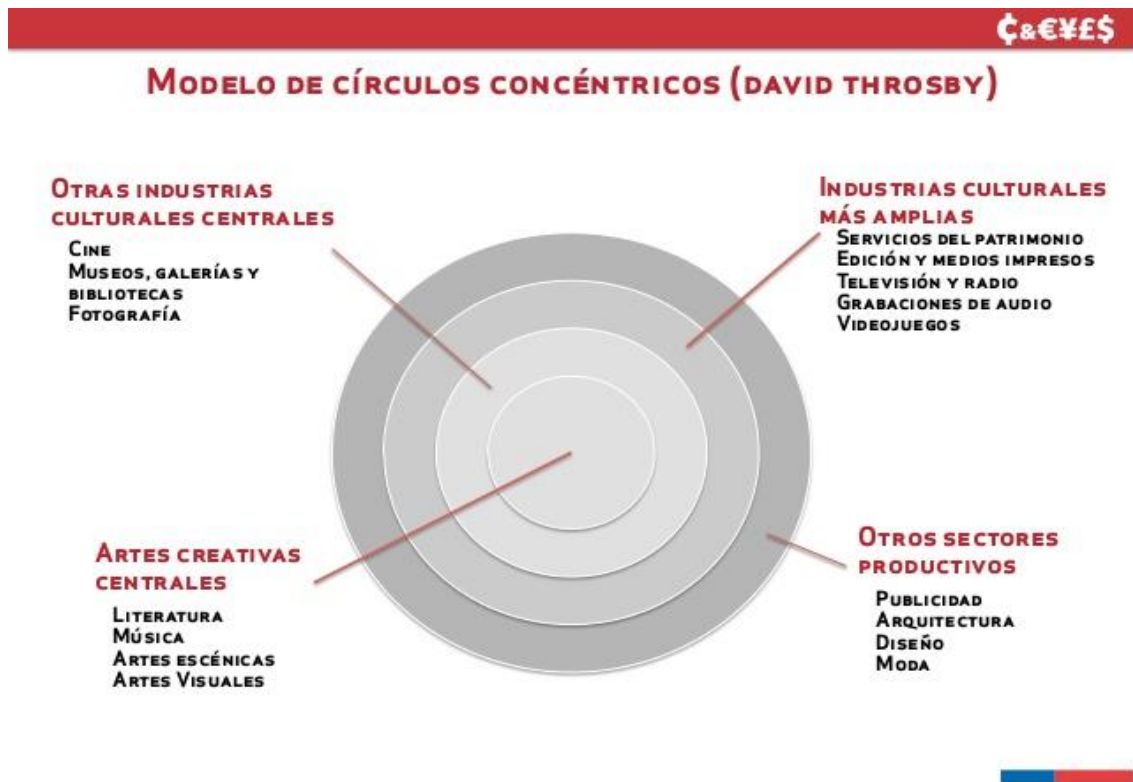
Modelos de clasificación:

1) Modelo de los Círculos Concéntricos de Throsby

Este autor considera medular el valor cultural de los bienes que producen estas industrias, estableciendo que existe un núcleo o *core* cultural, donde se encuentran las artes tradicionales y una serie de otros sectores que derivan de este núcleo. El modelo establece que las ideas creativas se originan en el núcleo de las artes en forma de imagen, texto y sonido, y que estas ideas se irradian y difunden hacia afuera a través de los círculos. En consecuencia se asigna un mayor valor cultural (simbólico) a los bienes que se producen en el centro, que decrece a medida que se van sucediendo los círculos y alejándose de ese centro.

En el corazón y círculo central se encuentran las Artes Creativas: Artes Visuales, Artes Escénicas, Música y Literatura. En el segundo círculo están las Industrias Culturales Centrales: Museos y Galerías, Fotografía, Bibliotecas y Cine. En el tercer círculo se encuentran las Industrias Culturales más amplias: Servicios del Patrimonio, Edición y Medios Impresos, Televisión y Radio, Grabaciones de Audio y Videojuegos y en el último círculo: Otros sectores productivos: Arquitectura, Diseño, Publicidad y Moda.

Figura



Fuente: "Economía y Cultura", David Throsby. Ed. Cambridge Press, 2002.

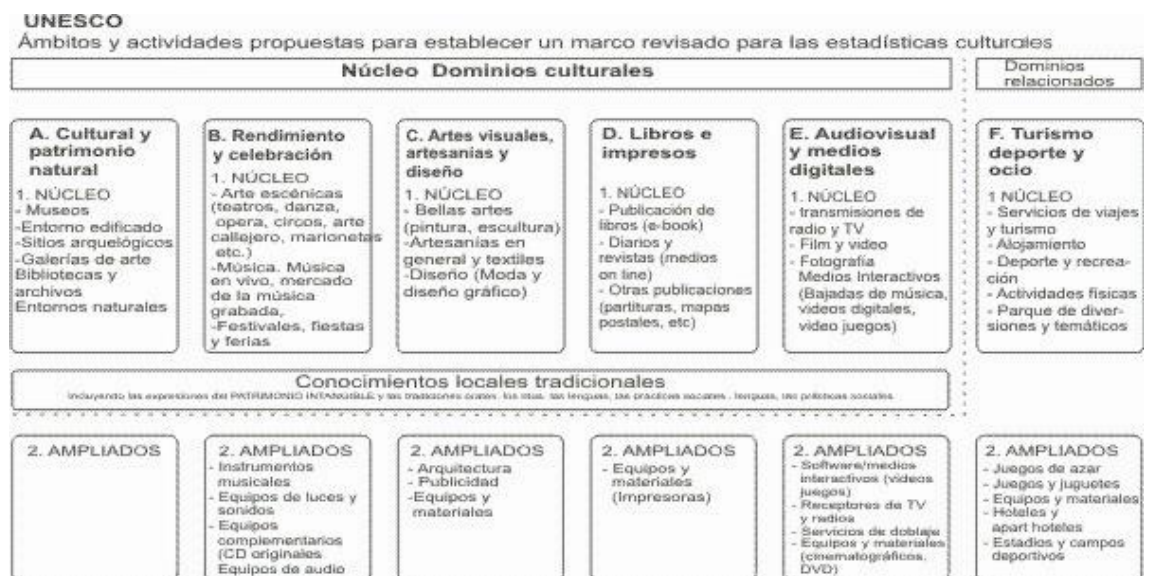
2) Modelo de la UNESCO:

El modelo se basa en la clasificación de sectores y actividades culturales, estableciendo un Núcleo de Dominios Culturales, donde se encuentran: 1) Patrimonio cultural y natural; 2) Artes Escénicas y Música (denominadas de Rendimiento y Celebración); 3) Artes Visuales, Artesanía y Diseño; 4) Libros e Impresos; y 5) Audiovisual y Medios Digitales, cuyas categorías se pueden considerar como absolutamente culturales y las de Dominios Ampliados, que son actividades no culturales, como la arquitectura, la publicidad y software, entre otros. Se identifica también el ámbito de Conocimientos locales tradicionales, que incluye

las expresiones de patrimonio intangible y las tradiciones orales. Finalmente se establece la categoría de Dominios Relacionados que incluye el turismo y deporte.

De acuerdo al modelo, en el núcleo se encuentran las dimensiones y actividades que pueden considerarse totalmente culturales, a estos les sigue a modo de extensión los dominios ampliados cuyas actividades no son propiamente culturales, pero necesarias para la existencia de las primeras.

Figura



Fuente: "The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics". UNESCO, 2007.

3) Modelo de la UNCTAD

Este modelo clasifica las Industrias Creativas en cuatro grandes grupos: 1) Patrimonio (Cultural), 2) Artes (Visuales y Escénicas), 3) Medios de Comunicación y 4) Creaciones funcionales.

El modelo asigna al Patrimonio Cultural un lugar central desde donde se originan todas las formas de arte, conteniendo aspectos culturales, históricos, antropológicos y estéticos que da origen a las actividades simbólicas y culturales. Dentro de este grupo se distinguen dos subgrupos: las expresiones culturales tradicionales (las artes, artesanías, festivales y celebraciones) y los lugares de interés cultural (sitios arqueológicos, museos, bibliotecas, exposiciones).

En el segundo grupo de Artes se diferencian dos grupos: Artes Visuales (plástica, escultura, fotografía y antigüedades) y Artes Escénicas (música en vivo, teatro, danza, ópera, circo y marionetas).

En el grupo Medios de Comunicación se distinguen dos grupos: la Edición y los Medios de Comunicación impresos (libros, diarios y otras publicaciones) y Audiovisual (films, televisión, radio y otros).

El cuarto y último grupo; Creaciones Funcionales se subdivide en tres grupos: Diseño (moda, gráfico, joyería y juguetes), Nuevos Medios de Comunicación (software, videojuegos y contenido creativo digital) y Servicios creativos (servicios de arquitectura, publicidad y culturales y recreativos).

Este modelo no distingue entre actividades culturales y no culturales, pero sí le asigna una diferenciación central a las actividades culturales que se conocen como tradicionales y mantiene como dimensiones esenciales a aquellas que

participan en los procesos de desarrollo e identidad. Otro aspecto interesante es las relaciones multidireccionales que existen entre los distintos sectores.

Figura



Fuente: "Economía Creativa. Informe 2008". UNCTAD, 2008

4) Modelo del Reino Unido - DCMS (Department of Culture Media and Sport)

Bajo este modelo las industrias creativas son aquellas que requieren creatividad, habilidad y talento como componentes claves, que generan riqueza y son fuente de empleo, al explotar derechos de propiedad intelectual. No existe una subdivisión de sectores o subsectores, simplemente se listan una serie de actividades como:

- Arte y Antigüedades
- Artesanías
- Arquitectura
- Artes escénicas
- Cine

- Diseño
- Diseño de modas
- Editorial
- Música
- Publicidad
- Software y publicaciones electrónicas
- Software y videojuegos
- Televisión y radio

Fuente: "Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin", Boletín, Gran Bretaña, 2007.

5) Modelo OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual)

En inglés WIPO (World Intellectual Property Organization), señala que serán industrias creativas aquellas en las que se cree, produzca, transmita y/o distribuya bienes y servicios que tengan derechos de autor.

Fuente: World Intellectual Property Organization, 2003.

El modelo de Throsby asigna un rol central a las actividades cuyo valor cultural se basa en la creatividad, distinguiendo a las actividades culturales tradicionales, otorgándoles el espacio de corazón cultural, es decir central y matricial. Esta visión además de otorgar un lugar nuclear a las industrias culturales, no las reduce a la condición de subsector de las industrias creativas, sino todo lo contrario. El flanco abierto en este caso es la dificultad de conceptualizar por ejemplo a las artes visuales, sin servicios derivados, como "industrias" culturales.

Sin embargo por extensión se puede pensar en servicios derivados como galerías y museos.

Se puede apreciar que el modelo UNTACD a diferencia del UNESCO tiene en el corazón a las Industrias Creativas, a las que considera actividades basadas en el conocimiento, que se centra en las artes, sin estar limitado a ellas. En tanto el modelo de la UNESCO establece una cierta jerarquía al considerar algunos sectores como culturales y el resto sólo como una extensión de los primeros, cuyas actividades derivan de estas. En otras palabras su existencia está totalmente supeditada a ellas.

Aun cuando el modelo DMCS selecciona algunas actividades y la OMPI no lo hace, son conceptualmente similares al centrar el valor de la creatividad en su capacidad de explotar los derechos de propiedad intelectual.

En síntesis, a través de los diferentes modelos se advierte, desde la vereda de los organismos internacionales; como la UNESCO y la UNCTAD, se han realizado numerosos esfuerzos por normalizar las estadísticas culturales, conscientes de que las diferencias metodológicas y estadísticas utilizadas en diferentes organizaciones y regiones, dificultan un análisis comparado. De igual manera se debe reconocer el trabajo y aportes al respecto, desarrollado por investigadores como Throsby y Zallo. Sin embargo, y a riesgo de utilizar una interpretación reduccionista, se puede decir que los estudios y modelos presentados, hacen una selección diferente de los sectores a considerar, básicamente por una distinción pragmática, mucho más que por una consideración conceptual, como quedó ilustrado.

El interés por diferenciar el campo que le cabe a las industrias culturales y a las industrias creativas, y cuáles son sus efectos sobre el desarrollo cultural y sobre la economía, no siempre han sido tan fructíferos y bien intencionados, como advierte Enrique Bustamante, en su opinión algunos se han empeñado en confundir las actividades culturales clásicas: "confundiendo la complejidad o el tamaño con la industria, incluso los que han insertado a la pintura entre los "sectores" de las Industrias Culturales, aunque les faltara la condición sine qua nom de la serialización y reproducción masiva"¹²⁵.

Es así que estadísticas de la UNESCO sobre flujo de bienes y servicios culturales arrojan confusos resultados, como por ejemplo otorgar a China el primer lugar como potencia exportadora de creación¹²⁶ cuando es de conocimiento mundial, que su producción se basa en la reproducción de diseños de otros.

Sin duda, más allá del debate netamente conceptual, es importante señalar que al existir diferencias entre definiciones en términos de sectores y cobertura, estas inevitablemente distorsionarán la medición del impacto económico de los sectores seleccionados, así como los datos estadísticos obtenidos, impactando negativamente en la toma de decisiones de organismos públicos y privados.

Como ejemplo de lo anterior se presenta un cuadro elaborado por el gobierno de Australia, para mostrar cómo distintos modelos de clasificación pueden

¹²⁵BUSTAMANTE, E. Op.Cit.

¹²⁶ZALLO, R. Op. Cit. p 8.

arrojar resultados muy diferentes respecto al impacto económico de este sector¹²⁷. Se presentan datos de empleo y valor agregado utilizando como base de comparación el Modelo OMPI (WIPO) de derechos de autor y el Modelo de los Círculos Concéntricos, distinguiendo las actividades que están en el núcleo o *core* y las actividades relacionadas.

Cuadro N° 5: Empleo y Valor agregado según distintas clasificaciones

	EMPLEO ('000)		VALOR AGREGADO (\$AU)	
	WIPO	CONCENTRIC	WIPO	CONCENTRIC
CORE	255,5	21,8	15,797	766
RELACIONDAS	225,1	171,8	21.058	13,211
TOTAL	480,6	193,6	36,855	13,977

Fuente: Australian Bureau of Statistics Data

Consciente de la compleja tarea de construir marcos teóricos y metodológicos nuevos, Octavio Gettino señala que además de considerar las dimensiones tangibles de análisis económico y estadístico, se deben agregar las intangibles "que requieren de instrumentos de análisis más complejos, por cuanto demandan de enfoques sociales, psicosociales, antropológicos y culturales (...) que obligan a construir nuevas herramientas de conocimiento"¹²⁸. En consecuencia, el trabajo multidisciplinario en las áreas de las ciencias sociales, sumado al de las ciencias económicas, representa un desafío inherente al estudio de estas industrias, para las décadas siguientes.

¹²⁷ citado en BENAVENTE, J.M. y PRICE, J.J. 2012. En: Una mirada económica de las industrias culturales y creativas. Documento preparado para la Convención Nacional del CNCA p. 6

¹²⁸ GETTINO, O. Ibid.

Finalmente, cabe señalar que la división conceptual que intenta abordar esta investigación, no responde a un afán de fundamentalismo culturalista, más bien se trata de evitar que el desplazamiento y trasvasije conceptual tenga consecuencias como por ejemplo estadísticas de confusión, que pueden distorsionar la definición de políticas públicas, planes de desarrollo e instrumentos de integración del sector cultural, como ha quedado demostrado. No obstante la propuesta de este trabajo está lejos de pretender proponer un nuevo modelo, más bien se trata de poner en perspectiva diferentes modelos.

IV. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y LAS INDUSTRIAS CREATIVAS

Como se ha considerado, en el contexto de la industrialización y mercantilización de las producciones culturales, se han venido desarrollando una serie de mecanismos e instrumentos que permiten medir de manera sostenida y mejor, el impacto de las industrias culturales y creativas en la economía, y por cierto, su grado de desarrollo en las sociedades. Recurriendo a términos económicos, se puede decir que la medición del valor agregado, el comercio internacional y el empleo, se han transformado en los focos de medición de su impacto a escala local y global.

Diferentes metodologías y estadísticas dificultan la comparación de resultados en diferentes regiones y países¹²⁹. Sin olvidar los límites teóricos y conceptuales que complejizan aún más el trabajo, ya sea por el uso de visiones conceptuales amplias; que van desde las industrias del entretenimiento a las industrias de contenido, y otras que comprenden a las industrias culturales y creativas sin distinción. Del mismo modo dificulta el análisis, la adopción de un modelo u otro – círculos concéntricos, modelo DMCS, OMPI, UNESCO, UNCTAD, etc- incluyen diferentes sectores y subsectores de las actividades culturales y creativas. Dicho de otro modo, el problema no se circunscribe solamente a cómo medir, sino que a qué medir.

Recapitulando y en una breve revisión del desarrollo histórico de la economía de la cultura, se distinguen entre sus antecedentes algunos hitos como el

¹²⁹ OIC y Ministerio de Desarrollo Económico. 2008. Informe Economía Creativa de la ciudad de Buenos Aires 2003-2007.

estudio de Baumol y Bowen que dio lugar a la denominada "Enfermedad de los costos" en los años 60, el programa de investigaciones comparadas "Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego" de UNESCO 1978 y recientemente el Informe UNCTAD sobre "Economía Creativa" 2008, todos ellos dan cuenta de los aportes que han ido contribuyendo al terreno de análisis de las relaciones entre cultura y economía, desde la producción teórica a la práctica, pasando por el análisis de diferentes sectores, sin olvidar como quedó en evidencia en el capítulo anterior, que los resultados pueden ser tan disímiles como confusos.

Teniendo en cuenta este cierto pie forzado que representa el estudio de la contribución económica de la cultura, reconociendo que encierra dimensiones tangibles e intangibles, de todos modos resulta innegable, como se ha evidenciado en las últimas décadas, el impacto de las industrias culturales en la economía de cada sociedad. Al respecto García Cancilini señala, "es en las industrias culturales y en los procesos de comunicación masiva donde se desenvuelven en las últimas décadas las principales actividades culturales, las que dan información y entretenimiento a las mayorías, las que influyen de modo más significativo en la economía de cada sociedad y ofrecen mejores oportunidades de conocimiento recíproco e intercambio entre las naciones. En varios países europeos el arte y la cultura alcanzan el 3% del PIB (Unesco 1998) y en Estados Unidos el sector cultural representa el 6% del PIB"¹³⁰.

¹³⁰ VVAA. 1999. Las industrias culturales en la integración latinoamericana. Coordinador: Nestor García Cancilini. Buenos Aires. EUDEBA. P. 35

De acuerdo a numerosos estudios se estima que las industrias culturales-creativas constituyen el 7% del PIB mundial¹³¹. En la Unión Europea se estima que contribuyen al 2,6% del PIB y representa el 3,1% del empleo total, equivalente a 5,8 millones de puestos de trabajo (UNCTAD, 2008). En tanto que el aporte de las Industrias Creativas al PIB de Gran Bretaña es del 7,3% y de cerca del 5% del empleo (DMCS, 2007).

En nuestra región, se estima que en Estados Unidos de América el aporte de estas industrias al PIB es de un 7% a un 8%, en tanto en Latinoamérica y el Caribe su contribución al PIB es de alrededor del 4%¹³². Asimismo, el aporte al PIB de Brasil representa un 6,7% y en Argentina alcanza a un 4,1%¹³³. En la siguiente tabla se expresa la contribución de las Industrias Culturales al PIB en LAC entre los años 1993 – 2005, de acuerdo a un estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo en 2007.

¹³¹ QUARTESAN, A; ROMIS, M y LANZAFAME, F. 2007. Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades. BID. p. 6

¹³² Ibid. p. 7

¹³³ OEA 2004 Unidad de Desarrollo Social y Educación de la OEA La cultura como generadora de crecimiento económico, empleo y desarrollo. [en línea] > <http://www.ugr.es/~javera/pdf/2-6-PerspectivasSociedadCivil.pdf> <[consulta:7 julio 2013.]

Tabla N°1 Contribución de las industrias culturales al PIB en LAC 1993 – 2005 (%)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Argentina	6.6	--	--	--	--	--	--	2.3	2.4	2.47	2.63	2.85	3
Brasil	--	--	--	--	--	--	--	1.64	1.57	1.5	1.57	1.46	1.36
Chile	2.3	2.5	2.7	2.2	2	2.8	--	2	1.8	1.9	1.9	1.8	--
Colombia	--	--	2.3	2.1	2.1	2	2	1.83	1.83	1.81	1.77	--	--
Ecuador	--	--	--	--	--	0.9	--	--	1.79	--	--	--	--
México	5.4	--	--	--	--	5.7	--	--	--	--	--	--	--
Perú	--	--	--	--	--	--	--	0.4	0.4	0.5	0.6	0.6	0.6
Paraguay	--	--	1	1	1	1	1	--	--	--	--	--	--
Uruguay	--	--	--	2.82	3.1	3.3	--	3.5	2.92	2.97	3.15	3.36	3.43
Venezuela	--	--	--	--	--	2.3	--	1.4	1.4	1.4	1.6	--	--
EE.UU	5.3	5.65	5.95	6.1	6.35	7	7	7.6	7.75	--	--	--	--

Fuente: Quartesan, A, Romis M, Lanzafame, F. *Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades*. BID 2007. (Elaboración de los autores sobre datos a nivel de país del Ministerio de Cultura de Argentina, Convenio Andrés Bello (CAB) y la Unidad de Inteligencia Competitiva.)

En Chile la Cuenta satélite de cultura¹³⁴ entregada en 2011 dimensiona que el peso de estas industrias en el sector de la cultura entre 2006 y 2010, representó un 1,6% del PIB y prácticamente 6% del total de ocupados a nivel nacional¹³⁵.

De acuerdo al mismo estudio, el aporte del sector cultural en actividades clasificadas bajo las categorías de: Edición de libros y Publicaciones Periódicas, Actividades de esparcimiento y actividades Culturales, Actividades de Comercio en Cultura y Actividades Empresariales Asociadas a Cultura, suman un total de

¹³⁴ Una cuenta satélite de cultura consiste en un sistema de medición económica de las actividades y productos que componen el sector cultural. Chile implementó esta cuenta por primera vez en el año 2007.

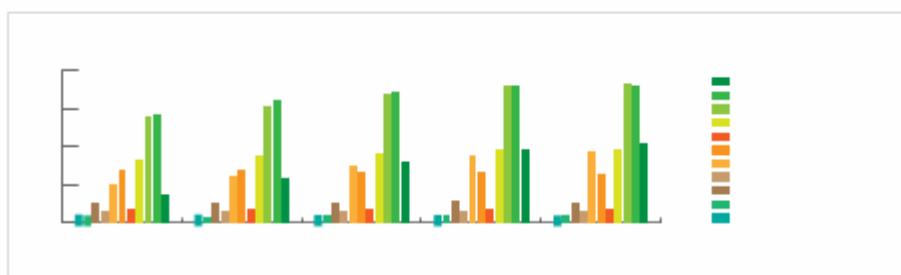
¹³⁵ CNCA. 2011. *Hacia una Cuenta Satélite de Cultura*. [en línea]

><https://cdocumentacioncnca.files.wordpress.com/2011/11/cuenta-satelite.jpg> <[consulta: 21 julio 2013.]

\$1.401.016 millones de pesos y su porcentaje de participación en el PIB nacional es de 1.6%, cifra similar al aporte de actividad económica del sector de las Comunicaciones que es de 1.8%, si se comparan dos sectores productivos diferentes.

En cuanto al número de contribuyentes - esto es empresas y contribuyen no empresas (personas naturales) - clasificadas en subsectores culturales asociados a la creación y producción como son: arquitectura, publicidad, diseño, publicaciones, música, audiovisual, artes escénicas, artes visuales y fotografía, se puede observar que los sectores con mayor número de empresas para el ámbito de la creación y producción son la arquitectura y publicidad, seguido por la música, informática y diseño. En cuanto a los sectores con menor número de contribuyentes, encontramos a las artes escénicas, fotografía y artes visuales.

CONTRIBUYENTES ASOCIADOS A LA CREACIÓN Y PRODUCCIÓN POR SECTOR 2006-2010



Respecto al empleo, el estudio estima que el total de trabajadores del ámbito cultural en el país, sobrepasa las 240.000 personas. De ellos el sector que concentra la mayor cantidad de trabajadores es la publicidad con más de 60.000 trabajadores, seguido del sector de publicaciones con 50.000 trabajadores y

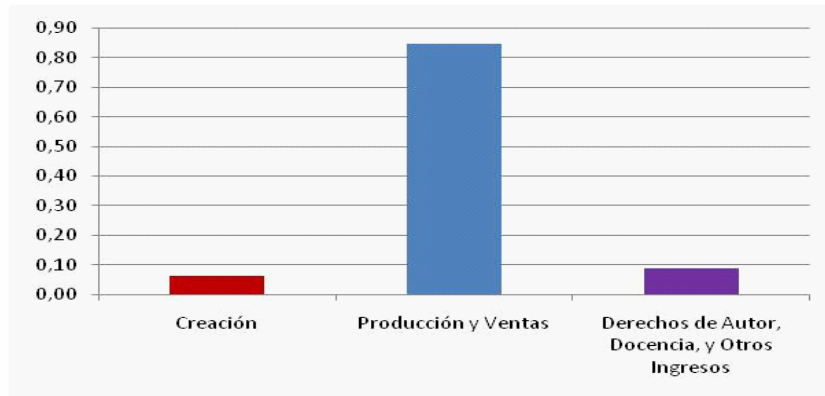
alrededor de 40.000 se desempeñan como artesanos. El sector de bibliotecarios y otros asociados al patrimonio no supera los 3.000 trabajadores.

Fuente, Construcción propia en base a información del SII y CASEN 2009.

TABLA 2-9. TOTAL EMPLEADOS Y TRABAJADORES POR SECTOR CULTURAL AÑO 2009		
	Fuente	N° de trabajadores
Artistas escénicos	Casen	4.757
Artistas visuales	Casen	3.808
Artistas del sector música	Casen	3.756
Arquitectura	SII empleados + SII contribuyentes no empresas	19.958
Artesanos	Casen	40.927
Diseño	SII empleados + SII contribuyentes no empresas	10.683
Educación e investigación	SII empleados	8.159
Audiovisual	SII empleados	10.175
Bibliotecarios y otros asociados al patrimonio	SII empleados	2.732
Publicaciones	SII empleados	50.551
Publicidad	SII empleados	66.044
Fotografía	SII empleados	4.863
Informática y medios digitales	SII empleados	10.377
Radio	Encuesta Radio INE	6.509
Total		243.299

Particularmente y respecto del sector de las artes visuales, la cadena productiva se compone de la creación, producción y venta. La primera etapa: creación se asocia a la producción de los artistas mientras que la etapa de producción, exhibición y ventas se asocia a las galerías de arte. Asimismo las galerías de arte también se ubican en la tercera etapa por los ingresos por derechos de autor.

Distribución de ingresos totales artistas y galerías¹³⁶



Fuente; Encuesta de Producción Cultural 2009

Resulta evidente que la profundización y fomento del sector cultural a lo largo de toda la cadena de valor de sus actividades, esto es: la creación, producción y difusión de bienes y servicio culturales, tiene gran importancia en el desarrollo de las sociedades, como factor de crecimiento económico y su intrínseca dimensión simbólica. Particularmente esta última dimensión es difícil de analizar, en un estudio preferentemente económico y estadístico. De ahí la importancia del trabajo multidisciplinario en las áreas de las ciencias sociales, sumado al de las ciencias económicas, representa un desafío inherente al estudio de estas industrias, porque en ellas se fusionan valores económicos y culturales.

¹³⁶ CNCA. 2011. Hacia una Cuenta Satélite de Cultura. [en línea]
> <https://cdocumentacioncnca.files.wordpress.com/2011/11/cuenta-satelite.jpg> <[consulta: 21 julio 2013.]

V. LA ECONOMÍA CREATIVA

Desde la aparición de la economía de cultura, momento cuando la ciencia económica empieza a interesarse por el análisis de las formas de producción, cadenas de valor y mercados culturales, lugar donde las industrias culturales tienen un rol central, sólo había que esperar unas décadas para que surgiera la denominación de industrias creativas y luego la de economía creativa, para dar cuenta de un sector cada vez más amplio que aporta valor y riqueza.

El término economía creativa fue utilizado por primera vez por John Howkins en 2001. A la fecha no existe un significado único para el concepto de economía creativa, sin embargo es claro que esta nueva disciplina fusiona valores económicos y culturales, “que además de su valor de cambio (...) y de su valor funcional (...), la mayoría de los productos de las industrias creativas poseen un valor expresivo”.¹³⁷ En el informe sobre “Economía Creativa” de la UNCTAD 2010, se establece la siguiente definición: “La economía creativa es un concepto basado en los recursos creativos que de manera potencial generen crecimiento económico y desarrollo. Puede fomentar la generación de ingresos, creación de empleo e ingresos de exportación, mientras que también puede promover la inclusión social, diversidad cultural y desarrollo humano”¹³⁸

¹³⁷ NEWBIGIN, J. 2010. La economía creativa. Una guía introductoria. British Council. .p. 15

¹³⁸ UNCTAD. 2010. Informe Economía Creativa. P. 37 [en línea] > http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf <[consulta: 6 mayo 2013.]

De acuerdo con este informe, el diseño de estrategias políticas que propendan al desarrollo de la economía creativa, debe estar basado en tres requerimientos:

- 1) Conocer la estructura de la economía creativa, quienes participan en ella y cómo se relacionan dentro del propio sector y con los demás sectores económicos.
- 2) Métodos de análisis del funcionamiento y evaluación de su aporte económico y cultural.
- 3) Estadísticas que permitan sistematizar la evaluación de la contribución del sector creativo y su impacto en la producción, empleo, comercio y crecimiento económico¹³⁹.

Respecto a los procesos de producción el informe distingue cinco fases: creación, producción, distribución, consumo y preservación. Se releva la fase de creación donde el valor que aportan los participantes que conforman este sector se considera distintivo: los artistas y productores individuales, las instituciones culturales públicas o semipúblicas, las grandes empresas corporativas y las pequeñas y medianas empresas.

Se estima que en general las pequeñas y medianas empresas, junto con los artistas y creadores, se encuentran particularmente al inicio de la cadena de producción, esto es en la etapa de creación. En tanto las grandes empresas corporativas, tienen presencia en toda la cadena de producción y sus productos, bienes y servicios creativos están relacionados con la industria audiovisual, industria editorial y de la música. Finalmente se destaca el aporte al capital cultural tangible e intangible dependiente de instituciones públicas o semipúblicas como museos, galerías, monasterios, archivos, edificios históricos, santuarios, sitios

¹³⁹ Ibid. p. 115

patrimoniales y otros¹⁴⁰. Asimilar estos sectores a las industrias creativas puede parecer conveniente y facilista, sin embargo se debe considerar que las industrias culturales ocupan un lugar central y cercano a las artes creativas tradicionales, imposibilitando su reducción a la condición de subsector de las industrias creativas.

Es importante reconocer que, aun cuando gran parte de la historia de la humanidad el valor fundamental de la economía estuvo en la maquinaria, hoy el valor reside en el acto creativo mismo, como expresa el investigador británico John Newbiggin: "(históricamente) el ingrediente vital de las economías fue el sudor: la mano de obra. En la era industrial del último siglo y medio, fue el dinero: el capital. En la era de la información del siglo XXI es el talento, la imaginación, la habilidad, el conocimiento: la creatividad."¹⁴¹

Más allá del alcance de la economía creativa no se puede ignorar que hoy su estudio comprende un sector industrial emergente, que aporta no sólo al desarrollo de las economías de países desarrollados y los en vías de desarrollo, si no que colabora en la difusión de ciertos valores culturales profundizando el pluralismo, participación y acceso.

¹⁴⁰ Ibid. p.132

¹⁴¹ NEWBIGGIN, J. Op.Cit. p. 18

PARTE III

POLITICAS CULTURALES E INDUSTRIAS CULTURALES EN CHILE

VI. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El concepto de institucionalidad cultural se refiere tanto al conjunto de estructuras y organizaciones que dispone el Estado en el área cultural, denominada como institucionalidad orgánica, como al conjunto de normas y leyes que rigen el ámbito cultural, llamada institucionalidad normativa.

La institucionalidad cultural corresponde a un rol del Estado que guarda relación con la política y gestión cultural; para ello utiliza mecanismos específicos que forman un conjunto de dispositivos de elaboración, desarrollo y ejecución que dan respuesta a las necesidades de la sociedad.

Desde la visión histórica latinoamericana, las naciones del continente sufrieron una gran transformación en la década del sesenta, a partir de la aplicación de un nuevo modelo económico inspirado por el Primer Decenio Mundial para el Desarrollo y la Alianza para el Progreso¹⁴². Este modelo económico transformó totalmente la visión del rol de los estados, generando una gran transformación administrativa basada en reformas estructurales, que entre otras incluyeron la institucionalización de la cultura.

¹⁴² CATÁLAN, C. 1988. Estado y Campo en Chile, material de discusión número 115. FLACSO. Santiago de Chile.

En este nuevo marco de desarrollo económico e institucional, la preocupación por la gestión cultural en Chile comenzó a principios de los años 90. La formación en gestión cultural era ciertamente consecuencia de una necesidad imperiosa¹⁴³. La liberalización de la economía chilena y el crecimiento económico desde mediados de los ochenta, así como un nuevo rol de patrocinio que tanto el sector público como el privado venían dando a las actividades culturales, se profundizan con la llegada de la democracia al país. Así, comenzaba a quedar atrás los años del decaimiento y represión que en materias culturales impuso el gobierno militar, caracterizado en materias de cultura como el responsable de un “apagón”¹⁴⁴ que duró casi una década. Tras el “apagón” se produjo un verdadero florecimiento de la actividad cultural, tanto a nivel de actividades, creadores como de público.

Se puede decir entonces que la construcción actual de la institucionalidad cultural se inicia a partir de 1990, cuando desde la sociedad civil y el mundo de la cultura, se expresa la necesidad de contar con una institucionalidad cultural. El gobierno del presidente Patricio Aylwin, por medio del entonces Ministro de Educación Ricardo Lagos, convocó a la constitución de una Comisión Asesora presidida por el sociólogo Manuel Antonio Garretón, cuyo objetivo era diseñar una propuesta de la institucionalidad cultural chilena, trabajo que concluyó en agosto de 1991. Esta Comisión propuso la creación de un Consejo Nacional de la cultura y las Artes concebido como un servicio público autónomo y descentralizado, dependiente directamente del Presidente de la República y cuya autoridad máxima tuviese rango de Ministro. Asimismo, planteó la necesidad de incrementar considerablemente el presupuesto para la cultura.

¹⁴³ ANTOINE, C. 2005. Evolución de la formación en gestión cultural en Chile. Un intento de sistematización. Santiago, Universidad Santo Tomás.

¹⁴⁴ Término acuñado por el escritor chileno Jaime Collyer.

Luego de esta iniciativa, un grupo de gestores culturales y de diputados representativos de todo el espectro político, convocaron al “Encuentro de Políticas Públicas, Legislación y Propuestas Culturales”, en la ciudad de Valparaíso en 1996. Del encuentro surgió un documento con 120 propuestas para la cultura, en la que se reiteraba la necesidad de avanzar hacia la creación de una institucionalidad cultural bajo la figura de un Consejo Nacional de las Artes y la Cultura.

En 1996 el presidente Eduardo Frei Ruiz-Tagle, convocó a una nueva comisión de 17 personalidades para reelaborar una propuesta. La Comisión Asesora Presidencial en Materias Artístico Culturales, presidida por Milan Ivelic, e integrada por parlamentarios, empresarios, creadores, y gestores culturales, entregó su informe, reiterando la propuesta de la institucionalidad cultural chilena y aportando elementos para establecer un presupuesto para cultura.

En 2000, el presidente Ricardo Lagos anunció los objetivos culturales de su gobierno y nombró a Agustín Squella como Asesor Presidencial, encargándole la tarea de coordinar a los organismos públicos de la cultura y elaborar el proyecto de la nueva institucionalidad, que se materializó en 2003. La Ley 19.891 creó el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, y el Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes; el Presidente del Consejo, tiene rango de Ministro de Estado. A partir de la promulgación de la ley, se conformaron el Directorio Nacional del Consejo de la Cultura, el Comité Consultivo Nacional, los Consejos Regionales y los Comités Consultivos Regionales, en un proceso participativo y democrático que ha involucrado a numerosas organizaciones culturales.

Las Políticas Culturales 1960 -1970

Las políticas culturales entendidas como una construcción formalizada y estructurada, donde lo cultural forma parte de definiciones programáticas, se inauguran con el gobierno del presidente Eduardo Frei Montalva. El Estado comienza a trazar objetivos, dirigidos a la redistribución de los circuitos de circulación y consumo de bienes culturales¹⁴⁵.

El apoyo estatal de esta época se orientó no sólo al consumo, sino también a incentivar la creación y producción cultural. Se incorporaron a los planes educacionales actividades artísticas extra curriculares, se implementaron sistemas de bibliotecas itinerantes, se crearon diversas entidades de desarrollo social, una muestra de ello la constituyen los Departamentos de teatro y folklore del Instituto de Desarrollo Agropecuario, el Departamento de arte y cultura del programa de la Promoción Popular¹⁴⁶.

El desarrollo cultural y la promoción de políticas focalizadas en la creación y producción a popular tensionaron la relación entre cultura popular y alta cultura, reflejando el contexto histórico de polarización social que se venía acentuando en el país.

La Cultura como Instrumento Político 1970-1973

Con la llegada del gobierno de la unidad popular, conglomerado que aglutinaba a los partidos más importantes de la izquierda política chilena, los conflictos sociales que venían gestándose en la década anterior se agudizaron.

¹⁴⁵ CATALÁN, C. Op.Cit.

¹⁴⁶ CATALÁN, C. Ibid.

Las políticas culturales bajo la presidencia de Salvador Allende fueron diversas, pero tenían como común denominador la necesidad de servir al cambio revolucionario contra la sociedad capitalista, que privilegiaba una cultura elitista y excluyente.

Carlos Catalán distingue tres estrategias de acción cultural en este gobierno: apropiación estatal directa de empresas productoras de cultura, apoyo a las organizaciones culturales populares, control estatal de las actividades culturales de las empresas privadas. La expropiación por el Estado de la Editorial Zig-Zag y la creación de la editorial Quinmantú, de la empresa RCA que pasó a ser IRT: el fomento y difusión de un folklore contestatario, son elementos que ilustran lo anterior¹⁴⁷.

La Cultura amordazada 1973 a 1989

Con el golpe militar de 1973 se instaura un régimen militar autoritario que durará 17 años, es así que “el objetivo de los golpes no es tanto el derrocamiento de un determinado gobierno como la fundación de un nuevo orden. Se busca imponer una nueva normatividad y normalidad mediante procedimientos propios a una “lógica de guerra”: la aniquilación del adversario y la abolición de las diferencias”¹⁴⁸.

Gran parte de la actividad cultural que se había desarrollado fue censurada y las expresiones culturales que permanecieron, fueron fuertemente controladas. De la misma forma los medios de comunicación de izquierda fueron expropiados.

¹⁴⁷ CATALÁN, C. Ibid

¹⁴⁸ LECHNER, N. 1988. Los patios interiores de la democracia. FLACSO Santiago de Chile.

Así se logra expandir un discurso homogéneo para potenciar el carácter nacionalista del régimen y el modelo económico neoliberal. Buena parte de la producción cultural pasa progresivamente a ser parte de libre mercado.

El gobierno militar promovió un proyecto “fundacional nacionalista”, que se alimentaba de tres vertientes ideológicas: la doctrina de la seguridad nacional, el pensamiento tradicionalista católico de inspiración Hispana y un nacionalismo populista. Esta concepción fue predominante hasta 1976, disminuyendo posteriormente su influencia con la imposición de las políticas neoliberales¹⁴⁹.

De acuerdo con Carlos Catalán, en el período se pueden distinguir 5 políticas culturales:

- De exclusión y censura, hacia artistas y manifestaciones distintas de la oficial y de todo imaginario colectivo identificado con el gobierno de la Unidad Popular.
- De autofinanciamiento: de la actividad cultural- artística y su desarrollo inmerso en la lógica de mercado.
- Discurso sustentado en la lógica de la industria cultural, recreativa, masiva y comercial. La cultura requiere para desarrollarse de criterios mercantiles y eficiencia empresarial.
- De descentralización, impulsada por el gobierno desde 1977; se fomentan actividades desligadas del poder central con la creación de Corporaciones Culturales Municipales o a través de Instituciones de Educación Superior como la Universidad de Chile, transfiriendo sus sedes regionales y creando nuevas universidades estatales y privadas.

¹⁴⁹CATALÁN , C. Op. Cit.

- De democratización cultural, mediante programas de extensión cultural desde el año 1978 en adelante. El Departamento de Extensión del Ministerio de Educación fue el principal promotor de esta política; el Teatro Itinerante fue una muestra de esto¹⁵⁰.

Neoliberalismo y Democracia 1990 - 1997

La transición del régimen autoritario a uno democrático, se efectúa sin rupturas institucionales. Los esfuerzos institucionales en este período se centraron en consolidar la democracia y la libertad de expresión. Es en este escenario que en 1990 se promulga la Ley de Donaciones Culturales, destinada a obtener aportes privados para universidades y entidades sin fines de lucro, mediante incentivos tributarios.

La acción cultural de la Concertación se podía resumir en los siguientes elementos:

- Apoyo a la creación, a través de fondos concursables.
- Apoyo a la industria cultural, a través de variados instrumentos, como la Ley del Libro y créditos para la industria cinematográfica a través del Banco Estado.
- Estímulo a la participación del sector privado en el financiamiento cultural, a través de la Ley 18.985, de Donaciones Culturales.
- Estímulo a la descentralización, mediante Consejos Regionales de Arte y Cultura; discriminación positiva para proyectos regionales en Fondart y otros.
- Creación de espacios culturales, destinando fondos para restaurar edificios patrimoniales, como la remodelación y restauración de la Estación Mapocho y la creación del Centro Cultural del mismo nombre.

¹⁵⁰ CATALÁN, C. Ibid.

- Modernización del área Patrimonial, por la vía del estudio de una nueva legislación de Monumentos Nacionales y para la Dirección de Bibliotecas y Museos.

Cabe destacar que Chile adoptó el modelo de origen anglosajón, de normas de incentivo directo a la cultura mediante leyes de exención de impuestos contra donaciones a entidades públicas o privadas de beneficencia o fundaciones.

Así también, en nuestro país, las políticas culturales de los gobiernos de la Concertación combinaron un modelo de mecenazgo liberal, basado en el estímulo de la participación del sector privado, con un modelo de democratización cultural, al orientar la acción a la creación de oportunidades para el acceso igualitario de la sociedad a los bienes culturales.

A nivel institucional, Chile hasta una fecha reciente mantuvo la figura de División de Cultura dentro del Ministerio de Educación, que dio paso en 2003, al Consejo Nacional para Cultura y las Artes; cuya máxima autoridad es el Presidente del Consejo. Se conformaron el Directorio Nacional del Consejo de la Cultura, el Comité Consultivo Nacional, los Consejos Regionales y los Comités Consultivos Regionales, permaneciendo la gestión del Patrimonio Cultural dentro del Ministerio de Educación bajo la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos: DIBAM.

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, CNCA, fue diseñado como un servicio público autónomo, descentralizado y territorialmente desconcentrado, en el que se integra la participación de la sociedad civil, dando origen a una manera consensuada de abordar el diseño, implementación y evaluación de las políticas públicas.

En cuanto a su Estructura Orgánica el CNCA se estructura de la siguiente manera:

- Dirección Nacional de Fomento a la Creación Artística e Industrias Culturales
- Dirección Nacional del Patrimonio Cultural
- Dirección de Desarrollo Cultural Regional y Local
- Dirección de Relaciones Culturales Internacionales
- Dirección de Apoyo Técnico (asistencia técnica)

Su objetivo es apoyar el desarrollo de las artes y la difusión de la cultura, contribuir a conservar, incrementar y poner al alcance de las personas el patrimonio cultural de la nación y promover la participación de éstas en la vida cultural del país. La descentralización para lograr un desarrollo cultural armónico y equitativo entre las regiones, provincias y comunas del país, ha sido y seguirá siendo uno de sus grandes desafíos.

VII. POLÍTICAS CULTURALES E INDUSTRIAS CULTURALES

Como se ha señalado la institucionalidad cultural corresponde a un rol del Estado que, a través de diferentes mecanismos y dispositivos; elabora, desarrolla y ejecuta políticas públicas tendientes a fomentar y profundizar el desarrollo cultural del país.

Sin embargo, en las últimas décadas, es un consenso general, pensar que el desarrollo de las políticas públicas no puede depender exclusivamente de la intervención del Estado, sino que deben responder a la participación de diversos actores de la sociedad, considerando diferentes visiones y perspectivas¹⁵¹. De tal manera que hoy existe una nueva forma de contribución entre Estado, sociedad y cultura, que se ha ido profundizando y fortaleciendo en la mayoría de las sociedades.

Otra consideración aceptada, es que las políticas culturales no pueden basarse exclusivamente en la defensa y preservación de identidades nacionales únicas e inmutables, como hoy en día sucede en muchos países latinoamericanos,¹⁵² lo que da cuenta de un rezago considerable en tiempos de globalización e intercambio cultural, donde lo que se les pide a las políticas culturales es un *aggiornamento*, que tome en consideración la complejidad que

¹⁵¹ GARCÍA CANCLINI, N. 1995. Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México. Ed. Grijalbo.- MILLER, T y YÚDICE, G. 2002. Política Cultural. Barcelona. Ed. Gedisa.

¹⁵² VVAA. 1999. Las industrias culturales en la integración latinoamericana. Coordinador Néstor García Canclini. Buenos Aires. EUDEBA.

reviste el circuito de intercambio global que ha modificado los márgenes de lo culto y lo popular, lo local y lo global.

En nuestro país tradicionalmente el Estado ha asumido una vocación activa en materia de políticas culturales, asumiendo que debe velar por el desarrollo cultural de la nación¹⁵³. Sin embargo y como se consideró en el capítulo anterior, las políticas culturales en Chile, comenzaron a delinearse a principios de los años noventa, iniciando un proceso de discusión, en el año 2003, y sistematización que recién en el año 2005, delimitó las políticas culturales para el período 2005 -2010, en el documento “Chile quiere más Cultura: Políticas Culturales 2005-2010”, definiciones de política cultural para esa década. De acuerdo con el PNUD, se reconoce que este ha sido “el primer gobierno en plantear una política cultural de manera sistemática”.¹⁵⁴

El documento instauró una política cultural bajo nueve principios ordenadores, cuatro líneas estratégicas, diez objetivos centrales y 52 medidas específicas. El prólogo da cuenta de la importancia asignada a la cultura y a reglón seguido el reconocimiento que le cabe como industria: “es necesario que la cultura sea aceptada ya no sólo como generadora de valores estéticos y de sentido, sino también en tanto industria, generadora de riqueza y empleo e impulsora de nuevos horizontes para la economía del país. Es sin embargo, una industria particular y estratégica, puesto que se basa en la creatividad de nuestros autores, permite que

¹⁵³ ANTOINE, C. y BRABLEC, D. 2011. Políticas Culturales: al acción del Estado y la sociedad de oportunidades. Serie Sociedad y Política. Libertad y Desarrollo [en línea]>http://www.lyd.com/wpcontent/files_mf/sisyp125pol%C3%ADticas culturales.pdf<<[consulta: 16 septiembre 2013.]

¹⁵⁴ ANTOINE, C y BRABLEC, D, Ibid. p.19[en línea]

nuestra identidad se expanda más allá de nuestras fronteras y se ubica en aquellas de mayor crecimiento de la economía mundializada”.¹⁵⁵

Esta visión instala una perspectiva diferente de la cultura, donde las implicancias económicas, sociales y políticas convergen en un nuevo escenario global. Prueba de ello es que dentro de las cuatro líneas estratégicas propuestas, encontramos a las industrias culturales. Estas son: i) garantizar las oportunidades de acceso a la cultura; ii) elevar el tema patrimonial, en un sentido amplio, a la condición de prioridad de la política cultural; iii) mejorar la calidad de los medios de comunicación y su relación con la cultura; iv) apoyar con decisión a las industrias culturales.

El documento señala como objetivo en este ámbito, promover el desarrollo de una industria cultural que aporte al crecimiento de la oferta de bienes y servicios culturales en el país, dado su carácter democratizador y de participación mayoritaria. Para ello se propone desarrollar un Plan Nacional de Fomento de la micro, pequeña y mediana empresa cultural, a través de diferentes incentivos materializados en instrumentos y programas de apoyo y fomento. Se plantea el apoyo a las diferentes etapas productivas, con apoyo de instrumentos financieros provenientes de la Corporación de Fomento (CORFO), del Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), entre algunas instituciones públicas, a las que se deben sumar las privadas.

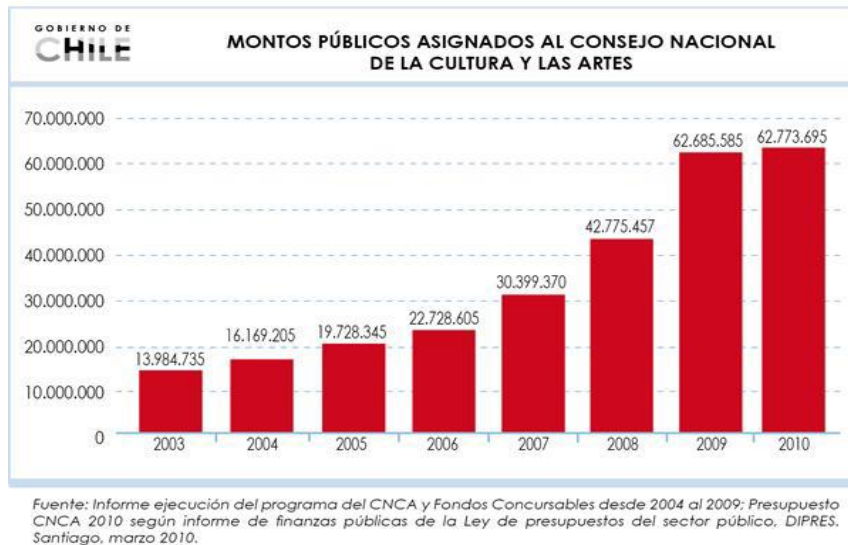
¹⁵⁵ CNCA. 2005. Políticas culturales 2005-2010: Chile quiere más Cultura. Santiago de Chile. [en línea] ><http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Chile-Quiere-M%C3%A1s-Cultura.-Definiciones-de-Pol%C3%ADtica-Cultural-2005-2010.pdf> <[consulta: 7 julio 2013.] p.3

Asimismo, en este ámbito se destaca el valor creativo, como materia prima de las industrias culturales, que como tal merece ser protegido por los derechos de autor, reconociendo que se deben articular nuevos instrumentos tendientes a cautelar los derechos morales y económicos de los autores. Al respecto se propone modificar la ley 17.336 de propiedad intelectual, para garantizar estos derechos y combatir la piratería.

Entre otras medidas cabe destacar la promoción de “la reserva cultural en la negociaciones bilaterales o multilaterales de libre comercio”. De esta manera la denominada excepción cultural asegurará el desarrollo de las industrias culturales locales y pondrá freno a la homogeneización de los contenidos culturales y fuerte concentración impuesta por los grandes conglomerados internacionales.

A lo anterior, se suma al esfuerzo por ordenar institucionalmente el quehacer del Estado en materias culturales, el considerable aumento de los fondos y recursos destinados al financiamiento de la cultura, que entre 2005 y 2010, triplicó el presupuesto de 20 mil a 63 mil millones de pesos. Dando cuenta de la concreción de numerosas propuestas en materias culturales. Una muestra más de que durante este período, las políticas culturales continuarán la combinación de un modelo de mecenazgo liberal, basado en el estímulo de la participación del sector privado, con un modelo de democratización cultural, que permita generar oportunidades para el acceso igualitario de la sociedad a los bienes culturales.

Gráfico N°



Continuando las políticas culturales definidas en el documento “Chile quiere más Cultura: Políticas Culturales 2005-2010”, la administración Piñera debió generar una nueva política cultural. Basando su misión en la idea de que, luego del período de instalación en el que se establecieron los lineamientos para una política cultural nacional, es el momento de los desafíos para lograr su consolidación. Entre ellos se encuentra una redefinición de las políticas y programas desde la perspectiva del rol subsidiario del Estado, fomentando instancias de colaboración con otras instituciones públicas y de la sociedad civil, así como un nuevo énfasis en la implementación de sistemas de evaluación y medición de impacto de programas de fomento y finalmente la revisión de la institucionalidad cultural. Este último punto daría paso a la formación del Ministerio de la Cultura y del Patrimonio, cuyo objetivo será evitar descoordinaciones y duplicidades de funciones con otras reparticiones públicas y, por el contrario, que se genere una adecuada sinergia que permita un desarrollo cultural integral.

De igual forma que su antecesora, la Política Cultural de 2011, declara como visión central el "apoyar y fomentar la creación artística, la participación y la defensa del patrimonio, respaldando la internalización de sus productos y enriqueciendo la dinámica de las industrias culturales"¹⁵⁶.

Para el desarrollo en los próximos años "La Política Cultural 2011-2016", definió tres ejes centrales, 14 objetivos fundados en 29 propósitos y la ejecución de 120 estrategias. Los tres ejes centrales para el desarrollo de las políticas sectoriales, con diferentes énfasis son:

- Creación artística y cultural: basado en el apoyo a la creación, producción, difusión y circulación artística. Propone materializarlo a través de distintos instrumentos entre los que se cuentan cinco programas para el desarrollo de las áreas de artes visuales, fotografía, teatro, danza y artesanía, así como por medio de los Fondos de Cultura, estos son: Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes, Fondart; Fondo Nacional del Libro y la Lectura; Fondo de Fomento de la Música Nacional y Fondo de Fomento del Arte y la Industria Audiovisual. Además se amplían e incorporan cuatro nuevas áreas de trabajo, que se incorporan a las ya existentes: artes visuales, fotografía, danza, teatro y artesanía. Las nuevas áreas son: diseño, arquitectura, arte circense y nuevos medios.

- Patrimonio cultural: plantea el desarrollo de políticas públicas e instrumentos que rescaten, promuevan y difundan fundamentalmente las tradiciones y formas de vida. Fortalecimiento, coordinación y modernización de la institucionalidad en materia de patrimonio de reparticiones institucionales respecto al patrimonio. La

¹⁵⁶ CNCA. 2011. Política Cultural 2011- 2016. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Santiago de Chile. p.51 [en línea] >http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2011/11/politica_cultural_2011_2016.pdf <[consulta: 7 julio 2013.]

Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, DIBAM, como el Consejo de Monumentos Nacionales, CMN, y el CNCA comparten sus atribuciones en estos temas. Como se señaló en el documento de invitación del VII Convención Nacional de Cultura, 2010, “para el CNCA, el patrimonio representa una de las prioridades en los lineamientos para una próxima formulación de política cultural, considerando el reconocimiento que el Estado chileno debe otorgar a personas y comunidades portadoras de manifestaciones de alta significación para el país”.

- Participación ciudadana: busca garantizar que todos los chilenos puedan acceder a la cultura, democratizando un acceso participativo a la creación y al disfrute de los bienes y servicios culturales. Actualmente existen diversos programas cuyo enfoque es que millones de personas puedan gozar de actividades artísticas y culturales de manera sostenida en casi todas las comunas del país.

La consolidación de una política cultural nacional - en este período - se basó fuertemente en un contexto en el cual la creación cultural está supeditada a las reglas del mercado. Desde este lugar, uno de los grandes desafíos es el aumento de la participación de la cultura en la economía nacional, como sucede en los países desarrollados, donde es un indicador de gran valor. Como se señaló a partir de 2007 Chile implementó la Cuenta Satélite de Cultura, que revela el aporte a la economía de las actividades relacionadas con la cultura, como asistencia a eventos, producciones artísticas, mega eventos y lectura, entre otras. Esta cifra, según la Cuenta Satélite de Cultura 2011, representó el 1,6 por ciento del PIB nacional¹⁵⁷.

¹⁵⁷ CNCA. 2011. Hacia una Cuenta Satélite de Cultura. [en línea]
><https://cdocumentacioncnca.files.wordpress.com/2011/11/cuenta-satelite.jpg> <[consulta: 21 julio 2013.]

En la misma línea, la diversificación de aportes a la cultura, que permitiera integrar nuevos actores en las fuentes de financiamiento cultural, fue una prioridad para esta administración. Es así que se elaboró un cuerpo de iniciativas legales tendientes a promover la participación responsable de la sociedad civil, estimulando el financiamiento de las actividades artístico-culturales y de cuidado del patrimonio cultural por parte de los privados, como por ejemplo las modificaciones introducidas a la Ley Valdés, que básicamente amplía el tipo de empresa y contribuyentes que se incorporan como donantes y en cuanto a los beneficiarios; incorpora a los ya existentes, los propietarios de inmuebles con algún tipo de declaratoria patrimonial.

Respecto a la línea de apoyo al financiamiento de la creación, la más conocida y difundida son los Fondos Concursables, en este período el Consejo busca redefinir el modelo utilizado, con estrategias y programas que permitan consolidar y mantener en el tiempo a diferentes compañías, de manera que el desarrollo de sus actividades sea sustentable y permanente. Para esto contempla la evaluación e implementación de algunos programas que apoyen a los beneficiarios de este concurso en la administración y gestión de dichos recursos.

Particularmente y respecto a las industrias culturales, la Política Cultural de 2011, identifica a las áreas editorial, fonográfica y audiovisual, dada su singular complejidad en la cadena productiva, calidad de empleo y consumo, como las que califican bajo esta denominación, señalando que "El apoyo del Estado a las industrias culturales de estas áreas se traduce en políticas de fomento y apoyos de financiamiento establecidos y administrados por instituciones como el Ministerio de

Educación, DIBAM o CORFO...".¹⁵⁸ Continuando y profundizando la línea establecida en la política cultural anterior.

Cabe destacar el papel central que otorga este documento a las industrias culturales, consignado dentro los 14 objetivos más importantes. Se busca visibilizar y fomentar las industrias culturales como motor de desarrollo, asignándole el segundo lugar de importancia detrás del fortalecimiento de la creación artístico cultural¹⁵⁹.

Evidentemente nuestro país se encuentra cada vez más en la encrucijada de ser parte del mercado de los intercambios simbólicos, y la consecuente confluencia del ámbito de la economía y la cultura. Ser parte del circuito de intercambio global, asumiendo las tensiones entre identidad y apertura, estética e industria, creadores y consumidores, es un eje que vincula la cultura con la política.

En este nuevo contexto es necesario que se formulen cada vez más, políticas públicas que consideren la dimensión económica de la cultura, que permitan visibilizar las industrias culturales como factor de desarrollo económico y social. Para ello el Estado, los privados y la sociedad civil, deben generar instancias de colaboración y fomento: técnico y financiero, que valoren y favorezcan la creación y producción local, así como la distribución y circulación de estos bienes. Revertir la disposición que nos convierte mucho más en importadores-consumidores, para transformarnos en productores-exportadores¹⁶⁰.

¹⁵⁸ CNCA. Ibid. p. 37

¹⁵⁹ CNCA. Ibid. p. 54

¹⁶⁰ HOPENHAYN, M. 2004. Ser visibles o no ser nada: industrias culturales en el ojo del huracán en Revista Polis N°9. p.6

De esta forma se espera que se formulen políticas públicas sistémicas e inclusivas, tendientes a construir un marco de regulación de los bienes culturales que promueva el desarrollo del sector, y permitan caminar hacia una verdadera equidad simbólica.

PARTE IV

DESAFIOS Y OPORTUNIDADES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES. EL CASO DE SANTIAGO CREATIVO

III. METODOLOGÍA: ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD – ANÁLISIS INTERPRETATIVO

A la luz de los antecedentes abordados en el presente trabajo, se ha podido constatar la dificultad conceptual y de análisis respecto a las denominadas industrias culturales e industrias creativas, en un entorno global cada vez más cambiante. Estas transformaciones obligan a revisar constantemente las formas de aproximación de la sociedad a la cultura y una de sus aristas: las industrias culturales.

En este marco, se propone revisar de forma particular el Programa Santiago Creativo, instrumento gubernamental de fomento a las industrias creativas, a través del método de estudio de caso.

El interés específico de la presente investigación por este Programa, se fundamenta en su carácter gubernamental, con apoyo de instrumentos financieros, donde convergen los sectores económicos, políticos y sociales. A diferencia de otras entidades existentes que están fuertemente basadas en la asociatividad

gremial o local, como son el Nodo de Industrias Creativas en la Región de Los Ríos y la Asociación de Industrias Creativas de Valparaíso.

A lo anterior se puede añadir que el Nodo de Industrias Creativas de la Región de los Ríos, está formado por empresas y emprendedores de diferentes sectores como la artesanía, arquitectura, audiovisual, diseño, música y software. Este proyecto cuenta con el apoyo de la Universidad San Sebastián e Innova Chile. En tanto el Programa Industrias Creativas de Valparaíso, también dependiente de CORFO, buscaba apoyar emprendimientos individuales, así como de organizaciones gremiales, circunscritos a la ciudad de Valparaíso, basados en la creatividad y el capital intelectual, que fueran capaces de generar riqueza y desarrollo. Luego de cinco años de funcionamiento, el proyecto finalizó sus actividades el año 2013, de acuerdo a lo proyectado.

Es singular que en nuestro país, junto con el joven desarrollo de la institucionalidad cultural, se ha venido considerando de manera consciente el fomento de la creatividad, de la producción artística y de las industrias culturales y creativas, como un aspecto medular de nuestro desarrollo e identidad cultural.

El lugar central otorgado a las industrias culturales en las políticas culturales, tanto en "Chile quiere más cultura" como en la "Política Cultural 2011 - 2016", dan cuenta del valor fundamental y estratégico otorgado a estas industrias, basado en desarrollar y profundizar el enfoque creativo-cultural que se espera permita avanzar hacia la sustentabilidad de los sectores creativos. Es así que ya en la política cultural de 2005, se establecía como objetivo primordial "Promover el desarrollo de una industria cultural que aporte al crecimiento de la oferta de bienes y servicios

culturales en el país, y que asegure la difusión de la creación artística y del patrimonio nacional¹⁶¹ⁿ. Será este objetivo el que otorgará el marco y soporte necesario para el desarrollo y fomento de las industrias culturales en la primera década del siglo XXI, en nuestro país.

No es casual, entonces, que en el año 2010, casi una década después de la publicación de la primera política cultural del país, se creara "Santiago Creativo: Plataforma para la exportación de la Industria Creativa", programa dependiente del Gobierno Regional de CORFO, cuyo principal objetivo es "facilitar e impulsar la exportación de bienes y servicios creativos".¹⁶² Con un alcance territorial circunscrito a la Región Metropolitana de Santiago, busca apoyar y estimular el desarrollo creativo en áreas predeterminadas como: Diseño, Literatura, Música, Audiovisual, Artes Escénicas, Artes Visuales y Artesanía.

La génesis del modelo que sustenta a "Santiago Creativo" se puede identificar en la política cultural "Chile quiere más cultura". En ella se propone desarrollar un Plan Nacional de Fomento de la micro, pequeña y mediana empresa cultural, a través de diferentes incentivos materializados en instrumentos y programas de apoyo y fomento. Para cumplir tal medida se propone diversificar los instrumentos de incentivo financieros, como por ejemplo los de la Corporación de Fomento (CORFO) y del Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), con el fin de apoyar la producción de las industrias culturales¹⁶³.

¹⁶¹ CNCA. 2005. Política cultural: Chile quiere más Cultura. Consejo de la Cultura y las Artes. Santiago de Chile. p.18 [en línea] ><http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Chile-Quiere-M%C3%A1s-Cultura.-Definiciones-de-Pol%C3%ADtica-Cultural-2005-2010.pdf> <[consulta: 7 julio 2013.]

¹⁶² página web Santiago Creativo [en línea] ><http://www.santiagocreativo.cl/> <[consulta: 16 septiembre 2013.]

¹⁶³ CNCA. 2005. Política cultural: Chile quiere más Cultura. Consejo de la Cultura y las Artes. Santiago de Chile. p.19 [en línea] [en línea] >><http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Chile-Quiere-M%C3%A1s-Cultura.-Definiciones-de-Pol%C3%ADtica-Cultural-2005-2010.pdf> <[consulta: 7 julio 2013.]

La propuesta anterior está basada en el exitoso modelo del Programa de desarrollo de la Industria Audiovisual de CORFO, que buscaba ampliar las estrategias y acciones que permitieran el desarrollo de la industria audiovisual nacional. Los resultados de este programa basado en fomento y difusión de la industria audiovisual, son significativos tanto por la cantidad de proyectos financiados, como por sus montos. Desde el año 1999 a la fecha el programa ha aportado más de 14 millones de dólares al sector audiovisual, cifra significativa si se compara con el aporte de 28 millones de dólares que ha realizado el Fondo de la CNCA en esta área, entre el año 2004 a 2010 ¹⁶⁴.

Precisamente será este programa dependiente de CORFO, el que dará paso al modelo que ahora se replicaría en Santiago Creativo, el cual pretender ser mucho más ambicioso que su antecesor, ampliando las áreas o sectores con los cuales trabajaría.

Conceptualmente Santiago Creativo, no pretende basar su acción realizando distinciones entre industrias culturales e industrias creativas, pareciera que simplemente le cabe adoptar un modelo basado en una selección de diferentes áreas a considerar, reconociendo que el desarrollo de estos sectores se sustenta de manera esencial e inherente en lo creativo¹⁶⁵. Sin embargo, la cercanía con el denominado Modelo Británico de la DCMS, (en inglés *Department of Culture, Media and Sport*), resulta evidente por las áreas y sectores elegidos, así como por

¹⁶⁴ CNCA. 2011. Hacia una Cuenta satélite de cultura Figura 13.1 Proyectos audiovisuales seleccionados y sus montos adjudicados (expresados en pesos \$14.600 millones). p 63 [en línea] >

<https://cdocumentacioncnca.files.wordpress.com/2011/11/cuenta-satelite.jpg> <[consulta: 21 julio 2013.]

¹⁶⁵ página web Santiago Creativo [en línea] > <http://www.santiagocreativo.cl/> <[consulta: 16 septiembre 2013.]

el trabajo colaborativo realizado con el British Council¹⁶⁶, materializado en la publicación de dos textos de circulación gratuita: “La Economía Creativa: una guía introductoria” y “Guía para mapear las Industrias Creativas”.

Este programa reconoce que el valor de estas industrias se basa en la creatividad, como talento, sumado a la capacidad que tienen de generar empleo, ingresos de comercio y también favorecer la inclusión social, dado su carácter democratizador y de participación mayoritaria.

El principal objetivo del programa Santiago Creativo es fomentar y sistematizar la exportación de bienes y servicios creativos de siete sectores previamente definidos: Diseño, Literatura, Música, Audiovisual, Artes Escénicas, Artes Visuales y Artesanía. Para ello materializa su plan de acción en asistencia técnica y misiones de exploración de mercados y negocios para las industrias creativas chilenas, utilizando un "Modelo de Intervención" propio, pretende desarrollar y fortalecer las capacidades de las empresas y emprendedores creativos, que colaboran en la implementación de un modelo de negocio sustentable, focalizándose en empresas pequeñas e inclusive microPYMEs.

Respecto de los lineamientos estratégicos Santiago Creativo, define cinco líneas:

i) mejoramiento de la gestión de empresas y emprendedores creativos, ii) apoyo a la internacionalización de la industria creativa, iii) articulación territorial de actores de la economía creativa, iv) gestión del conocimiento, v) seguimiento y comunicaciones. Con un horizonte de implementación de cinco años, el programa

¹⁶⁶ British Council, es una organización internacional del Reino Unido a cargo de las relaciones culturales y las oportunidades educativas. Está presente en 110 países.

espera instalar una Plataforma exportadora de bienes y servicios creativos, y también un Centro de empresarización y emprendimiento creativo.

Desde un enfoque multidisciplinario, al cruce entre economía y cultura, se agrega relacionados a estos; el de gestión, asociatividad, integración y sustentabilidad. Sin embargo se olvida la dimensión identitaria y la de diversidad.

A tres años de su creación, Santiago Creativo aún se encuentra en una fase de exploración y análisis, como lo reconoce su gerente, basando su accionar en la recolección de datos y método de mapeo. Precisamente, la apuesta por visibilizar y fomentar las empresas y creadores con potencial exportador, debe primero, identificar quienes son, cuál es el tamaño de su empresa, definir si existe algún grado de asociatividad gremial u otra y el sector donde desarrolla sus bienes y/o servicios.

Es así que el estudio de caracterización de empresas y creadores con potencial creativo, realizado en la Región Metropolitana, identificó 416 casos. Utilizando el método del mapeo¹⁶⁷, el estudio encargado al Centro de Microdatos de la Universidad de Chile, arrojó un potencial interesante, en su mayoría de pequeñas empresas que desarrollan su actividad en alguna parte de la cadena productiva, ya sea como creadores, productores, distribuidores y otros servicios anexos.

Entre otros resultados, el estudio da cuenta de una clara falta de asociatividad, entre los sectores: Diseño, Literatura, Música, Audiovisual, Artes Escénicas, Artes Visuales y Artesanía. A la vez se evidencia una casi nula

¹⁶⁷ Mapeo: serie de métodos analíticos para recolectar y presentar información sobre el rango y alcance de las industrias creativas.

pertenencia a una asociación gremial, sólo en el caso del Diseño alcanza el 10%, por el contrario en las Artes Visuales se registra un 0%. En cuanto a los sectores con mayor potencial de crecimiento de acuerdo a la información de Santiago Creativo, el sector del diseño, el editorial, la música y audiovisual se encuentran entre estos. No se puede obviar que en ambos parámetros, el sector del diseño es el que se proyecta como uno de los sectores con mayores posibilidades de desarrollo, coincidiendo con la reciente inclusión de este sector en los Fondos de Cultura del CNCA, en el año 2010.

Administrativamente, Santiago Creativo, depende de CORFO a través del Gobierno Regional Metropolitano. El equipo de trabajo está formado por tres personas: un gerente del programa, un experto en fomento productivo y una productora ejecutiva. La entrevista en profundidad fue realizada el 27 de septiembre del presente año, al gerente de Santiago Creativo, Leonardo Ordoñez Galaz, se transcribió in extenso y se encuentra en el Anexo N°3. En este capítulo se incluye un extracto.

Considerando que el concepto de Industrias Creativas podría responder a una cierta moda. ¿Cómo ve Santiago Creativo a estas industrias, como un subproducto de las Industrias Culturales o por el contrario como el corazón de éstas? ¿Se apoyó Santiago Creativo en el modelo DCMS?

Santiago Creativo surge de los estudios que se han hecho en el mundo. Desde CORFO hemos estudiado esto desde muchos años atrás, viendo cómo los países van asumiendo que la creatividad puede generar una riqueza en un cierto territorio, y que esto va más allá de la experiencia meramente cultural. Con el proceso de globalización y el desarrollo de las tecnologías, es importante acudir y

destacarse en el mundo por la identidad cultural y por los bienes y las experiencias irrepetibles que los países pueden ofrecerle a otros países, esa es la base para ponerse a pensar qué cosas se pueden hacer en Chile.

¿Cómo se articula el desarrollo cultural asociado a la creatividad? Lo pregunto porque hoy se habla mucho de esta asociación, sin embargo y de acuerdo al investigador Ramón Zallo la creatividad respondería a una ciencia del comportamiento y no a una dimensión cultural. ¿Para Santiago Creativo, toda la creatividad es cultura? Como se generó la distinción de los sectores o áreas elegidas, por qué esos sectores y no otros?

Lo primero fue realizar un mapeo para poder identificar en la región Metropolitana cuáles son aquellos sectores o áreas, que de alguna u otra manera sobresalen en relación a otras, además está todo concentrado en esta región y por lo tanto es lógico que todos los sectores del desarrollo creativo estén instalados acá. Entonces ahí uno prioriza, por dónde nos vamos a ir, porque todo eventualmente podría ser creativo y en tal caso los recursos no dan para todo, o bien es necesario ir probando y en el ensayo – error, ir modificando los niveles de intervención.

¿Es decir se identifican más con la creatividad que con el término industria? Porque desde ese lugar claramente las artes visuales no responden a una industria.

Quiero profundizar en ese aspecto, es decir no hay un marco de apoyo conceptual que tome como referente a las Industrias Culturales y a las Industrias Creativas, sino que simplemente se habla de áreas creativas?

No, nosotros hablamos de Industrias Creativas entendiendo que son aquellas que se basan en la creatividad, el talento creativo y que de alguna u otra manera son capaces de generar empleo, ingresos de comercio y también de favorecer la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano en un territorio. Pero para que eso sea así claramente nosotros distinguimos, que la integran aquellas que en la década de los noventa y anterior, se reconocieron como Industrias Culturales: el Audiovisual, la Música y el Libro de acuerdo a la estratificación de la UNESCO y de otras instituciones internacionales que hicieron una catalogación y una clasificación apelando al soporte, por lo cual esas disciplinas se reconocen como que tienen variable industrial a diferencia de otras disciplinas artísticas. Esto porque son capaces de reproducir una misma obra y copiarla múltiples veces, es decir hay una serialización y esa es la magia que tiene el audiovisual, la música y el libro. Sin embargo la evolución del concepto ha tenido que ir incorporando al territorio a las otras disciplinas que a lo mejor su experiencia no son repetitivas de igual manera, pero sin embargo son capaces de generar empleo, desarrollar ingresos de comercio y eventualmente y por sobre todo favorecer la inclusión social, el desarrollo humano en un territorio y aportan al desarrollo de la economía y ahí tu integras a todas las disciplinas creativas, inclusive hay países que incluyen la publicidad, la gastronomía, haciendo más robusta la Industria Creativa de un país o de otro a medida que se va concibiendo que es un sector relevante e importante.

Has mencionado en varias oportunidades que lo que busca este programa es promover el desarrollo creativo con foco económico. ¿Es verdaderamente esa la misión del programa Santiago Creativo?

Santiago Creativo trabaja dos variables importantes en una misma intervención:

- 1) El desarrollo de la economía, el emprendimiento, la innovación etc.
- 2) Son emprendimientos que están vinculados al mundo de la cultura, aun cuando cualquier emprendimiento es creativo *per se* – no es necesariamente cultural.

Bajo esa definición, se entiende perfectamente por qué hoy, la dependencia de Santiago Creativo es desde CORFO y no desde el CNCA. ¿A tu juicio esta dependencia está bien planteada, o bien podrían depender de la CNCA?

No, porque es a la CORFO a la que le corresponde, desde el Estado, desde hace ya más de 80 años, ir desarrollando, estimulando, innovando y descubriendo cuáles son las nuevas riquezas de Chile. Es la institución del Estado llamada a invertir tiempo y ganas en ir descubriendo que está pasando con los sectores tradicionales de la economía chilena y con los nuevos sectores que han ido apareciendo. Es la Industria creativa en la que se reconoce que forma parte de la antigua Industria cultural, integrada por la industria cultural y por los sectores que no eran industriales y que ahora se suman en este esfuerzo de la Industria Creativa, la Industria creativa es una parte del sector cultural, pero nunca va a pretender que sea la más importante. Porque también está el patrimonio, los pueblos originarios, el desarrollo de las audiencias y todo lo que tiene que ver con la escolaridad, la educación, en fin también la política de género, es decir todo forma parte del desarrollo cultural.

Respecto de la identidad y la homogeneización de los productos culturales en algunos sectores, Santiago Creativo establece algún tipo de selección, asumiendo que la base es que se enmarquen en las áreas que

ustedes han definido. ¿Cómo evalúan que se cumpla con las características centrales, es decir que algo sea creativo, innovador, que tenga contenido simbólico y que a la vez cumpla con un anclaje territorial identitario. En otras palabras hay alguna especie de línea editorial?

Nosotros no seleccionamos a uno por ser más o menos creativo. Eventualmente el día de mañana, cuando esto en el sueño vaya creciendo, bien sabemos que los países que ya pasan las barreras de los primeros años de intervención, empiezan a aparecer solos los centros de investigación o los tecnológicos, para el desarrollo de las artes escénicas, los centros de innovación para el arte visual, los centros de investigación para el desarrollo de disciplinas industriales como el audiovisual y se instalan en el territorio. Eventualmente eso en Chile por qué no podría pasar, en el *statu quo* de la situación actual, los chilenos están acostumbrados a tener universidades, un sector público proveedor y desde ahí nos relacionamos.

Santiago Creativo es un salto cualitativo en la intervención pública y es por esto que este programa no tiene un peso para distribuir al emprendedor directamente. Las intervenciones que hacemos al emprendedor que son hasta el minuto gratuitas, las hace el equipo profesional de Santiago Creativo, apoyado por una red de expertos que asisten para ello y eventualmente, vamos a evaluar la experiencia con múltiples interventores que tengamos y ver los primeros resultados, pero de ahí en adelante, en la medida que se vayan desarrollando estas otras instituciones. Un país que ha creído en el desarrollo de la Industria Creativa y en su economía por creer en la creatividad.

IV. El Modelo Británico

El análisis respecto de la importancia e impacto del Programa Santiago Creativo, como dinamizador del sector creativo - cultural de nuestro país, exige revisar con mayor detenimiento, el denominado Modelo Británico. Su cercanía tanto conceptual como colaborativa, materializada en las publicaciones realizadas en alianza con el British Council¹⁶⁸, permitieron a este organismo participar de la instalación teórica y técnica de los componentes de la economía creativa en nuestro país.

Como se indicó en el capítulo IX, el término Industria Creativa se remonta al año 1994 en Australia a través del documento *Creative Nation*, elaborado por el gobierno australiano, enfatizaba la importancia de la cultura en la identidad nacional y definía una serie de actividades con potencial cultural y económico. Años más tarde el documento *Creative Task Force* elaborado en el Reino Unido en 1997, se traduce en la primera iniciativa que desde el gobierno, busca definir y registrar de manera sistemática las industrias creativas, instalando de manera definitiva este concepto en ese país y en el resto de Europa.

En el Reino Unido el modelo utilizado por el Departamento de Cultura, Medios y Deportes (DCMS por su sigla en inglés), sobre industrias creativas definió 13 sectores de actividad cultural y económica, incluyendo “las industrias

¹⁶⁸ En el texto editado por British Council: La economía Creativa, se indica en el prefacio que el compromiso de esta entidad es darle forma al entorno de la economía cultural a través del trabajo con sus socios en varios países.

relativamente nuevas basadas en la creatividad y el emprendimiento, y las tradicionales industrias culturales de las que aquellas se desprendían"¹⁶⁹. Los 13 sectores identificados fueron: artes y antigüedades, artesanías, arquitectura, artes escénicas, cine, diseño, diseño de modas, música, publicidad, software, software y video juegos, televisión y radio.

Conceptualmente el gobierno del Reino Unido las definió en 1998 como "aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, la habilidad y talento individual y que tienen potencial de crear empleos y riqueza a través de la generación y explotación de derechos de propiedad intelectual"¹⁷⁰.

Varios países han adoptado el modelo británico, aplicando algunas diferencias que se traducen fundamentalmente, en el marco conceptual y en los sectores que deben ser incluidos. No obstante, en la actualidad, existe gran convergencia entre los marcos conceptuales de diferentes naciones. Como una manera de ilustrar lo expuesto, a continuación se incluye un cuadro comparativo de acuerdo a las definiciones de Reino Unido, Alemania, España y Francia.

¹⁶⁹ NEWBIGIN, J. 2010 British Council: La Economía Creativa: una guía introductoria .

¹⁷⁰ Citado en British Council. Industrias creativas p 17

Cuadro N°6

Comparación entre países: definiciones de las industrias creativas/culturales

	REINO UNIDO	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA
TÉRMINO UTILIZADO	INDUSTRIAS CREATIVAS	INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES	INDUSTRIAS CULTURALES	SECTOR CULTURAL
SECTORES				
ARQUITECTURA	X	X		X
ARTES/ ARTES VISUALES	X	X	X	X
ARTES ESCENICAS	X	X	X	X
LIBRERÍAS			X	X
DISEÑO	X	X		
PUBLICACIONES	X	X	X	X
MODA	X			
SOFTWARE/ MULTIMEDIA	X	X		
MUSEOS/PATRIMONIO CULTURAL			X	X
MÚSICA	X	X	X	X
ARTESANIAS	X			
PUBLICIDAD	X	X		

Fuente: Creative industries in Europe en British Council. Guia para mapear. p.39

La UNESCO otorga un valor importante al rol que ha tenido Reino Unido en el desarrollo de modelos analíticos de las industrias creativas, liderando su estudio a través del mapeo cultural¹⁷¹. Ya en 1998 el Departamento de Cultura, Comunicaciones y Deporte (DCMS) del gobierno, elaboró el primer mapeo de las industrias culturales, identificando las actividades económicas culturales, los creadores y productores, el empleo y las asociaciones entre ellos, en un territorio determinado.

El desarrollo del primer mapeo de las industrias culturales en el Reino Unido realizado en el año 1998, tuvo resultados sorprendentes, este grupo de industrias representaba el 8% de la actividad económica total y empleaba entre el 7% y el 8% de la población laboralmente activa¹⁷². Además de visibilizar un sector relevante en la economía del país, este primer estudio cumplió su objetivo: poner en perspectiva el valor económico de las industrias creativas.

Otro dato relevante obtenido en un estudio británico realizado en 2005, respecto a estas industrias, es que un 49% de su fuerza laboral cuenta con títulos universitarios a diferencia del 16% de la fuerza laboral del total del país. Sin duda una clase profesional dinamizadora y que podría servir de modelo para otros sectores de la sociedad.

¹⁷¹ UNESCO. 2006. Comprender las industrias creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas. [en línea] > http://portal.unesco.org/culture/en/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf/cultural_stat_es.pdf <[consulta septiembre 2013.]

¹⁷² NEWBIGIN, J. 2010 British Council: La Economía Creativa: una guía introductoria. p.23

A la luz de estos resultados, el gobierno británico decidió crear dos entidades con el objetivo de mejorar las competencias en las industrias creativas: 1) Creative and Cultural Skills (Habilidades Creativas y Culturales) que focaliza su acción en los áreas de la publicidad, el diseño, las artesanías, la música y las artes escénicas, las artes visuales y la literatura y 2) Skillset cuya acción está dedicada al sector de los medios de comunicación. Estas dos entidades reciben fondos del gobierno y también de la industria¹⁷³.

El modelo del programa Creative and Cultural Skills, es bastante similar al programa Santiago Creativo, por los sectores en que focaliza su acción así como sus objetivos estratégicos y planes de acción, reforzando la idea del vínculo de colaboración existente entre organismos británicos y Santiago Creativo.

¹⁷³ NEWBIGIN, J. 2010. British Council. La Economía Creativa: una guía introductoria. p.59

PARTE V

CONCLUSIONES

Un poco menos de cien años nos distancian de la irrupción del fenómeno de la industrialización de los bienes culturales, en la sociedad occidental. En un comienzo fue un proceso paulatino y para muchos irrelevante, sin embargo con el transcurso de las décadas, a partir de los avances tecnológicos, especialmente en las comunicaciones, presenciamos como este proceso se aceleró vertiginosamente cobrando importancia en las últimas décadas.

La transformación de la sociedad por medio del modelo industrial y más significativo aún la transformación de la experiencia estética, que por primera vez en la historia, se extendía a grandes sectores de la población, como lo había visualizado Walter Benjamin, en las primeras décadas del siglo pasado, se convierte en la génesis que permite comprender la irrupción industrial en el campo de la cultura.

En este nuevo orden, el arte se modifica y junto con ello cambia la experiencia estética mediante la aparición y masificación por tres vías principalmente: el diseño industrial, la publicidad y los medios masivos de comunicación¹⁷⁴. De esta forma al modificarse la experiencia estética se modifica el campo cultural y aspectos tales como la producción y reproducción de los bienes culturales mediante procesos industriales, se vuelven más complejos; la

¹⁷⁴ JAMESON, F. 2002. El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo. Buenos Aires. Ed. Manantial. p. 37

serialización trivializa la obra con la consecuente pérdida del valor aureático y único de la obra de arte¹⁷⁵. Benjamin advirtió que la relación de las masas con la cultura empezaba ahora a cobrar sentido desde la experiencia y producción, desde la percepción y el uso.

De la misma forma en la posmodernidad, la modificación de la experiencia, denominado “dilema estético”¹⁷⁶, reconoce de manera irrevocable la imposibilidad de los artistas del período, para inventar nuevos estilos y nuevos mundos, quedando únicamente limitados al pastiche, como lugar de remedo de otros estilos. En consecuencia, el arte posmodernista encuentra un nuevo modo de referirse al arte mismo, es decir que uno de sus mensajes esenciales, implica el fracaso del arte y la estética, modificando así la aproximación entre las relaciones simbólicas y materiales, en consecuencia el campo cultural.

La sociedad postindustrial, la sociedad de consumo, la sociedad del capitalismo multinacional, la sociedad de la información, la sociedad del espectáculo, responden a diferentes formas de nombrar un nuevo tipo de sociedad, donde la transformación de la esfera de la cultura no sólo modifica la experiencia estética y la de consumo, sino que también cambia la dependencia de las fuentes de producción cultural, que pasan de los estamentos de poder y autoridad, a la lógica del mercado y la industria.

En este nuevo escenario, los procesos de convergencia tecnológica y de serialización, han venido modificado la base material de la cultura, de esta forma a

¹⁷⁵ BENJAMIN, W. 1982. La obra de arte en la era de la reproducción técnica, en Discursos interrumpidos I. Madrid. Ed. Taurus. p.16

¹⁷⁶ JAMESON, F. Op. Cit. p.22

la tradicional importancia simbólica asignada a los bienes culturales, se incorpora hoy una creciente importancia económica. Esta encrucijada entre estética e industria, viene a inaugurar un nuevo modo de aproximación entre las relaciones simbólicas y materiales.

Precisamente es así como en el bien cultural, el valor de uso y el de cambio coexisten, sin embargo la distinción de los bienes culturales radica en el valor simbólico como una dimensión superior que somete a los valores tradicionales: económico y de uso, al valor estético.

La doble dimensión de los bienes culturales; por una parte como bien social al servicio de las condiciones de identidad, cohesión social y ciudadanía, y por otra como bien de consumo, responde a una realidad de doble aspecto, es decir como “mercancías y significaciones, cuyos valores propiamente simbólico y comercial permanecen relativamente independientes”¹⁷⁷. Mucho más allá de la dicotomía planteada por Bourdieu, los bienes culturales no son sólo mercancías, sino que suponen prácticas de apropiación, interacción social, reconocimiento y representación.

Respecto a los modos la producción y circulación de estos bienes, coexisten dos formas opuestas, se trata de la denominada diferenciación bourdeana de la cultura de “ciclo corto y la de ciclo largo”¹⁷⁸. En un extremo se encuentra la economía del arte puro, donde prevalece la producción autónoma, que no puede reconocer más demanda que la que es capaz de producir ella misma pero sólo a largo plazo, está orientada hacia la acumulación de capital simbólico, corresponde a

¹⁷⁷ BOURDIEU, P. 2011. Las reglas del arte. Barcelona. Editorial Anagrama. p.214

¹⁷⁸ BOURDIEU, P. Ibid. p.214-215

la de ciclo de producción largo. En el otro polo se encuentra el ciclo de producción corto del comercio de bienes culturales, que prioriza la difusión al resultado inmediato y temporal, que busca minimizar los riesgos y responde a una demanda preexistente¹⁷⁹.

Es así que la cultura se inserta en el mercado; el mercado de los bienes simbólicos, donde cabe preguntarse por las relaciones materiales y simbólicas, y donde el desfase temporal entre oferta y demanda, propiciaría en alguna medida, la demanda por el consumo de bienes de las Industrias Culturales, de ciclo corto, en contraste con el campo de producción restringido del arte, de ciclo largo.

Como se señaló la expresión Industria Cultural fue acuñada por los llamados teóricos de la Escuela de Frankfurt, quienes crearon los conceptos de *industria cultural* y de *reproductibilidad* del acto creador, al observar el proceso de irrupción técnica en el mundo de la cultura, evolución en la cual colaboraban profundos cambios sociales.

La conceptualización inicial contenía un sentido crítico contra la mercantilización de la cultura¹⁸⁰, concepción que se va modificando en el transcurso de los años, perdiendo su carácter desfavorable y añadiendo una segunda diferencia, se comienza a utilizar la expresión en plural: Industrias Culturales, para dar cuenta de los diversos sectores económicos y culturales involucrados en ellas.

Un aspecto que subyace a las industrias culturales responde al cuestionamiento de si la diversificación y masificación de bienes culturales de

¹⁷⁹ BOURDIEU, P. Op. Cit. pp.214-215.

¹⁸⁰ THROSBY, D. 2001. Economía y Cultura. Madrid .Cambridge University Press. P. 26

carácter industrial y estandarizado, anula su valor creativo y de portador de contenidos simbólicos.

En este contexto, es claro que el objetivo de análisis, desde la institucionalidad y numerosos estudios llevados adelante, se basan en conocer el funcionamiento material de la cultura y su particularidad respecto de otras industrias. Entonces ¿se puede delimitar qué son las Industrias Culturales y hasta dónde llega su dimensión cultural, económica y creativa?

A la pregunta anterior se puede responder afirmativamente, al considerar que el carácter estandarizado de los bienes de las industrias culturales, no anula su valor creativo, cargado de contenidos simbólicos, sino que además es fuente de identidad que favorece la participación y diversidad cultural, y están ligadas al distintivo irrepetible de sus creadores, que inicia en una creación única que luego se reproduce en forma masiva.

Se puede decir entonces que en esta concepción una industria cultural es cualquier entidad con la misión de crear, producir y distribuir eventos, bienes, productos y servicios culturales, por cuanto son portadores de identidad, valores y sentido.

Bajo el actual escenario de globalización y el predominio del modelo económico neoliberal, la diversificación y masificación de bienes y servicios culturales que genera la industria, se comienza a desdibujar las definiciones tradicionales de alta cultura y cultura de masas. Es así como las actividades económicas y culturales que se desarrollan hoy en el mundo, ya no responden

únicamente a una identidad nacional o local sino a una diversidad y multiculturalidad productiva. Diversidad cultural que representa un desafío porque implica que reconociendo la corriente homogeneizadora de la globalización, se deben abrir y asegurar espacios para la creación de bienes simbólico - creativos.

Si hace medio siglo las industrias culturales se reducían al libro, la prensa, la radio y el cine, hoy en cambio el abanico se ha ampliado a galerías y museos, festivales y fiestas y al diseño, entre otros, impactando en los hábitos de consumo cultural. Así, no sólo se amplía el universo de las industrias culturales sino que aparece el concepto de Industrias Creativas inaugurando una nueva forma de entender la relación entre cultura, economía y creatividad, poniendo en tensión el concepto más tradicional de Industria Cultural.

Al respecto se puede señalar que efectivamente se sostiene una visión crítica respecto de un cierto desplazamiento semántico facilista que sustituye el concepto de Industria Cultural por el de Industria Creativa, llegando a considerarlo como un falso sinónimo.

En primer lugar porque no se puede reducir el concepto de cultura al de creatividad; en segundo lugar porque los sectores y subsectores que las conforman son diferentes: no se puede confundir las actividades culturales clásicas, como por ejemplo las Artes Visuales que no tienen una condición de serialización y masificación, con actividades o servicios que pueden derivarse de ellas; como el trabajo de las galerías, publicaciones asociadas y otros. En tercer lugar porque al confundir las actividades y sectores de cada industria, se puede generar

información confusa, que puede distorsionar la definición de políticas públicas, planes de desarrollo e instrumentos de integración del sector cultural.

Reconociendo la relevancia de las tres consideraciones expuestas anteriormente, y a la luz del trabajo realizado en esta investigación, estimo del mismo modo, que la Industria Cultural no es una especialización de la Industria Creativa, imposibilitando de esta manera su reducción a la condición de subsector de dichas industrias.

En consecuencia se debe considerar que las industrias culturales ocupan un lugar central y cercano a las artes creativas tradicionales, formando parte del sector cultural, pero ya no de manera exclusiva. Esta concepción se asimila al Modelo de los Círculos Concéntricos de David Throsby, que define de mejor manera las dimensiones culturales y creativas de diferentes sectores. El Modelo que se libera de la noción compartimentada de relaciones por una concepción orgánica, estableciendo un núcleo o corazón cultural donde se encuentran las artes tradicionales (de mayor valor simbólico) y una serie de otros sectores que derivan de este núcleo (de valor simbólico decreciente) y se van sucediendo en círculos.

Lo anterior evidencia el cambio del marco epistémico respecto al estudio del campo cultural y la compleja tarea de construir marcos teóricos y metodológicos nuevos, que además de considerar las dimensiones tangibles de análisis económico y estadístico, debe considerar las dimensiones intangibles.

Finalmente, y conscientes de la importancia que implica la incorporación de las Industrias Culturales en el diseño de las políticas públicas, se evidencia que hoy

no puede pensarse el desarrollo cultural de un país sin un fomento a sus Industrias Culturales.

Se debe reconocer que en nuestro país, junto con el joven desarrollo de la institucionalidad cultural, se ha considerando de manera consciente el fomento de las Industrias Culturales y Creativas, aunque sin distinciones conceptuales entre una y otra, se identifican como un aspecto medular de nuestro desarrollo cultural e identidad. Es discutible si sólo se trata de un discurso bien articulado y bien intencionado o responde a una verdadera voluntad político cultural.

Respecto del programa gubernamental elegido para este estudio: "Santiago Creativo: Plataforma para la exportación de la Industria Creativa" reconoce que el valor de estas industrias se basa en la creatividad, como talento, sumado a la capacidad que tienen de generar empleo, ingresos de comercio y también favorecer la inclusión social, dado su carácter democratizador y de participación mayoritaria". Sin embargo no se puede olvidar que su objetivo es fomentar y sistematizar la exportación de bienes y servicios creativos de siete sectores previamente definidos: Diseño, Literatura, Música, Audiovisual, Artes Escénicas, Artes Visuales y Artesanía.

Si bien trabaja desde un enfoque multidisciplinario, al cruce entre economía y cultura, se agrega relacionados a estos; el de gestión, asociatividad, integración y sustentabilidad. No obstante se olvida la dimensión identitaria y la de diversidad.

En este nuevo escenario y encrucijada entre estética e industria, una de las cuestiones que también debería ocupar a futuro al Programa Santiago Creativo es

¿cómo se industrializa un bien simbólico? ¿cuáles deberían ser los resguardos para cautelar el capital simbólico de los bienes creativos?

Se debe reconocer que el esfuerzo de Santiago Creativo se centra en visibilizar bienes y servicios de las industrias creativas, tendientes a revertir la asimetría de nuestro país en cuanto a la producción y exportación de bienes y servicios culturales –creativos, más bien marginal y nos convierte en importadores neto, buscando equilibrar su participación en el contexto mundial.

PARTE VI

GLOSARIO

AGCA Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT, por su sigla en inglés)

BID Banco Interamericano de Desarrollo

BM Banco Mundial

BRITISH COUNCIL Organización R.U. para la cultura y educación

CAB Convenio Andrés Bello

CNCA Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

CORFO Corporación de Fomento

Cuenta Satélite de Cultural Sistema de medición económica de las actividades y productos que componen el sector cultural

DIBAM Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos

IDH Índice de Desarrollo Humano

LAC Latinoamérica y el Caribe

MERCOSUR Mercado Común del Sur

MPYME Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

OCDE Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico

OMC Organización Mundial del Comercio

OMPI Organización Mundial de Propiedad Intelectual (WIPO, por su sigla en inglés)

PIB Producto Interno Bruto

PNUD Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo Humano

PYME Pequeñas y Medianas Empresas

SERCOTEC Servicio de Cooperación Técnica

TLC Tratado de Libre Comercio

UE Unión Europea

UNCTAD Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo

UNESCO Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

Benjamin, Walter. 1982. La obra de arte en la era de la reproducción técnica, en Discursos interrumpidos I. Madrid. Editorial Taurus

Berger, Peter y Luckmann. 1997. Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. Barcelona. Editorial Paidós.

Bourdieu, Pierre. 1998. La Distinción: Criterio y bases Sociales del Gusto. Madrid. Editorial Taurus.

Bourdieu, Pierre. 2011. Las reglas del arte. Barcelona. Editorial Anagrama.

Bourdieu, Pierre. 2007. Razones prácticas. Barcelona. Editorial Anagrama.

Castells, Manuel. 1999. La era de la información. México. Editorial Siglo XXI.

García Canclini, Néstor. 1995. Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México. Editorial Grijalbo.

García Canclini, Néstor. 1999. El consumo Cultural: una propuesta teórica en El consumo Cultural en América Latina. Coordinador Guillermo Sunkell. Bogotá. Ed. Andrés Bello.

García Canclini, Néstor. 1993. La producción simbólica: Teoría y Método en Sociología del arte. México. Editorial Siglo XXI.

Geertz, Clifford. 1987. La interpretación de las culturas. Barcelona. Editorial Gedisa.

Horkheimer Max y Adorno W Teodoro. 1987. Dialéctica de la razón. Buenos Aires Editorial Sudamericana.

Jameson, Fredric. 2002. El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1938 - 1998. Buenos Aires. Editorial Manantial.

Kahn, JS. 1975. El concepto de Cultura: Textos fundamentales. Barcelona Editorial Anagrama.

Martín-Barbero, Jesús. 1987. Industria cultural: capitalismo y legitimación, en Martín-Barbero, J. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona. Gustavo Gili.

Miller, Toby y Yúdice George. 2002. .Política Cultural. Barcelona. Editorial Gedisa.

Newbigin, John. 2010. La economía creativa. Una guía introductoria. British Council.

Peraza, Miguel e Iturbe, José. 1998. El arte del mercado del arte. México Editorial Miguel A. Iturra y Universidad Latinoamericana.

Puente, Stella. 2007. Industrias Culturales. Buenos Aires. Editorial Prometeo.

Throsby, David. 2001. Economía y Cultura. Madrid. Cambridge University Press.

VV.AA. 2011. Cultura oportunidad de desarrollo. Santiago de Chile. CNCA Reflexión y Debate.

VV.AA. 1982. Industrias Culturales. El futuro de la cultura en juego. México Fondo de Cultura Económica.

VV.AA. 1999. Las industrias culturales en la integración latinoamericana. Coordinador Néstor García Canclini. Buenos Aires. Eudeba.

Yúdice, George. El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global. Editorial Gedisa Barcelona 2002.

TESIS

Aliste, Fernando; Díaz Munizaga, Paz. 2005. Ley Valdés, pasado, presente y futuro. Situación actual de la Ley de donaciones culturales. Tesis de grado para optar al grado de Licenciado en Comunicación Social, Escuela de Periodismo. Santiago de Chile Universidad Uniacc.

DOCUMENTOS

Albornoz, Luis A. 2005. Las Industrias Culturales como concepto, artículo en Revista del observatorio de Industrias Culturales de Buenos Aires, número 3.

Antoine, Cristián. 2005. Evolución de la formación en gestión cultural en Chile. Un intento de sistematización. Universidad Santo Tomás, Chile.

Antoine, Cristián y Brablec, Dana. 2011. Políticas culturales: la acción del Estado y la sociedad de oportunidades. Serie sociedad y política. Libertad y desarrollo, nov.

Benavente, J. y Price, J.J. 2012. Una mirada económica de las industrias culturales y creativas, documento preparado para la Convención Nacional del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA).

Bonet, Lluís. 2001. Economía y cultura: Una reflexión en clave latinoamericana. Investigación realizada para la Oficina para Europa del Banco Interamericano del Desarrollo.

Bustamante, Enrique. 2009. De las Industrias culturales al entretenimiento. Artículo en Revista académica de la federación latinoamericana de comunicación.

Castells, Manuel. 2004. Presentación del seminario: Relación entre globalización e identidad cultural en los inicios del siglo XXI. FORUM Barcelona. Instituto europeo del Mediterráneo.

Catalán, Carlos. 1988. Estado y Campo Cultural en Chile, material de discusión número 115. FLACSO, Santiago de Chile.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. 2005. Chile quiere más cultura. Definiciones de política cultural 2005 – 2010.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. 2009. Estudio sobre consumo cultural. Santiago de Chile.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. 2011. Hacia una cuenta satélite de Cultura. Santiago de Chile.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. 2011. Política Cultural 2011-2016. Santiago de Chile.

Del Corral, Milagros. Boletín GC. Gestión Cultural N°13. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural.

García Canclini, Néstor. 2005. Texto de la conferencia inaugural presentada en Conferencia: El espacio audiovisual latinoamericano, organizado por UNESCO y la Universidad de Guadalajara, México.

Garretón, Manuel. 2001. Las políticas culturales: conceptos y tendencias en Chile. Revista de Desarrollo Humano. PNUD. Santiago-Chile.

Gettino, Octavio. 2004. La cultura como capital. Ponencia elaborada para la ANEC, La Habana.

Hopenhayn, Martín. 2004. Ser visibles o no ser nada: industrias culturales en el ojo del huracán. Revista Poli 9.

Jiménez López Lucina. 2004. Seminario Industrias Culturales y Desarrollo Sustentable. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Secretaria de Relaciones Exteriores de México y la OEI.

Larraín Jorge. 2003. El concepto de identidad. Revista Famecos, Porto Alegre N°21.

Lechner, Norbert. 1988. Los patios interiores de la democracia. FLACSO, Santiago de Chile.

Martín-Barbero, Jesús. 1999. Las Transformaciones del Mapa: Identidades, Industrias y Culturas, artículo en América Latina: un espacio cultural en un mundo globalizado. Manuel Antonio Garretón, coordinador. Convenio Andrés Bello, Bogotá.

Martinell, Alfons. 2010. Gestión Cultural y Cooperación al Desarrollo. Banco Interamericano de Desarrollo.

Matterlat, Armand. 1993. La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias. Madrid Fundesco.

OEA. 2004. Unidad de Desarrollo Social y Educación. La cultura como generadora de crecimiento económico, empleo y desarrollo.

Ortega, Eugenio. 2001. Notas sobre cultura y economía. PNUD.

PNUD. 2002. Informe de Desarrollo Humano. Nosotros los chilenos; un desafío Cultural. Santiago.

Schlesinger, Phillip. 2008. La creatividad como inspiradora de políticas públicas. Artículo: Center for Cultural Policy Research. University of Glasgow.

Sen Amartya. La Cultura como base de desarrollo contemporáneo. en Diálogos UNESCO. Revista Voces N°25, Universidad de Río Cuarto La Cultura como base de desarrollo contemporáneo.

UNCTAD. 2008. Informe sobre Economía Creativa.

UNCTAD. 2008. Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo.

Zallo, Ramón. 2009. Industrias culturales y ciudades creativas. Ponencia en II Jornadas Ciudades Creativas. Industrias digitales y ciudades creativas. Barcelona.

PÁGINAS WEB

Matterlat, Armand y Piemme, Jean Marie. Las Industrias Culturales: Génesis de una idea.

>http://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1131318691578_1619685285_1144/Mattelart%20Industrias%20Culturales%20genesis%20de%20una%20idea.pdf <[consulta: 21 mayo 2013.]

OIC y Ministerio de Desarrollo Económico. 2007. Informe Economía Creativa de la ciudad de Buenos Aires 2003-2007, Buenos Aires.

Quartesan, A. Romis, M. Lanzafame, F. 2007. Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades. BID.

PNUD, 2008. Informe sobre economía Creativa >

http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/UNESCOCulturalandCreativeIndustriesguide_01.pdf <[consulta: 6 mayo 2013.]

UNESCO. 1950. Acuerdo sobre importación de material Educativo, Científico y Cultural. Acuerdo de Florencia

>http://portal.unesco.org/culture/es/files/24430/11018965483guia_florencia.pdf/guia_florencia.pdf < [consulta: 6 mayo 2013.]

UNESCO. 1972. Conferencia Intergubernamental sobre Políticas interculturales en Europa, Helsinki.

><http://unesdoc.unesco.org/images/0000/000014/001486sb.pdf> <[consulta: 6 mayo 2013.]

UNESCO. Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. MONDIACULT, México, 1982

>http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf <[consulta: 6 mayo 2013.]

UNESCO. 1996. Nuestra Diversidad Creativa. Informe de la Comisión mundial de Cultura y Desarrollo. Paris

><http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001055/105586sb.pdf> <[consulta: 6 mayo 2013.]

UNESCO. 2003. Convención para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial

> <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00006> <[consulta: 6 mayo 2013.]

UNESCO. 2006. Comprender las industrias creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas.

>http://portal.unesco.org/culture/en/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf/cultural_stat_es.pdf <[consulta septiembre 2013.]

UNESCO. 2002. Declaración Universal sobre Diversidad Cultural. Johannesburgo.

><http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162s.pdf> <[consulta: 6 mayo 2013.]

ANEXOS

N°1 Extracto del Mapa de Campo Cultural en Chile – Informe PNUD

La información se puede encontrar en:
:http://www.centrodesarrollohumano.org/pmb/opac_css/doc_num.php?explnum_id=188

Se incluye el sector de la Plástica como una forma de ilustrar el trabajo realizado. Se transcribe en forma textual

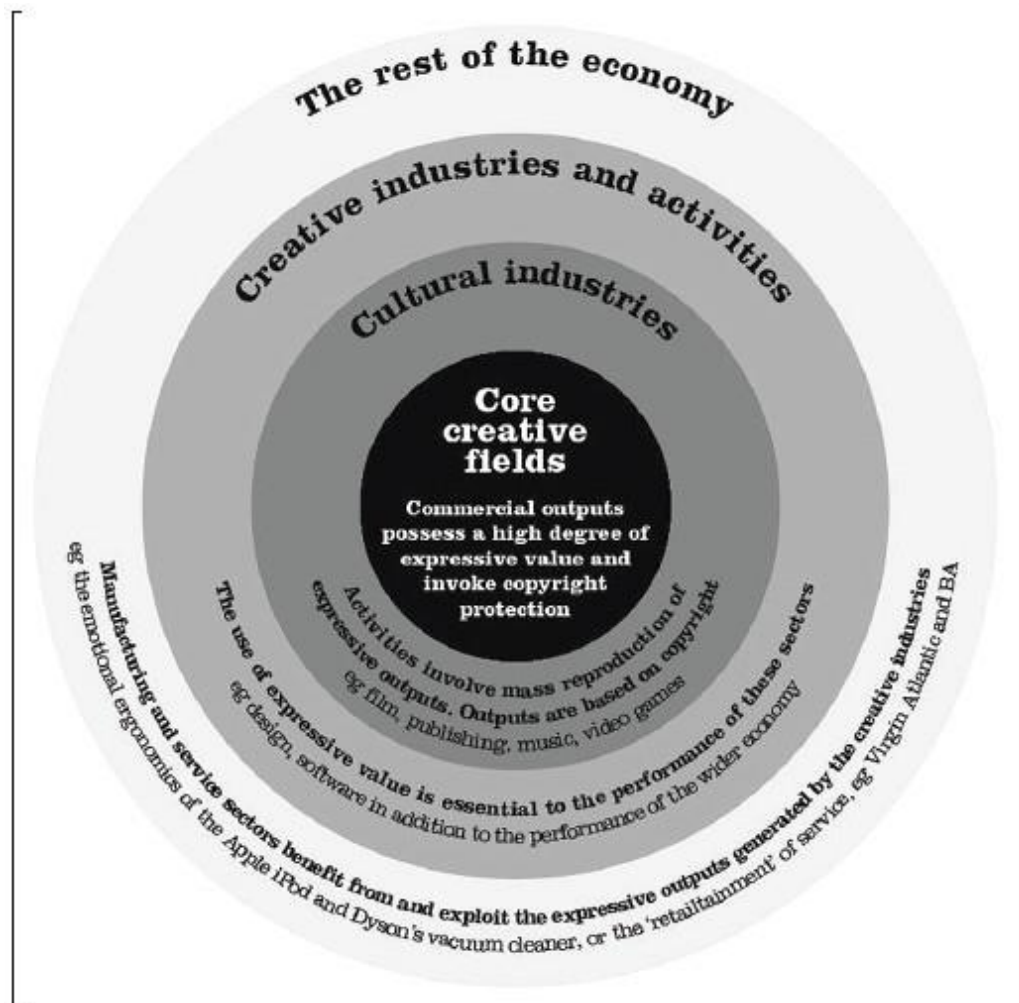
“Plástica

Uno de los aspectos que caracteriza el desarrollo de la plástica en Chile es la generación de un circuito comercial en torno de ella. En la actualidad se registran 129 galerías de arte, las que cumplen un doble rol: por una parte incentivan la venta de obras de arte, y, por otra, fomentan su exposición. Colaboran en la exhibición y difusión de las obras los 278 museos que se contabilizaron. Un número significativo de ellos se dedica a la exposición de obras plásticas, recogiendo el trabajo de artistas locales y otros de renombre nacional. Pero también muchos de ellos se han abierto a nuevas tendencias del arte como lo son las instalaciones de jóvenes artistas nacionales; esta forma de creación artística combina distintos materiales y formas buscando intervenir el espacio. Se utilizan, también, como espacios de exposición las bibliotecas públicas, casas de la cultura, centros de extensión universitarios y los propios malls.

En términos de matrícula en carreras relacionadas con las artes plásticas, ésta alcanza los 1.909 estudiantes, y aumentó un 30% en el período 1996-2000. En cuanto a los artistas plásticos, la Cartografía Cultural del Ministerio de Educación registra a 1.762 pintores, 368 escultores, 96 dibujantes y 431 grabadores en el país. El año 2001 el FONDART destinó a las artes plásticas \$242 millones, lo que representa un 15% de la inversión total del Fondo a nivel nacional. Por su parte, la Dirección de Arquitectura del Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Telecomunicaciones asignó \$133 millones al desarrollo de la plástica a través de su Concurso Público de Arte (2000)”.

Anexo N°2

Modelo de Sector Cultural U.E



Anexo N°3

Entrevista a Gerente de Santiago Creativo Leonardo Ordoñez, realizada el viernes 27 de septiembre de 2013.

El concepto de Industria Creativa podría responder a una cierta moda. ¿Cómo ve Santiago Creativo a las Industrias Culturales, como un subconjunto de las Industrias Creativas o por el contrario como el corazón de las Industrias Creativas? Se apoyó en el modelo DCMS

Santiago Creativo surge de los estudios que se han hecho en el mundo, desde CORFO hemos estudiado esto desde mucho años atrás, viendo cómo los países van asumiendo de que la creatividad puede generar una riqueza en un cierto territorio, y que esto va más allá de la experiencia meramente cultural.

La cultura como vector de desarrollo económico, efectivamente cuando tiene esa energía y uno capta cuáles son las variables que tiene la creatividad, claramente aparecen con fuerza bienes y servicios creativos que se producen únicamente en un territorio y que eso lo hace una experiencia irrepetible, una experiencia única que cobra valor y que agrega valor al territorio y por ende desde ahí se genera un desarrollo económico importante. Observando los procesos no sólo del Reino Unido, sino de Francia, Australia y Estados Unidos por otro lado, Alemania, Finlandia y en Latinoamérica los recientes procesos de los últimos 15 años en Colombia, México, Ecuador, Brasil y Argentina, efectivamente pareciera que los países, inclusive China en Asia – para no olvidarlo – los países pareciera tomar conciencia que en la era de la modernidad, con el proceso de globalización y el desarrollo de las tecnologías, es importante acudir y destacarse en el mundo por la identidad cultural y por los bienes y las experiencias irrepetibles que los países pueden ofrecerle a otros países. El gran valor es la conectividad digital, otra gran experiencia es cómo en tiempo real eso se vive eso en el territorio, y desde ahí a las personas les surgen las ganas de descubrir en otros territorios cómo viven esas personas, qué ofrecen, qué productos se pueden traer de recuerdo, como se desarrolla esto de la integración cultural, de mejor manera aparecen las ganas de conocer a otros, en otro lugar. Esa es la base para ponerse a pensar qué cosas se

pueden hacer en Chile, reconociendo que Chile está compuesto por 15 regiones que son muy diversas entre sí.

¿Es esta una de las razones porque Santiago Creativo reconoce que sólo centrará sus esfuerzos en Santiago?

Esa es una decisión porque Santiago como capital del país en el mundo, no obstante que los países que ya llevan avanzado su desarrollo, sus capitales forman parte del principal núcleo por el cual se inicia el desarrollo e intercambio de reconocimiento en el mundo y la integración a una red de colaboración entre ciudades para poder estimular la difusión y distribución de los contenidos culturales que se producen y Santiago como capital del país no es conocido como un referente de riqueza importante, Santiago en el contexto internacional no es nada y eso genera un problema económico para el país.

Por qué genera un problema económico para el país, porque esto hace que los otros sectores económicos pierdan oportunidad de desarrollo de negocios sólo por el hecho de que Chile no ha trabajado como darse a conocer en el mundo con sus variables identitarias. _Seguimos postergando el desarrollo cultural cuando los países vecinos nos están dando cátedra de cómo darse a conocer.

Perfecto, lo entiendo desde la variable de identidad y territorialidad. Entonces ¿cómo se articula el desarrollo cultural asociado a la creatividad?_Se habla de desarrollo cultural asociado a la creatividad, sin embargo y de acuerdo con Ramón Zallo la creatividad respondería a una ciencia del comportamiento. ¿Para Santiago Creativo, toda la creatividad es cultura? Como se generó la distinción de los sectores o áreas elegidas, por qué esos sectores y no otros?

Lo primero fue realizar un mapeo para poder identificar en la región Metropolitana cuáles son aquellos sectores o áreas que de alguna u otra manera sobresalen en relación a otras y cuando se hace la caracterización de esta región, uno se va dando cuenta y logra llegar a un tema que también es ya una problemática país: que está todo concentrado en esta región y por lo tanto es lógico que todos los sectores del desarrollo creativo estén instalados acá. Entonces ahí uno prioriza, por dónde nos vamos a ir, porque todo eventualmente podría ser creativo y en tal caso los recursos no dan para todo, o bien es necesario ir probando y en el ensayo – error, ir modificando los niveles de intervención, etc, etc, etc.

¿Es decir se identifican más con la creatividad que con el término industria? Porque desde ese lugar claramente las artes visuales no responden a una industria.

Quiero profundizar en ese aspecto, es decir no hay un marco de apoyo conceptual que tome como referente a las Industrias Culturales y a las Industrias Creativas, sino que simplemente se habla de áreas creativas?

No, nosotros hablamos de Industrias Creativas entendiendo que son aquellas que se basan en la creatividad, el talento creativo y que de alguna u otra manera son capaces de generar empleo, ingresos de comercio y también de favorecer la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano en un territorio. Pero para que eso sea así claramente nosotros distinguimos, que la integran aquellas que en la década de los noventa y anterior, se reconocieron como Industrias Culturales: el Audiovisual, la Música y el libro de acuerdo a la estratificación de la UNESCO y de otras instituciones internacionales que hicieron una catalogación y una clasificación apelando al soporte__por lo cual esas disciplinas se reconocen como que tienen variable industrial a diferencia de otras disciplinas artísticas. Esto porque son capaces de reproducir una misma obra y copiarla múltiples veces, es decir hay una serialización y esa es la magia que tiene el audiovisual, la música y el libro. Sin embargo la evolución del concepto ha tenido que ir incorporando al territorio a las otras disciplinas que a lo mejor su experiencia no son repetitivas de igual manera, pero sin embargo son capaces de generar empleo, desarrollar ingresos de comercio y eventualmente y por sobre todo favorecer la inclusión social, el desarrollo humano en un territorio y aportan al desarrollo de la economía y ahí tu integras a todas las disciplinas creativas, inclusive hay países que incluyen la publicidad, la gastronomía (el diseño de modas) haciendo más robusta la Industria Creativa de un país o de otro a medida que se va concibiendo que es un sector relevante e importante.

Pero hay un riesgo en ese punto, ya que incorporar sin hacer distinción alguna a distintos sectores, podría llevar que las Industrias Creativas se convirtieran en un saco sin fondo, que podría llevar a distorsionar las cifras y estadísticas del sector. ¿Compartes esta aprehensión?

La gran magia es que el mundo va cambiando y los paradigmas también y uno no tiene

por qué verse en la obligación de que los países tengan que encasillarse en lo que mayoritariamente lo que uno conoce de ellos. Desde ahí que China tiene una oportunidad única de revertir su propia creación y desarrollar la creatividad como ellos también lo están haciendo con el desarrollo creativo con foco económico, como se hace en Pekin, Shanghai. Es bien interesante la forma como ellos lo quieren realizar, sabiendo que ellos están absolutamente conscientes que es una potencia mundial y que eventualmente la generación de empleo es tan importante.

El sentido de mi pregunta apunta más bien a la forma de medir el impacto que generan las Industrias Creativas y las que generan las Industrias Culturales y cómo diseñas instrumentos de medición y estadísticos sin generar una distorsión de los diferentes sectores.

Lo que tu apuntas da cuenta de que son conceptos en fase de instalación. La especialización inclusive a nivel econométrico, es decir la especialización de economistas que se dediquen a observar y a sacar conclusiones en eso en cada uno de los países, se ha ido desarrollando. Y si bien son pocos ya empieza a aparecer la figura del economista experto en procesos de observación de la economía creativa. Por ejemplo en Chile, a propósito de los pocos indicadores que se han sacado, es decir indicadores de cuanto aporta la cultura al PIB, son más bien los atisbos que más que ser un titular para que podamos pedirle al Congreso más presupuesto y que nos aprueben la ley con aumento presupuestarios para el mundo de la cultura, que eso es una herramienta bien importante, también hay que decir y empezar a reconocer que en Chile el sector de las Industrias Creativas está generando ingresos de comercio importantes y por lo tanto merece un espacio en los análisis de los nuevos sectores emergentes que están dinamizando la economía nacional. Estamos pasando de economías de sectores primarios, como la agroindustria, la agricultura o la ganadería, a pasar a otro estadio de desarrollo económico, en el cual estamos incluyendo a sectores que trabajan con intangibles y eso habla de un país que va creciendo y un país que tomó consciencia que en estos procesos hay emprendedores que se dedican a eso y que lo hacen desde aquí, no lo hacen desde otro lado, y que por cierto ellos están buscando sus públicos y sus audiencias en el exterior conscientes de la situación de que el público chileno está absolutamente alejado de eso no porque quieran, sino porque desconocen, o bien porque hay vacíos educacionales de los que la sociedad

chilena no se ha hecho cargo, para poder relacionar a las personas en un territorio con la creatividad que se produce en ese mismo territorio.

Respecto del levantamiento y mapeo de los diferentes sectores y actores, trabajan con organismos universitarios como el Centro de Microdatos de la Universidad de Chile?

Para el levantamiento de la caracterización, nosotros hicimos un proceso de selección

y nos pareció que ellos van generando una metodología bien interesante para hacer una caracterización de los emprendedores creativos con los cuales trabajamos, de tal

manera de partir de un dato bien real, asumiendo de que es un concepto en fase de instalación - esto es prácticamente lo mismo que se vivió en Chile en la década de los 90, con el concepto de gestión cultura, nadie quería ser gestor cultural, todos desconocían la necesaria intervención de ese profesional, porque todo estaba focalizado en el mundo del arte y la creación en los creadores. Hasta ese momento no se estimulaba el desarrollo de los negocios porque lo que ellos quieren es dar a conocer las obras. Es el arma que tiene el artista para cuestionar los distintos procesos.

Has mencionado en varias oportunidades que lo que busca esta plataforma es promover el desarrollo creativo con foco económico. ¿Es verdaderamente esa la misión del programa Santiago Creativo?

Santiago Creativo trabaja dos variables importantes en una misma intervención:

- 1) El desarrollo de la economía, el emprendimiento, la innovación etc.
- 2)Son emprendimientos que están vinculados al mundo de la cultura, aun cuando cualquier emprendimiento es creativo perse – no es necesariamente cultural.

Bajo esa definición, se entiende perfectamente por qué la dependencia de Santiago Creativo es desde CORFO y no desde la CNCA. ¿A tu juicio esta dependencia está bien planteada, o bien podrían depender de la CNCA?

No, porque es a la CORFO a la que le corresponde, desde el Estado, desde hace ya más de 80 años, ir desarrollando, estimulando, innovando y descubriendo cuáles

son las nuevas riquezas de Chile. Es la institución del Estado llamada a invertir tiempo y ganas en ir descubriendo que está pasando con los sectores tradicionales de la economía chilena y con los nuevos sectores que han ido apareciendo. Por ejemplo un sector interesante que ha ido apareciendo es el de las nuevas tecnologías de la información, en los últimos 25 años, y el otro sector es el del Medio Ambiente, el sector Ecológico, estos son sectores que pueden ser considerados como un sector económico, así como la biotecnología.

También suma a este esfuerzo, la industria creativa que ya mira el mapa de realidad chilena, y ves que hay 30 Escuelas de Cine en el país, 15 Escuelas de Teatros, 20 Escuelas de Arte, 10 Escuelas de Danza, 15 Escuelas de Arquitectura, entonces hay que pensar a qué se dedican esas personas, en el sector del Diseño que decir, es decir egresan a qué?

Esta realidad se suma a la lógica de lo que ha pasado en los últimos 40 años aproximadamente, de tratar de innovar desde el mundo del arte, de hacerse destacar por sus obras y tratar de generar las redes necesarias para abordar las redes que el artista genera o bien sinceramos cómo es el cueto y decimos que todo el sector cultural no está compuesto sólo por la industria creativa.

En la Industria creativa en la que se reconoce que forma parte de la antigua Industria cultural, integrada por la industria cultural y por los sectores que no eran industriales y que ahora se suman en este esfuerzo de la Industria Creativa, la Industria creativa es una parte del sector cultural, pero nunca va a pretender que sea la más importante. Porque también está el patrimonio, los pueblos originarios, el desarrollo de las audiencias y todo lo que tiene que ver con la escolaridad, la educación, en fin también la política de género, es decir todo forma parte del desarrollo cultural. El sector cultural es mucho más que eso.

Santiago Creativo está atacando una pequeña parte de eso que forma parte del sector cultura que es la industria creativa, y en tal caso eso está compuesto por personas que viniendo del mundo de la creación o siendo artistas que han resuelto vivir de lo que hacen y generar algún pequeño modelo de supervivencia y sustentabilidad en el tiempo, se puede llamar a eso modelo de negocio también.

Nosotros hablamos de sustentabilidad, de proyección, de larga vida para enfrentar nuevos caminos, de tal manera que las personas se vayan desarrollando, no es que se tengan que poner las pilas para hacer rápidamente mercancías o una necesidad de vender, porque ese no es el afán.

Entendiendo la definición de los sectores creativos que Santiago Creativo se ha dado, ¿cómo trabajan con esos sectores en la práctica, cómo convocan a los creadores, ellos los contactan o bien ustedes los buscan?

Este es un programa con foco en economía creativa, que nace en 2009. Considerando esto, nosotros definimos un modelo de intervención, porque este programa no solamente atiende a emprendedores. El programa es un conjunto de ejes estratégicos que permiten que nos definamos como un programa que fomenta la economía y la industria creativa. Como estos son dos conceptos en fase de instalación en un capital de un país, nos sentimos absolutamente responsables de cómo vamos a ir desarrollando este proceso de instalación, reconociendo las habilidades de lo que existe en el territorio y ante todo, las características identitarias que nos hacen reconocernos como ciudadanos de Santiago. Entonces en este contexto nosotros definimos que para poder aportar al concepto de economía creativa vamos a trabajar 2 ejes importantes:

- 1) Tiene que ver con la articulación territorial de los actores que conforman la esfera de la Industria Creativa a todas las organizaciones públicas, como universidades, asociaciones gremiales, así como emprendedores, los organismos internacionales, los cuerpos legales que permiten desarrollar la actividad, son todos actores relevantes del sector de la economía creativa y por lo tanto nosotros nos vemos en la obligación de generar redes de colaboración, identificar aliados estratégicos, para poder generar actividades que vayan comprendiendo que la economía creativa es el ámbito de estudio. Tenemos convenios con universidades y con organismos internacionales y estamos creando una red de expertos de la industria creativa internacional, que se pongan al servicio de Chile y de Santiago. Para poder intercambiar experiencias y transferir conocimiento.

- 2) Gestión del conocimiento: toda la experiencia que tiene que ver con intercambio de experiencias, publicaciones de libros, de hacer estudios, mapeos, van haciendo que esta oficina se reconozca como un lugar experto en el tema de Industrias Creativas como concepto.

En ninguno de los dos ejes el protagonista es el emprendedor, por lo tanto tiene que ver con la forma en cómo se trabaja, más que con el emprendedor. Porque el

chileno, hoy está acostumbradohasta que no se abra una línea de financiamiento, entonces se le abre una puerta y tiene que ir a pedir plata en ese proceso. En cambio como este es un programa, (no un fondo concursable) nosotros estamos generando la lógica de tener una articulación. Es precisamente si las instituciones públicas están viendo una oportunidad en esto, es que se van a ir abriendo líneas de financiamiento provocadas por el programa, para que esas instituciones se abran a esa posibilidad, es que el programa debe instalar una oferta que no existe.

Hace poco hicimos un levantamiento de vacíos de oferta pública en Chile en la Industria Creativa y tenemos claro lo que podría hacer ProChile, lo que podría hacer la CNCA, SEROTEC y la CORFO en beneficio de la Industria Creativa, no sólo en Santiago, sino que en el país. Y si eso se hace en comunicación con estos gremios, no es un sector y todavía no es un cluster.

Entendiendo que este programa está lejos de ser un fondo concursable, ¿cómo atraen a los distintos actores a sumarse, sobre todo pensando en el primer eje programático que mencionas?

Cuando hay seriedad en el trabajo y hay una estrategia detrás, cuando uno dice que tenemos como país, como Santiago y como Chile, en el mundo está pasando esto, ya hemos diseñado programas que han tenido éxito como iniciar este proceso, como fue en CORFO el programa de la industria audiovisual, uno dice si seguimos en esa dirección vamos solamente a incentivar a un sólo sector, cuando hay otros diez que están esperando y en tal caso hay otros diez que son tan importantes como el audiovisual, que es un sector de la Industria Creativa. Lo que nos interesa es destacar en el mundo que Chile tiene creatividad de primera línea, que el público en el extranjero puede apreciar y a la vez adquirir, y además los propios emprendedores que han tenido la experiencia de generar estrategias mínimas de difusión logran conectarse finalmente con pequeños segmentos y de públicos que acuden gustosamente a vivir la experiencia que ofrece Chile.

¿Puedes nombrar ejemplos de esa realidad?

Estamos ad portas de lanzar un libro de casos de exportación de la Industria Creativa chilena. Son 14 casos de diferentes sectores de la creatividad en la que un chileno es reconocido internacionalmente, no sólo por el valor de las obras de arte o

culturales que ofrece, sino que detrás de ella ha habido de trabajo que permite darle sustentabilidad a esa fuerza creativa que en algún minuto ocurrió. Por ejemplo el Ballet Folklórico de Chile, de Jaime Lorca, de la Compañía Pato Gallina, de Siderita – los orfebres de comercio justo Comparte, que desarrollan contenidos creativos culturales, de Rodrigo Alonso: con todos los distintos tipos de diseño que hace, Camilo que tiene el portal de músicos chilenos de exportación a nivel internacional, en fin varios ejemplos.

Ahora bien, si al sector de los chilenos les gustará o no les gustará es harina de otro costal. Tiene que ver con que en algún minuto fueron exitosos, originales y que destacaron. De su originalidad y desde ahí surge una inspiración de personas que creen lo que están haciendo y generan un colectivo de arte que lo quieren mantener en el tiempo, y ese mantener en el tiempo en algunos casos ha sido postulando al FONDART, pero para ello hay otras vías también de estímulo de posibilidades de darle vida.

¿Y cómo se evalúa que efectivamente se cumpla el paso de la internacionalización? Ya que esa es la declaración de Santiago Creativo, respecto del talento creativo de exportación.

Todos los casos de los que yo te hablo son casos de exportación, ellos.

¿Cómo miden el que estos casos sean realmente de exportación?

Nosotros hicimos encuestas a cada uno de estos casos, identificamos territorio, todos los premios internacionales que han ganado, indican que ellos son casos de exportación. Tenemos esas cosas medianamente recopiladas y eso hace que uno diga que son casos de exportación. Por ejemplo: Jaime Lorca hace giras a nivel latinoamericano y también en Europa, el Ballet Folklórico de Chile, desde hace 20 años, hace grandes temporadas en Latinoamérica y Europa, obteniendo como resultado un serio reconocimiento de la crítica internacional.

¿Me puedes dar algún ejemplo del sector de las Artes Visuales?

Difícil en las artes visuales actualmente. Resulta que aquí acudo al mapeo que hicimos para poder decir que las artes visuales dentro de las artes creativas en Chile, son las que han sido más difíciles de entrar a generar focos de emprendimiento que uno pueda catastrar mejor. Recién nosotros estamos

atendiendo – y eso para terminar de explicar los ejes estratégicos – estamos preocupados de eso y vamos viendo sensibilizaciones, haciendo procesos de sensibilización para trabajar la realidad con otros dos ejes que son bien importantes porque estos sí están apuntando al desarrollo de la industria.

Los dos otros ejes estratégicos de desarrollo d la Industria son:

- 1) El mejoramiento de la gestión de las empresas creativas y los emprendedores
- 2) El que tiene que ver con la internacionalización de los sectores y las empresas creativas.

Estos son dos ejes estratégicos que apuntan a instalar el concepto de industria creativa y ahí nosotros lo que hacemos en el mejoramiento de la gestión, es ofrecerle al emprendedor tres tipos de asesoría directa. Recién el primer semestre de este año pudimos concluir la primera experiencia con los emprendedores, atendiendo a más de 50 de ellos , de los distintos sectores de la creatividad; realizamos tres intervenciones distintas: a) una asesoría en modelos de negocio para su empresa, ayudando a definir los modelos de negocios innovadores para esa empresa, b) asesoría en el proceso de mejoramiento de esa empresa, procesos de distribución, de comercialización y de difusión y finalmente c) la formulación de un proyecto de internacionalización.

Estas son las tres formas de intervención en que nosotros nos dedicamos a atender al emprendedor y hacerle capacitación, esa es la cosa.

En materia de internacionalización, lo que nosotros hacemos es crear con el exterior y aparte de eso formular proyectos de internacionalización, donde el gran desafío de hoy es avanzar a instalar un centro de información, para los chilenos, donde la Industria Creativa pueda entregar datos de mercado internacionales para orientar mejor las estrategias de los emprendedores creativos cuando ellos resuelvan exportar o salir a generar redes de colaboración y de participación en las principales plataformas que existen en el mundo para el arte visual, para la danza, para que ellos vayan mejor preparados y aprovechen su estadía. Este desde Chile hoy no se ofrece.

En ese contexto creo que el arte visual, hasta ahora puede haber mejores galerías de arte, es un emprendimiento que hoy estamos trabajando, eventualmente más que la intervención de un artista en particular , es decirle al mundo que Chile tiene

una producción de arte visual, que siempre lo ha tenido, pero que cuesta trabajar con ellos. De hecho las asociaciones gremiales son bastante débiles, el trabajo de las universidades en red también. La Feria CHACO primera que trata de romper el esquema de la experiencia de las artes visuales, y así como esa gran experiencia y plataforma podrán haber otras.

Respecto del mapeo que Santiago Creativo ha realizado y otros estudios, ¿se puede acceder a ellos? Porque en la página web de ustedes no puede encontrarlos.

No, no se puede acceder, porque lo que nosotros hacemos es por definición matizar esa información y ponerla a disposición de la comunidad. Hacemos los estudios de caracterización por ejemplo de emprendedores o bien los estudios que tienen que ver con el levantamiento de la oferta pública, o bien transformar eso en un manual que vamos a poner a disposición de los interesados, o los mismos casos de los libros, que de alguna u otra manera empiezan a aparecer las primeras publicaciones de Santiago Creativo. Nuestras dos primeras publicaciones son dos libros que hicimos con el British Council.

Respecto de la identidad y la homogeneización de los productos culturales, en algunos sectores, Santiago Creativo establece algún tipo de selección, asumiendo que la base es que se enmarquen en las áreas que ustedes han definido. Cómo evalúan que se cumpla con las características centrales, es decir que algo sea creativo, innovador, que tenga contenido simbólico y que a la vez cumpla con un anclaje territorial identitario. En otras palabras hay alguna especie de línea editorial?

No nosotros no trabajamos con una línea. El tratar de poner el foco desde un programa público y que debiéramos avanzar a poner el foco en la difusión y distribución de productos creativos porque este es el esfuerzo que hay detrás de todo este concepto, el trabajo estratégico y las actividades en tal caso, el trabajo que nosotros estamos realizando son poner el énfasis en la difusión y distribución de los contenidos creativos. Cuando el creativo no se siente conectado con el programa de Santiago Creativo, o que eventualmente no se siente emprendedor y ese es un problema, o más bien no es ni siquiera un problema, es parte de la vida. Eventualmente hay muchos creativos que no se sienten emprendedores y van a

requerir de nosotros, versus otros que aparecen en esta fusión de disciplinas profesionales, en equipos multidisciplinarios aparece la necesidad de crear un emprendimiento, donde participa el creativo también, o donde el creativo es lo más importante y es una ayuda de varios otros expertos profesionales que integran un colectivo o una misma compañía o una misma editorial, en ese contexto ellos resuelven que cosas creativas hacer. Nosotros no seleccionamos a uno por ser más o menos creativo. Eventualmente el día de mañana, cuando esto en el sueño vaya creciendo, bien sabemos que los países que ya pasan las barreras de los primeros años de intervención, empiezan a aparecer solos los centros de investigación o los tecnológicos, para el desarrollo de las artes escénicas, los centros de innovación para el arte visual, los centros de investigación para el desarrollo de disciplinas industriales como el audiovisual y se instalan en el territorio. Eventualmente eso en Chile por qué no podría pasar, en el *statu quo* de la situación actual, los chilenos están acostumbrados a tener universidades, un sector público proveedor y desde ahí nos relacionamos.

Santiago Creativo es un salto cualitativo en la intervención pública y es por esto que este programa no tiene un peso para distribuir al emprendedor directamente.

Las intervenciones que hacemos al emprendedor que son hasta el minuto gratuitas, las hace el equipo profesional de Santiago Creativo, apoyado por una red de expertos que asisten para ello y eventualmente, vamos a evaluar la experiencia con múltiples interventores que tengamos y ver los primeros resultados , pero de ahí en adelante, en la medida que se vayan desarrollando estas otras instituciones se fortalecerá en su conjunto. Un país que ha creído en el desarrollo de la Industria Creativa y en su economía por creer en la creatividad.

¿Cuántas personas forman el equipo de Santiago Creativo y cuál es su dependencia dentro de la CORFO?

Lo forman tres personas, el Gerente (Leonardo Ordoñez), Sandrine Crisóstomo: productora ejecutiva, y Alejandro Yenken nuestro experto en fomento productivo.