

LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN CHILE. POSIBILIDADES Y PROPUESTAS EN LA COYUNTURA DE LAS NUEVAS POLITICAS CULTURALES DEL PAIS 2011 – 2016.

Por Cristian Antoine
Académico e investigador
Escuela de Periodismo, Universidad de Santiago de Chile
cristian.antoine@usach.cl

Síntesis.

La dimensión económica de la cultura suena a muchos como ajena a nuestra realidad. Se ignora que las *industrias creativas* constituyen un sector con un enorme potencial de riqueza y generación de empleo a partir del fomento y la explotación de la propiedad intelectual y la prestación de servicios. El artículo avanza en la historia del concepto, aludiendo a las experiencias latinoamericanas más relevantes vinculadas con la contribución de la cultura a la riqueza de un país, el crecimiento económico en armonía con ampliación de oportunidades, los medios para producir y circular bienes y servicios culturales y el fomento a la producción cultural local. Probablemente sea cada vez más necesario que se formulen políticas públicas más completas e inclusivas de esa dimensión económica que tiene la cultura.

Introducción

No debiera aparecer como novedad hablar de las industrias creativas en el país y su incidencia en el desarrollo de la vida cultural. Sin embargo, pese al aparente amplio acuerdo existente, ocurre aún que la vinculación entre actividad económica y contenidos simbólicos suena a muchos oídos como demasiado nuevos, demasiados ajenos a nuestra realidad y, lo que es más preocupante, como demasiado alejados de nuestro mundo, el de la cultura y las artes.

Se piensa que hablar de industrias creativas es algo poco vinculado con el desarrollo cultural, que es movimiento del espíritu, de las artes y de las cosas más nobles del genio humano y que aquí vienen algunos a contaminarlo con algo tan prosaico como la industria, tan ordinario como el dinero y tan frío e impersonal como la economía.

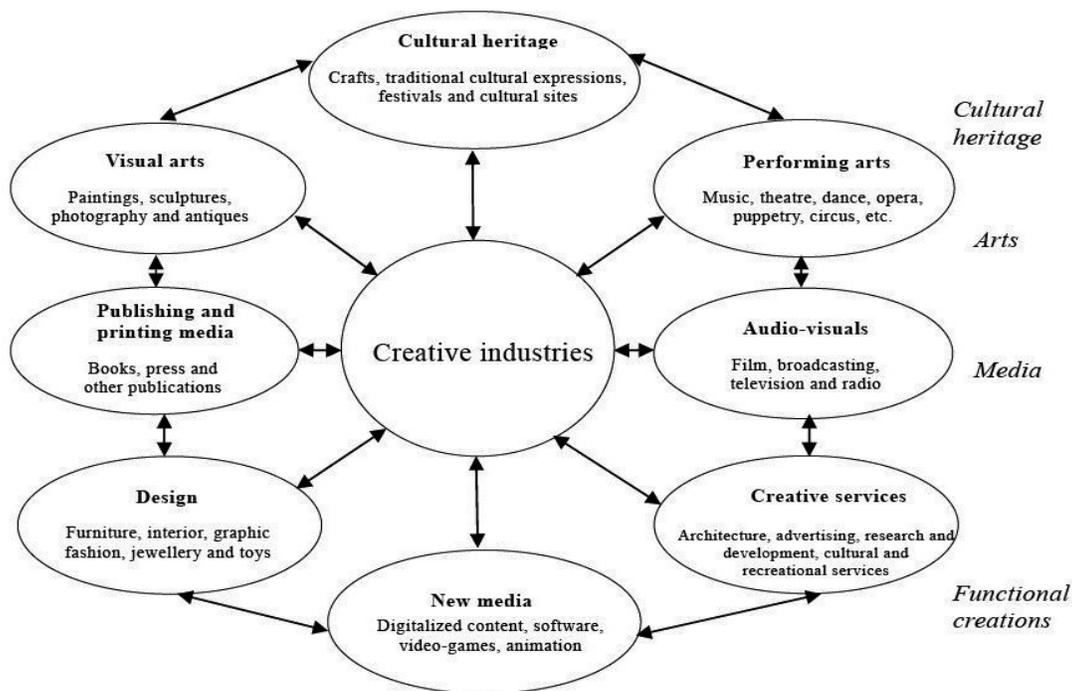
Pareciera ser que no sólo hay un *gap* entre los países que usan versus los que no usan el conocimiento acumulado para procurarse mayores estándares de desarrollo, sino que ese mismo abismo es posible apreciarlo entre regiones, comunas, personas y colectividades. Es un *gap* que a mi modo de ver puede ser comenzado a paliar con un esfuerzo por reforzar el conocimiento de los distintos actores culturales involucrados en el proceso de la gestión de la cultura.

Orígenes del concepto de industrias creativas

Una cuestión previa, las industrias creativas no son un tema nuevo ni están recién aparecidas en nuestro escenario social y cultural.

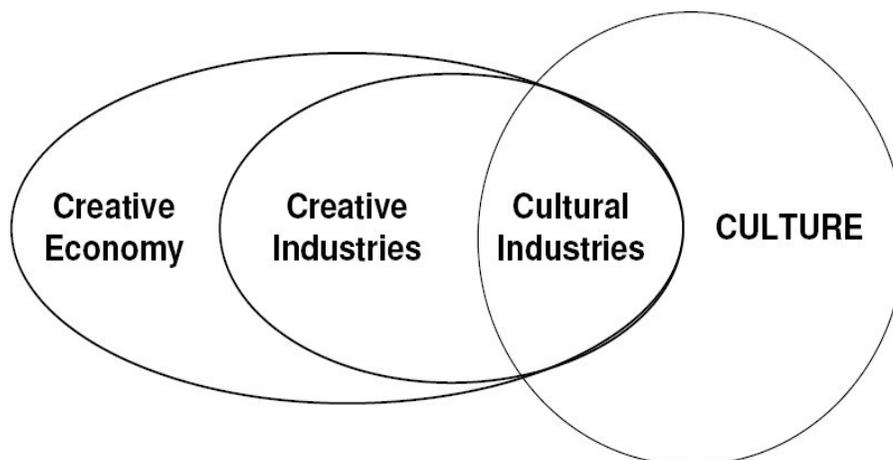
Aunque es en la última década cuando se ha generado un creciente reconocimiento sobre la importancia que tienen las Industrias Culturales y Creativas (ICCs, Cis por sus sigas en inglés)) y de los Contenidos Digitales (ICD) como sectores contribuyentes al desarrollo económico de las regiones o países (Buquet, 2008; Cunningham, 2004). En este contexto, el advenimiento de una economía creativa y de la experiencia estaría provocando que emerjan prácticas que conjugan creatividad tecnológica, económica y cultural, como elementos combinatorios cada vez más potentes, constituyéndose así como verdaderos generadores de valor y de experiencia (Howkins, 2002).

Las Industrias Creativas constituyen uno de los subsectores que están asociados a actividades culturales y creativas, en las que el producto o servicio tiene su origen en la creatividad individual, la habilidad y el talento, además de tener un potencial de riqueza y generación de empleo a partir del fomento y la explotación de la propiedad intelectual y la prestación de servicios (Guzmán Cárdenas, 2009).



Fuente. Guzmán Cárdenas, 2009.

Aunque el término Industrias Creativas no tiene todavía un significado preciso, en general se agrupa bajo este epígrafe (UNCTAD, 2008) todas aquellas actividades que se generan desde la intersección entre tres ámbitos disciplinarios: Arte/cultura; Empresa/ Innovación y Ciencia/tecnología.



Fuente. Guzmán Cárdenas, 2009.

Como superación de las tradicionales “industrias culturales” a las que han ido desplazando por la obsolescencia de su enfoque basado en concepciones materialistas de la sociedad y que no reconocían a la cultura sino la posibilidad de ser objeto de apropiación particular y factor de alienación colectiva (Horkheimer & Adorno, 1988; Mato, 2007; Sepulveda, 2006), las ICCs, en cambio, abarcan sectores y procesos que tienen como insumo la creatividad, sobre todo, la cultura, para generar valor en el ámbito global y local del cual todos obtienen ingentes beneficios.

Las industrias creativas son aquel conjunto de actividades económicas cuyo principal *input* es el talento, y que su negocio es la explotación de la propiedad intelectual, es decir la música, ópera, filmes, fotografía, artes visuales, teatro, literatura, diseño, arquitectura, softwares y turismo, entre otras.

El aporte de las industrias creativas al Producto Interno Bruto (PIB) en Estados Unidos, por ejemplo, es del 11,12%, y de 8,49% en el empleo. En México, representan el 4,77% del PIB, pero la repercusión en el empleo es altísima, del 11%. Por sectores, el mayor aporte al PIB son las publicaciones, incluida la prensa (44%); y los espectáculos los lideran la música, la ópera y el teatro (9%); seguidas por los filmes y la fotografía (6% cada uno). Distinta es la creación de empleo: puntea la industria editorial (39%), y tras ella están las artes escénicas (12%); y los filmes y la fotografía (5% cada uno)(De La Sotta Donoso, 2009).

Como se trata de un proceso en curso, al desarrollo de las industrias creativas han coincidido muchos factores, entre ellos algunos propios de la generación de políticas culturales específicas.

Se le reconoce en este ámbito, un impulso sustantivo al Gobierno de Margaret Thatcher en Inglaterra, que en 1991 crea el Ministerio de Cultura en Gran Bretaña (*Department of National Heritage, Mass Communication and Sports*), con la misión específica de promover el patrimonio artístico, el Deporte Amateur, los medios de comunicación y las industrias del software y la moda (Fonseca Reis, 2008). En efecto, como el propio John Howkins, un intelectual líder en el debate sobre la creatividad y la propiedad intelectual, lo reconoce, a mediados del decenio de 1990, el gobierno británico hizo suya la idea de lo que conocemos hoy por sectores creativos. “Quería adoptar un enfoque totalmente nuevo en relación con las artes y su financiación. El entonces Secretario de Cultura, Chris Smith, partía de que obtendría más financiación del Ministerio de Economía si conseguía que se entendieran los beneficios económicos que se derivan de las artes. Si presentaba las cosas de la siguiente manera: “Necesito 500 millones o incluso 1.000 millones de libras esterlinas para el sector de las artes a fin de crear empleo, actividad económica, recaudar impuestos, etc.”, el Ministerio de Economía le respondería: “ya, sí, sí, bueno...”, y eso es lo que Chris Smith hizo. Se trataba, claramente, de una maniobra en la forma de presentar las cosas para obtener más dinero del Gobierno, y logró lo que quería. De repente todo el mundo se dio cuenta y empezó a decirse: “es verdad: las artes no sólo revisten valor artístico, también revisten importancia económica”. Se trata de un mensaje sencillo del que hoy todos somos conscientes. Ha llegado el momento de evolucionar en esa dirección” (Ghelfi, sf).

Más tarde, el gobierno del entonces recién elegido Tony Blair, mediante una competición económica global crecientemente estimulada, motivó la formación de una fuerza tarea de múltiples sectores encargada de analizar las cuentas nacionales del Reino Unido, las tendencias de mercado y las ventajas competitivas nacionales.

La iniciativa representaba un ejercicio prácticamente único en el gobierno británico y en el mundo, hasta donde sabemos, que unía gobierno, sector económico y sector cultural en una alianza y definía una agenda con temas específicos entorno a los sectores con más potencial, las llamadas industrias creativas.

En 1994 el Gobierno australiano, con el objetivo de redefinir el potencial y tamaño del sector cultural, había publicado un documento denominado *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy*, en el que por primera vez y de forma pionera se utilizó la noción de “sector creativo” (Arts, 1994; YProductions, 2009). Este sector, que debía comprender tanto a microempresas, trabajadores autónomos y agentes independientes que trabajan en los márgenes de la industria cultural como a los grandes estudios de televisión o cine, las editoriales y aquellos sectores

tradicionalmente considerados como industrias culturales, se presentó en el documento como un nuevo sector estratégico en la producción de valor y en la generación de una identidad australiana.

En nuestro vecindario, Colombia impulsa desde el 2009 unas políticas culturales para el desarrollo de las industrias creativas, convencidos que en cuanto vehículo de la nacionalidad y constructora de la identidad colectiva, la producción cultural y artística no ha sido ajena a las transformaciones profundas que han atravesado a las sociedades occidentales durante el último siglo (de Colombia, 2009). Sus lógicas se han transformado radicalmente, al incorporar la tecnología, la producción industrial y el despliegue de los mercados locales e internacionales como principales medios de producción y distribución. Ya desde comienzos del siglo XX, y más decididamente después de la Segunda Guerra Mundial, una creciente proporción de estos contenidos culturales y artísticos empezó a producirse de manera masiva (literatura, música, cine) y a circular por los medios de comunicación de amplia circulación como la radio, la prensa y la televisión.

Significativo resulta también observar el desarrollo sostenido que el campo de la Economía Creativa ha tenido en la ciudad de Buenos Aires, nuestra *meca* para el arte, los espectáculos y el diseño en América Latina. Un progreso notable teniendo en cuenta las difíciles circunstancias económicas por las que el país trasandino atravesó hace unos años (Industrias Creativas, 2009).

El nuevo enfoque de Economía Creativa y por extensión el de Industrias Creativas se entiende ya en la Argentina como la continuidad en el proceso de ruptura de fronteras entre la economía y la cultura, un espacio de reflexión que busca superar la tensión existente entre ambos campos. Esto está vinculado con las propias características de estas industrias y su dualidad: comprenden productos y servicios que incluyen una dimensión simbólica que se basa en el contenido creativo -intelectual o artístico- y tienen valor económico y destino de mercado.

La delimitación que se hace en la Ciudad de Buenos Aires de Industrias Creativas tiene como eje la idea de que se trata de un sector de base cultural ampliado a lo creativo.

En este sentido una distinción posible entre lo estrictamente cultural y lo creativo puede hacer eje en la ampliación desde actividades basadas centralmente en el derecho de autor (ej.: editorial ó discográfico) a actividades basadas en el concepto más amplio de propiedad intelectual (ej.: software, videojuegos, etc.). Se incluye así a los siguientes sectores de actividades: Artes escénicas y visuales (teatro, danza, opera, pintura, escultura, grabado, etc.); Editorial (libros y publicaciones periódicas); Fonográfico (música grabada y en vivo); Audiovisual (cine y video, radio y televisión); Servicios de diseño (gráfico, interactivo, industrial,

moda, etc.); Servicios creativos conexos (informática, videojuegos e Internet, arquitectura, publicidad, agencias de noticias, bibliotecas, archivos y museos)¹.

En Argentina, las IC han evolucionado favorablemente en los últimos años, creciendo un 54% en términos reales entre 2003 y 2007, al mismo ritmo que la economía porteña en su conjunto. La participación del sector se ha mantenido entre 2003 y 2007 en el rango entre el 9,1% y el 10,1% del valor agregado de la Ciudad, siendo el aporte de 2007 del orden del 9,1%. Este significativo aporte de las IC al desarrollo económico de la ciudad porteña superó, en 2007, al de 11 de las 16 grandes ramas de actividad económica. Superó incluso al de la Construcción (5,8%), Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria (5,3%), Servicios de hotelería y restaurantes (4,7%), Servicios sociales y de salud (4,1%) y Enseñanza (3,2%), por citar sólo algunas que por sí mismas representan participaciones significativas. Por otra parte, el aporte de las IC es apenas superado por Intermediación financiera (9,4%), una rama de gran peso en la ciudad capital del vecino país.

Es interesante contrastar, a modo de contrapunto, que la expresión “industrias creativas” no aparece ninguna vez utilizada en el documento *Chile Quiere Más Cultura*, texto fundacional que consagró las políticas de Estado en cultura a mediados de la década pasada².

El desarrollo cultural y su dimensión económica

Cuando el desarrollo se medía en términos de progreso material, la cultura era vista, en algunos casos, como un obstáculo que podía desacelerar los ritmos del progreso (Mahuth Tafur). No obstante, para los 70s y 80s ya se identificaba el valor de la cultura como componente estratégico para el logro de un desarrollo integral, abandonando el concepto economicista del desarrollo que provenía de la década de los cincuentas. Con una perspectiva propia del concepto de desarrollo humano y desarrollo sostenible, la cultura pasó a desempeñar un papel esencial en la discusión.

Así por ejemplo, y ya en el contexto del Decenio Mundial para la Cultura y el Desarrollo 1988 — 1997, el informe Nuestra Diversidad Creativa reconocía en la cultura, más que un componente estratégico del desarrollo, su finalidad última.

Actualmente, como sostiene la economista colombiana, el desarrollo es éticamente justificable sólo si es sostenible cultural y ambientalmente y si se tienen en cuenta en su formulación las diferencias culturales.

¹ Fuente. Observatorio Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires., 2009

² Aunque para ser justo se alude a ellas indirectamente como expresión de las “industrias culturales”, es en este sentido que se entiende la frase: “*A ello debe agregarse que en las economías modernas la especificidad artística de los productos, el diseño, la publicidad y el marketing, se han constituido en un valor agregado significativo, lo que convierte a la cultura en un valor y una ventaja para los países y las empresas en su capacidad competitiva. Por eso podemos afirmar que el arte y la cultura iluminan al país y son factores decisivos en su proyección a futuro*”. Chile Quiere, p. 12

“La dimensión cultural del desarrollo se ha convertido últimamente en un tema central tanto en el ámbito político como académico. Pero ese interés disfraza en muchos casos un profundo malentendido: el que reduce la cultura a dimensión del desarrollo sin el menor cuestionamiento de la cultura del desarrollo que sigue aún legitimando un desarrollo identificado con el crecimiento sin límites de la producción, que hace del crecimiento material la dimensión prioritaria del sistema social de vida y que convierte al mundo en un mero objeto de explotación. Pensar ahí la cultura como dimensión se ha limitado a significar el añadido de una cierta humanización del desarrollo, un parche con el que encubrir la dinámica radicalmente invasiva (en lo económico y en lo ecológico) de los modelos aún hegemónicos de desarrollo” (Rey, sf)

Tal como lo refleja el documento *Nuestra Diversidad Creativa*, sólo puede asegurarse el desarrollo equilibrado mediante la integración de los factores culturales en las estrategias para alcanzarlo tomando en cuenta la dimensión histórica, social y cultural de cada sociedad (UNESCO, 1995). Y lo ratificó en su momento el Plan de Acción de Estocolmo cuando afirmó que “... el gobierno y la sociedad civil deben aspirar a lograr una asociación más estrecha para la elaboración y puesta en práctica de políticas culturales que estén integradas en las estrategias del desarrollo” (OEA, 2002).

Las contribuciones presentadas en el Foro de cultura y desarrollo auspiciado por el BID tienen todas como punto común la búsqueda de otro tipo de desarrollo: un desarrollo más participativo. En efecto, la observación general concluye que la cuestión social en América Latina no se puede seguir planteando en términos de pobreza (precariedad económica), sino sobre todo de exclusión social (marginación del proyecto colectivo). Esta constatación nos obliga a elaborar los programas de desarrollo de otra manera en la que los beneficiarios de estos programas adquieren una importancia mayor³.

“Es posible concebir el desarrollo como un proceso destinado a acrecentar la libertad de cada cual en el logro de sus aspiraciones esenciales. Se trata en este caso de lo que llamo concepción “emancipadora” del desarrollo –en que la riqueza material es sólo una función del sistema de valores y donde el progreso socioeconómico está determinado por lo cultural” (Amartya Sen).

Como se deduce, la cultura ha comenzado a aparecer formulada como un componente transversal y como un sector específico que impulsa directamente lo que se reconoce en algunos países el sector cultural. No obstante, aún no han logrado consolidarse como políticas públicas faltando reconocimiento de las relaciones entre cultura y desarrollo frente a los demás sectores estatales. En el sentido que lo expresa un destacado analista en asuntos culturales de AL cuando

³ Foro sobre Cultura y Desarrollo, BID, 1999

afirma que el desarrollo económico debe estimular la acción colectiva, la creación popular, impulsar a que los propios sujetos produzcan el arte y la cultura que requieren para resolver sus propios problemas y afirmar su propia identidad (Sosnowski, 1999).

La contribución de la cultura a la riqueza de un país, el crecimiento económico en armonía con ampliación de oportunidades, los medios para producir y circular bienes y servicios culturales y el fomento a la producción cultural local han sido objeto de análisis y discusión en innumerables foros internacionales⁴. Pese a ello, (y hablando del *gap* que mencionábamos al comienzo) no sabemos aún con detalle como funciona la lógica de la economía de la cultura y la incidencia de las industrias creativas en el marcha general de la economía del país. Pocos se han atrevido, como sí lo ha hecho el actual ministro presidente del CNCA, ha considerar la dimensión económica de la actividad cultural chilena (Muñoz, 2010).

La incidencia de la cultura en la economía chilena

La participación de la cultura en la economía es un indicador de gran valor en los países desarrollados (UNESCO, 2007).

En Chile, el Consejo Nacional de Cultura y Artes (CNCA) y la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), promueven desde hace unos años el surgimiento de nuevos negocios, la innovación en las empresas, las inversiones y el apoyo al emprendimiento innovador (Cajavilca, 2010c). Entre los servicios que presta CORFO se encuentran los estudios de preinversión y las incubadoras de negocios, así mismo, posee el Programa de Fomento al Cine y la Industria Audiovisual, enmarcado en un esfuerzo estratégico por apoyar el desarrollo de nuevos negocios para la industria audiovisual chilena, en conjunto con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, ProChile, la Dirección de Asuntos Culturales y el Consejo Nacional de Televisión, y ha desarrollado el Programa Industrias Creativas Valparaíso.

En 2007 Chile implementó la Cuenta Satélite de Cultura, que contribuye con datos objetivos sobre el aporte a la economía de las actividades relacionadas con la cultura, como asistencia a eventos, producciones artísticas, mega eventos y

⁴ Por ejemplo en el Decenio Mundial para la Cultura y el Desarrollo, UNESCO, 1988 — 1997; Nuestra Diversidad Creativa. UNESCO, Informe mundial sobre cultura y desarrollo, 1996; Sueños e identidades. Una aportación al debate sobre cultura y desarrollo en Europa. Informe elaborado por el Consejo de Europa, 1997 ; la Cumbre intergubernamental sobre políticas culturales al servicio del desarrollo, 1998; la Creación de la Unidad de políticas culturales al servicio del desarrollo de la UNESCO, 1998; el Foro sobre Cultura y Desarrollo, convocado por el BID y la UNESCO, 1999; Creación de la Red internacional para la diversidad cultural, 2000; Declaración sobre la Diversidad Cultural, Consejo de Europa, 2000; Declaración sobre la Diversidad Cultural, UNESCO, 2001; Convención sobre la Diversidad Cultural, UNESCO 2005 en vigor 2007; Instrumento internacional sobre diversidad cultural y globalización, RIPC (En proceso) RIPC Reunión Anual de Ministros de la Red Internacional de Políticas Culturales ; Informe sobre cultura y sostenibilidad en Iberoamérica, OEI y Fundación Interarts (2001), entre otras.

lectura, entre otras. Esta cifra, al año 2009, según la Cuenta Satélite de Cultura, representa el 1,3 por ciento del PIB nacional (de Chile, 2010)⁵.

Durante 2002 y 2003, el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) había generado un comité de Estadísticas Culturales con el propósito de diagnosticar la situación de la producción y difusión de información estadística sobre el ámbito cultural en el país y, a la vez, formular sugerencias para el mejoramiento y ampliación de las estadísticas culturales⁶.

Mientras que la estimación del impacto de las Actividades Económicas Características de la Cultura (AECC) en el Producto Interno Bruto (PIB) chileno se lleva a cabo, en una primera etapa, desde los años 1990 y 1998 y la segunda fase entre 1996 y 2000⁷. Los estudios del Banco Interamericano de Desarrollo y Convenio Andrés Bello sobre los aportes de la cultura a la economía chilena han ayudado también a una mejor identificación de las actividades que podrían nutrir una cuenta satélite de cultura (Soto Labbe, 2007). El estudio identifica los siguientes subsectores: editoriales, prensa escrita y revistas, artes escénicas, artes visuales, audiovisual (cine, video y televisión), música, radio, publicidad, artesanías, nuevas tecnologías de la comunicación, restauración del patrimonio arquitectónico, patrimonio mueble, educación artística, turismo cultural, festivales populares y encuentros culturales estables.

¿Qué es lo que sabemos a partir de estos estudios que, como hemos visto, tienen en algunos casos, más de dos décadas de existencia?

En Chile, el aporte de la cultura al PIB (según el BID) es del 1,8%. Índice que es del 1,3% según nuestra Cuenta Satélite⁸ y con un impacto en el empleo del 2,5%

⁵ El informe Antecedentes para la Construcción de una Cuenta Satélite de Cultura en Chile, revela cuál es el aporte que hace el sector en el Producto Interno Bruto (PIB) Nacional, índice que hasta hoy sólo considera áreas como la industria, la minería y la agricultura, entre otras. De acuerdo con las estadísticas entregadas, la cultura aporta el 1,3 por ciento del PIB; la agricultura (0,66%), la industria textil (0,78%) y la pesca (1,02%). El informe, incluye solo tres áreas de la cultura del país: audiovisual (0,66%), libro (0,50%) y música (0,02%) (Consejo Nacional De la Cultura y las Artes, 2008).

⁶ La culminación del trabajo realizado por el Comité se materializó en un extenso informe, emitido en febrero de 2004, que permitió identificar las principales necesidades de estadísticas culturales para cada área (indicadores), así como las posibles fuentes de información, que en muchos casos no sólo corresponden a instituciones públicas sino también a entidades privadas que producen información estadística con fines administrativos o de seguimiento de su gestión. (Consejo Nacional De la Cultura y las Artes, 2005)

⁷ Entre estas dos mediciones hubo un cambio en términos de las categorías utilizadas para definir las AECC que se incluyeron en el estudio. Básicamente, el cambio se dio por la actualización de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU). Esta clasificación no es otra cosa que los códigos utilizados para identificar los bienes y servicios económicos que se incluyen dentro de la contabilidad nacional que permite medir el aporte de los distintos sectores a las economías de los países. En el primer período (1990-1998) se realizaron las estimaciones con códigos CIIU revisión 2 mientras que en la segunda fase (1996-2000) se recurrió a la revisión 3 que no estaba disponible antes. Adicionalmente, en esta segunda etapa se revisó y actualizó la medición anterior- (Educación, 2009)

⁸ Este informe es de carácter preliminar, se hizo con datos de 2005 y sólo teniendo en cuenta el dinero y el empleo que genera la industria audiovisual, de los libros y la música. En total son US\$1.538 millones, lo que

(De La Sotta Donoso, 2009). Desde luego, el desarrollo de la industria cultural actual está integrado con la revolución tecnológica y la enorme creación de riqueza ligada a los nuevos medios de comunicación e información. Como se ha hecho notar, la cultura aparece hoy inseparablemente unida a la industria del entretenimiento. De hecho, en esta encuesta se incluyen las industrias ligadas al libro, la música y la audiovisual, y esta última (cine, video, radio y TV) abarca el 0,66 por ciento del referido 1,30 por ciento total -es decir, la mitad.

Se trata, por cierto, de industria dedicada casi totalmente a la entretención. Dicha encuesta no cubrió en esta ocasión la actividad industrial asociada al teatro, la danza, las artes visuales y la fotografía, actividades que tienen un carácter cultural más nítido. Es por ello que aún quedan retos que se pueden y deben asumir desde la formulación de políticas de fomento a las industrias culturales, y para los cuales se deben desarrollar estrategias específicas.

Nuevos retos para las políticas culturales sobre industrias creativas

La experiencia chilena en la formulación de políticas culturales si bien aún es breve en escala temporal (habida cuenta que el principal órgano del estado encargado de formularlas fue creado recién en el 2003), ha ido alcanzado crecientes dotes de autosuficiencia y capacidad de regulación. En la coyuntura de tener que asumir dentro de poco la redacción de la segunda versión de las mismas, es posible también encontrar el espacio propicio para que se asuma más decididamente la evidencia de la delicuescente dimensión de la economía de la cultura.

Probablemente sea cada vez más necesario que se formulen políticas públicas más completas e inclusivas de esa dimensión económica que tiene la cultura (Cristi, 2010), favorecedoras entonces de las industrias creativas a las que habrá que asumir desde el fomento de los mecanismos de financiamiento de las empresas, pasando por los programas de consolidación de las actividades actualmente existentes hasta el desarrollo de nuevos negocios.

representa un 1,3% del Producto Interno Bruto (PIB). En países como Inglaterra, Francia, Estados Unidos y Canadá esta cifra fluctúa entre el 5,8 y el 2,8%, claro que en estos casos se consideran otras actividades del rubro como danza, teatro, y pintura. Categorías que serán incluidas en el diagnóstico local, que se está haciendo desde este año, así que la cifra podría aumentar. Por último, en los países desarrollados estos números se calculan hace más de treinta años. En Chile, “levantar” los datos fue lo más difícil dentro de la investigación, que básicamente se nutrió de cuatro fuentes para medir la cantidad de empleo, de producción y compararlo con las cifras internacionales. Respectivamente las fuentes fueron: los últimos censos (1992-2002) elaborados por el INE, la Encuesta Nacional de Industria Anual y la Encuesta de Servicios elaborada por el mismo organismo para 2005 y por último, la información que entrega sobre producción cultural la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Estas fuentes son las mismas que usa el Banco Central para medir al resto de los sectores productivos y en este contexto hay ámbitos tradicionales como la pesca (1,02%) la agricultura (0,66%) y la manufactura textil (0,78%) a los que la industria cultural logra superar.(Saleh, 2008)

Políticas orientadas a visibilizar las industrias culturales como motor de desarrollo, frente a la institucionalidad del Estado, la inversión privada y los organismos de cooperación internacional, y la sociedad civil en general. Políticas interesadas en vincular a las organizaciones productivas culturales con las políticas públicas de fomento financiero y asistencia a las Pymes

Acciones de un Estado interesado en promover la generación de conocimiento y la investigación sobre las cadenas productivas de la cultura, de manera que se puedan identificar obstáculos y oportunidades para el desarrollo de sus eslabones, organizaciones y agentes, fomentando la asociatividad entre creadores, productores, gestores e intermediarios, con miras a facilitar su acceso a canales de financiamiento y la inserción en nuevos mercados locales e internacionales, fortalecer su poder de negociación y promover el ejercicio de sus derechos como creadores y trabajadores de la cultura.

Políticas que impulsen canales alternativos de distribución y circulación que incorporen y valoren la creación y la producción local y faciliten su acceso a mercados locales, regionales y mundiales y que ayuden en construir un marco de regulación de las actividades culturales proclive al desarrollo del sector, que dé cuenta de los incentivos fiscales y tributarios necesarios para impulsar todos y cada uno de los eslabones de la cadena productiva (creación, producción, distribución, exhibición y consumo), así como las actividades transversales que le dan sustento (información, formación, investigación y conservación).

Acciones del Estado que no duden en estimular el desarrollo de una oferta académica de carreras de grado y posgrado, en administración de medios y entretenimiento, gestión de contenidos, gerenciamiento de artes del espectáculo y comunicación audiovisual, entre otras disciplinas, como las que ya existen con profusión y sobrada experiencia en latitudes cercanas⁹.

Políticas en definitiva que proviniendo del sector cultural, garanticen además que la cultura determine el rumbo del desarrollo y que la cultura se constituya en eje articulador de las áreas en que éste involucra.

⁹ Este cuadro resume la oferta actual (2010) de carreras universitarias de pre y postgrado vinculadas con la formación en administración y gestión de industrias creativas en Argentina.

Institución Oferta Relacionada Universidad Argentina de la Empresa (UADE) Licenciatura en Gestión de Medios y Entretenimientos Universidad de Palermo (UP) Maestría en Administración de Empresas con orientación en Entretenimiento y Medios Universidad Austral Maestría en Gestión de Contenidos Universidad de Buenos Aires (UBA) Posgrado en Administración de Artes del Espectáculo Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) Maestría en Industrias Culturales Universidad Nacional de Tres de Febrero (Untref) Licenciaturas en Gestión del Arte y la Cultura; en Políticas y Administración de la Cultura (modalidad virtual), y Curso de posgrado en Industrias Culturales: claves para su gestión y desarrollo. Mientras, en el ámbito de la Educación Superior chilena tiene en la actualidad 2.395 carreras en el área de Administración y Comercio y 158 en las Humanidades, ninguna de ellas se destina a las industrias creativas en particular. Un total de 18.890 jóvenes están en 1 año estudiando en carreras basadas en la creatividad (audiovisual, música, literatura, teatro, arte, arquitectura, diseño, periodismo). ¿Hay industrias creativas suficientes para absorberlos se preguntan ya algunos especialistas? Más o menos 66 mil trabajadores hoy están empleados en el sector, en unas 5 mil 800 empresas. Cfr (Schuster Vergara, 2010) y (Consejo Nacional; de la cultura y las Artes & INE, 2008).

FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

- Arts, A. (1994). *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy, October 1994*. Obtenido de <http://www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html>.
- Buquet, G. (2008). El comercio internacional de bienes y servicios culturales. Crítica a la metodología implementada por la UNESCO. [Paper]. *Revista Telos. Cuadernos de comunicación e innovación*(77), 41-46.
- Cajavilca, G. (2010c). El Fomento de Industrias Creativas en Colombia, España y Chile Retrieved 26/09/2010, 2010, from <http://www.odai.org/articulos/908-el-fomento-de-industrias-creativas-en-colombia-espana-y-chile>
- Cristi, C. (2010, 26/09/2010). La industria creativa, una nueva mirada. Blog posted to <http://www.industriascreativas.cl/blog/2010/la-industria-creativa-una-nueva-mirada/>
- Cunningham, S. (2004). The creative industries after cultural policy: A genealogy and some possible preferred futures. [Paper]. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 105 - 115.
- de Colombia, G. (2009). Política para el fomento de las industrias creativas. In G. d. Colombia (Ed.), *Compendio de Políticas Culturales* (pp. 22). Bogotá: Ministerio de Cultura, Gobierno de Colombia.
- de Chile, G. (2010). *Políticas Ministeriales. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes* (Report). Santiago: Presidencia de la Nación.
- De la Cultura y las Artes, C. N. (2005). *Memoria 2004 Consejo Nacional de la Cultura y las Artes*.
- De la Cultura y las Artes, C. N. (2008). Sorpresa: Cultura aporta al PIB más que pesca y agricultura Retrieved 24 de junio de 2008, 2008, from www.consejodelacultura.cl
- de la cultura y las Artes, C. N., & INE. (2008). *Cultura y Tiempo Libre. Informe Anual 2007* (Libro). Valparaiso: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- De La Sotta Donoso, R. (2009, 19 de diciembre de 2009). La cultura también es un buen negocio. *El Mercurio*. Obtenido de http://diario.elmercurio.com/2009/12/19/actividad_cultural/actividad_cultural/noticias/87
- Educación, M. d. (2009). *Impacto de la cultura en la economía chilena. Participación de algunas actividades en el PIB. Indicadores y fuentes disponibles*. Ministerio de Educación de Chile, Banco Interamericano de Desarrollo y Convenio Andrés Bello.
- Fonseca Reis, A. C. (2008). *Economía Creativa como estrategia de desarrollo: Una visión de los países en desarrollo* (Report). Sao Paulo.
- Ghelfi, D. (sf). El motor de la creatividad en la economía creativa: entrevista a John Howkins. Retrieved 21/09/2010, 2010, from http://www.wipo.int/sme/es/documents/cr_interview_howkins.html

- Guzmán Cárdenas, C. E. (2009, 8 - 10 de junio de 2009). *Industria de Contenidos en América Latina*. Paper presented at the V Seminario Latinoamericano de Investigación en Comunicación ALAIC 2009, Caracas.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (1988). La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas *Dialéctica del Iluminismo* (pp. 26). Buenos Aires: Sudamericana.
- Howkins, J. (2002). *The Creative Economy. How people make money from ideas*: Penguin
- Industrias Creativas, D.(2009). *Informe. La Economía Creativa en la Ciudad de Buenos Aires* (report). Buenos Aires: Dirección General de Comercio Exterior.
- Mahuth Tafur, J. Cultura y Desarrollo: La cultura como finalidad del desarrollo (pp. 30). Bogota.
- Mato, D. (2007). Todas las industrias son culturales: crítica de la idea de "industrias culturales" y nuevas posibilidades de investigación. [Paper]. *Comunicación y sociedad, Universidad de Guadalajara*(8), 131-153.
- Muñoz, J. A. (2010, 26/09/2010). Luciano Cruz-Coke: "Necesitamos promover negocios ligados a la cultura". *El Mercurio*.
- OEA. (2002). *La cultura como finalidad del desarrollo. Documento para el Seminario de Expertos en Políticas Culturales, Organización de Estados Americanos*
Vancouver, Canadá, .
- Rey, G. (sf). Diversidad cultural, desarrollo y equidad. Modos de ser, maneras de soñar: retos para una agenda de políticas públicas de las Américas, especializada en cultura
Unpublished Ponencia.
- Saleh, F. (2008). La industria de la entretención saca cuentas alegres en Chile *El Mostrador*. Obtenido de www.elmostrador.cl
- Schuster Vergara, S. (2010, 22 de agosto de 2010). *Nuevas Industrias Creativas*. Paper presented at the VII Convención Nacional de la Cultura, Puerto Varas, Chile.
- Sepulveda, J. (2006). Industrias Culturales: Estado de Resultados. Retrieved 20 de julio, 2009, from <http://www.curatoriaforense.net/niued/?p=35>
- Sosnowski, S. (1999). *Apuestas culturales al desarrollo integral de América Latina*. Paper presented at the Foro BID. Obtenido de <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/zucchelli/Sosnowsky.pdf>
- Soto Labbe, M. P. (2007). *El cíclope y el vuelo de las mariposas . Investigación, indicadores y políticas culturales en América Latina* Paper presented at the Bogota capital iberoamericana de la cultura. Foro Iberoamericano de Derechos y Políticas Culturales. Obtenido de <http://www.bogotacapitaliberoamericanadelacultura.gov.co/documentos.php>
- UNCTAD. (2008). *Creative Economy. report 2008* (Report): United Nations.

UNESCO. (1995). *Nuestra Diversidad Creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo*. Paris: Unesco.

UNESCO. (2007). *UNESCO Creating Global Statistics: Revision of the Expert Scoping Study*: UNESCO.

YProductions. (2009). *Nuevas Economías de la Cultura* (pp. 106): YProductions.

COMO CITAR ESTE ARTÍCULO: Antoine, Cristian; (2011); *Las industrias creativas em Chile. Posibilidades y propuestas en la coyuntura de las nuevas políticas culturales del país 2011 – 2016.* ; en <http://quadernsanimacio.net>; n° 14, julio de 2011; ISSN: 1698-4404