

Faro No. 9.

Panorámica del sector cultural y las industrias culturales

ISSN 2806-0482

CULTURA Y
DESARROLLO
SOSTENIBLE



La cultura
es de todos

Mincultura



observatorio
cultura y economía

Faro No. 9.

Panorámica del sector cultural y las industrias culturales

CULTURA Y DESARROLLO SOSTENIBLE

MINISTERIO DE CULTURA

Carmen Inés Vásquez Camacho

Ministra de Cultura

Pedro Felipe Buitrago Restrepo

Viceministro de la Creatividad y la Economía Naranja

José Ignacio Argote López

Viceministro de Fomento Regional y Patrimonio

Claudia Isabel Victoria Niño

Izquierdo

Secretaria general

Adriana González Hassig

Coordinadora Grupo de Emprendimiento Cultural

Juan Felipe Parra Osorio

Asesor para la Línea de

Información y Conocimiento

Christian Camilo Navarro Vega

Guido Mauricio Alvarado Plata

Pedro Figueroa Vélez

Nathaly Ruiz Guzmán

Línea de Información y Conocimiento

Diana Cifuentes Gómez

Coordinación editorial

Jimena Loaiza

Diseño y diagramación

Alejandro Castañé

Diana Cifuentes Gómez

Benjamín de la Pava

Ana Carla Fonseca

Octavio Islas

Javier Rodríguez

Autores

BOGOTÁ, D. C. 2019

ISSN 2806-0482

República de Colombia

Observatorio de Cultura y

Economía

UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

Cecilia María Vélez White

Rectora

Margarita María Peña Borrero

Vicerrectora Académica

Nohemy Arias Otero

Vicerrectora Administrativa

Julián López Murcia

**Decano de la Facultad de Ciencias
Sociales**

Santiago Trujillo Escobar

**Director de la Maestría en Gestión
y Producción Cultural y Audiovisual
/ Coordinador académico del
Observatorio de Cultura y Economía**

Diana Cifuentes Gómez

**Coordinadora Misional Observatorio
de Cultura y Economía**

Maribel Cortez Suarez

**Coordinadora Académica Programa
Cine y Televisión /Coordinadora
Administrativa Observatorio de
Cultura y Economía**

| Contenido

- 8** Economía Creativa en Latinoamérica – inspiraciones regionales para retos históricos de desarrollo
-
- 18** Desarrollo y cultura: desafíos y aprendizajes en torno al fomento de las industrias creativas y culturales
-
- 40** Entrevista a Elena Benites – Grupo Chaski-Perú
-
- 48** El desarrollo cultural y la cultura como motor de desarrollo en Colombia
-
- 64** Sobre la creatividad y el fracaso
-
- 76** Mi razonada incertidumbre en la utopía del mundo feliz
-
- 86** Bibliografía recomendada sobre cultura y desarrollo

| Autores



Alejandro Castañé

Director Garimpo de Soluções



Diana Cifuentes Gómez

Coordinadora Misional del Observatorio de Cultura y Economía



Benjamín de la Pava

Profesor asociado Universidad Jorge Tadeo Lozano



Ana Carla Fonseca

Directora Garimpo de Soluções



Octavio Islas

Director de la maestría en Comunicación y cultura en la Universidad Central del Ecuador



Javier A. Rodríguez-Camacho

Profesor del Departamento de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana

| Editorial

El tema para la edición de este año es Cultura y Desarrollo. Consideramos relevante propiciar una nueva discusión sobre este tópico dada la actual coyuntura política en Colombia, en donde desde el Plan Nacional de Desarrollo, PND, se propone un “Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura” que contempla la realización de más actividades artísticas y culturales y el desarrollo de nuevos emprendimientos productivos para la consolidación de las industrias culturales y creativas. Dentro de los principales objetivos del Pacto se encuentran “el fomento al acceso a la oferta cultural para todos los colombianos y liberar el talento artístico y creativo de los jóvenes preparándolos para los retos de cuarta revolución industrial” y “capitalizar el potencial de la economía

naranja por medio del desarrollo de una estrategia enfocada en las directivas de la Ley Naranja”, todo ello enmarcado dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (el capítulo del PND relacionado con este tema se puede consultar [aquí](#)).

Hemos invitado un conjunto de expertos que aporten diferentes miradas sobre esta discusión invitándolos a reflexionar sobre cuáles son los retos y las dificultades que existen para que, en Colombia, o a nivel Latinoamérica, el sector cultural y creativo se convierta en una pieza fundamental para lograr un desarrollo sostenible y mejorar de las condiciones actuales de vida de la población.

En esta edición, contamos con la colaboración de reconocidos autores como Ana Carla Fonseca, brasilera que ha trabajado sobre el tema du-

rante dos décadas y ha realizado numerosas investigaciones acerca del desarrollo de ciudades e industrias culturales y creativas en América Latina y expertos en nuevas tecnologías que nos pueden dar cuenta de la incidencia de los cambios tecnológicos en el desarrollo sectorial como Octavio Islas, quien fuere Director del centro de investigación Proyecto Internet, Tecnológico de Monterrey y Director del Centro de Altos Estudios en Internet y Sociedad de la Información de Universidad de Los Hemisferios en Ecuador.

Esperamos que esta publicación contribuya a generar una discusión que tiene hoy tiene más vigencia que nunca de cara al surgimiento y la transformación de las políticas públicas en Latinoamérica para el fortalecimiento del sector cultural y creativo y el fomento de su desarrollo como industria. Desde el Observatorio, cada año invitamos investigadores, académicos y expertos a escribir para nuestra Revista Faro con el objetivo dar cuenta del estado actual en Colombia y Latinoamérica de los diversos sectores que conforman las industrias

culturales y creativas, o profundizar sobre temas que aporten información para la discusión sobre su desarrollo en el país y en la región.

Es de nuestro interés que la revista se divulgue de manera amplia entre los agentes del sector, por lo cual se publica en formato digital y

En el país se viene hablando desde hace más de una década de las necesidades y desafíos para fortalecer el sector cultural, se han formulado y ejecutado políticas públicas y se han creado espacios de formación

se circula a través de nuestras redes y se divulga entre investigadores, observatorios y gremios con los que tiene vinculación el Observatorio. De igual manera, la publicación queda alojada de manera permanente en la página web el Observatorio www.culturayeconomia.org. ■

| Economía Creativa en Latinoamérica – inspiraciones regionales para retos históricos de desarrollo

POR: ANA CARLA FONSECA &
ALEJANDRO CASTAÑÉ
DIRECTORES DE GARIMPO DE SOLUÇÕES

INTRODUCCIÓN

Latinoamérica tiene una relación sinuosa con la economía creativa – desde la organización del encuentro UNCTAD XI, en Brasil, en el 2004, que congregó muchos de los grandes expertos de entonces alrededor de una temática que emergía en la región, hasta el empuje dado a la “economía naranja” por el Presidente Iván Duque, en Colombia, a partir del 2018, tomando como punta de lanza la inclusión del tema en el Plan Nacional de Desarrollo.

El presente artículo, más que retroceder en el tiempo, en una trayectoria ya bastante conocida, busca delinear los principales retos de la economía creativa en nuestra región, apuntando para cada uno una sugerencia de camino a explorar, a partir de iniciativas y experiencias prácticas de nuestros países.

EN BUSCA DE UNA MIRADA CONCEPTUAL CONVERGENTE

Desde que surgió como dibujo de un concepto, primero como “industria creativa”, en un lejano 1994,

en Australia, para firmarse poco después como plataforma del gobierno Tony Blair, en el Reino Unido y finalmente presentarse como “economía creativa”, el tema ganó el mundo. Sin embargo, tomó distintos contornos, según el país y, en varios casos, dentro de un mismo país. Unos dieron énfasis a la creatividad convertida en productos y servicio de alta tecnología. Un ejemplo es China, que ya en su 12o. Plan Quinquenal (2010-2015) delineó la transición del “Made in China” hacia el “Designed in China”, a partir de inversiones pesadas en investigación & desarrollo y en educación tecnológica y científica – lo que fue considerado por un informe del Banco Mundial un rumbo para la construcción de una sociedad más moderna, armónica y creativa, hasta el 2030. Otros países, como muchos de los de nuestra región, posicionaron la economía creativa como sinónimo de economía de la cultura, reconociendo la abundancia y la diversidad de la cultura del territorio como potencial palanca de desarrollo. Es la premisa de base

del “Plan Integral de Fomento a la Economía Naranja – Ecuador Creativo”, entre otros.

La falta de armonía conceptual no es un problema *per se*, siempre y cuando no caigamos en la tentación de generar estadísticas agregadas, mientras nos referimos a distintos universos. Cualquiera de las miradas sobre la economía creativa – más vueltas a ciencia y tecnología, a artes y cultura o a un abanico que comprenda ambas –, originase de la comprensión que, en un mundo crecientemente globalizado, en donde los productos y servicios se vuelven muy parecidos y en el que activos económicos como capital son fácilmente transferibles en escala planetaria, la creatividad humana se convierte en recurso primordial para generar productos y servicios con valor diferencial y para añadir valor a cadenas tradicionales, dinamizándolas.

Para fines de este artículo, serán debatidos los retos atinentes y compartidos por el conjunto de industrias creativas compuesto por patrimonio, artes, industrias cultu-

rales e “industrias creativas funcionales”, como moda, publicidad, *software* de ocio y diseño¹.

RETOS ENTRELAZANDO LA ECONOMÍA CREATIVA Y LOS ODS EN LATINOAMÉRICA

La experiencia del último par de décadas nos permite percibir retos recurrentes al impulso de la economía creativa como base de desarrollo regional. No es casualidad que varios de ellos dialoguen íntimamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Sin embargo, a pesar de las muchas dificultades en la implementación de una política pública consistente y duradera, hay iniciativas especialmente inspiradoras que buscan diligenciarlas. Veamos tres de ellas en más detalles.

¹ Aquí comprendido de manera más restringida, como industria (de objetos de interior, de joyas etc.) y no, en sentido amplio, como proceso transversal de innovación.

3.1 – EDUCACIÓN DE CALIDAD (ODS 4)

La más grande dificultad de convertir la tan reconocida creatividad de nuestros pueblos latinoamericanos en innovación – y lo que probablemente constituye nuestra más importante vulnerabilidad a la consecución del Desarrollo Sostenible – es la calidad de la educación. Si la brecha entre los que son capaces de insertarse en la economía por medio de trabajos basados en su creatividad y los que no lo son ya es significativa hoy, tenderá a serlo aún más, en un futuro que se hace aceleradamente presente. Por más talentosos que nuestros trabajadores de la creatividad sean, participar y mantenerse en la economía creativa requiere otros *conocimientos* – como de gestión del negocio, de derechos de autor y del mundo digital, como herramienta para la creación, para la difusión del trabajo o mismo para generar nuevos modelos de negocios y de comprensión de tendencias sociales – y *habilidades* complementarias a la creatividad – a ejemplo del pensamiento crítico y de la inteligencia social. Si en el mundo ejecutivo es

común la máxima que las personas vienen contratadas por su calificación técnica y demitidas por su falta de calificación social, los creativos también tenemos de aprender a gestionar el tiempo y a comunicarnos en otros idiomas, como

Si la brecha entre los que son capaces de insertarse en la economía por medio de trabajos basados en su creatividad y los que no lo son ya es significativa hoy, tenderá a serlo aún más, en un futuro que se hace aceleradamente presente

el económico. En ese sentido, el conjunto de iniciativas del programa de Educación e Innovación del Ministerio de Educación de Buenos Aires es un buen referente de ofertas volcadas a las brechas de hoy y del mañana.

3.2 - CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES (ODS 11)

Latinoamérica es la primera o segunda región del planeta en población urbana, según la metodología que se utilice. Como hay una simbiosis muy potente entre la economía y la ciudad que le sirve de cuna (basta pensar en la economía industrial y la configuración de la ciudad industrial, o en la economía del conocimiento y su espejo urbano), la oportunidad que se nos presenta es la de utilizar la economía creativa como hilo de unión entre áreas de la ciudad o entre ciudades de un mismo territorio, ayudando a reducir las usuales islas sociales que nuestras ciudades-archipiélagos suelen abarcar. De hecho, hay innumerables ejemplos de propuestas culturales que abren el apetito de las personas en circular por su ciudad, atrayéndolas a rendirse a barrios desconocidos de ellas o que simplemente no solían visitar. Es el caso de varias unidades del SESC São Paulo, que por su programación cultural en sentido ampliado y por su lógica de diálogo con la comunidad logran expandir las cen-

tralidades creativas en la ciudad, funcionando como polos de atracción para el desplazamiento de los habitantes y visitantes de la ciudad. En los últimos años, la lógica de impulsar distritos o *clusters* creativos – territorios con múltiples usos, como de vivienda, trabajo, ocio y aprendizaje, marcados por una presencia significativas de ofertas de distintas industrias creativas con eslabones sinérgicos entre ellas – ha ganado cuerpo en la región. Los ejemplos más emblemáticos van de los consolidados Distritos Creativos de Buenos Aires (cada uno con sus peculiaridades, retos y aprendizajes) a las iniciativas en formación, como el Distrito de la Innovación, en Medellín o el Distrito Creativo Bronx, en Bogotá, que comparten el reto de lograr diseñarse a partir de una planificación colaborativa e implementarse con la apropiación por la comunidad. Sin embargo, crear nuevas dinámicas y repensar la ciudad es más que oportuno, especialmente en vista de lo que nos será exigido a partir del impacto de la revolución digital en el contexto urbano – y del bajo nivel de pre-

paración de nuestras ciudades para ese futuro tan cercano. En ese contexto, no parece casualidad que la Organización de las Naciones Unidas haya declarado 2021 el Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible.

3.3 - ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS (ODS 17)

Uno de los retos más complicados e históricos del recurso a la economía creativa como eje de desarrollo sostenible en la región es la plaga de la discontinuidad de las políticas públicas en cualquier nivel de gobierno, cuando ocurren cambios de gestión, aunque dentro del mismo espectro partidario o ideológico. Si esa tendencia ya es dañina para políticas reconocidas por su importancia fundamental para el desarrollo, como educación y salud, lo es aún más para temas que todavía no se posicionaron en el mismo rango, como es el caso de la economía creativa. Complementariamente, la gran mayoría de nuestras ciudades, regiones y países todavía no tiene muy claro cómo establecer una gobernanza institucional de

una política de economía creativa – lo que es comprensible, vista la transversalidad de la creatividad. Si tomamos por base ese contexto, vale nombrar la experiencia del Comité Interministerial del Fomento de la Economía Creativa de Chile, creado en el 2015, conformado por los ministerios de Economía, Trabajo, Desarrollo Social, Educación, Hacienda, Relaciones Exteriores y Agricultura, además del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, cuyo Ministro era el Presidente. Las varias decisiones tomadas en conjunto eran cascadeadas a los equipos de los ministerios y sus agencias vinculadas – como, en el caso de Economía, por la siempre muy activa CORFO. De hecho, independientemente de qué secretaría o ministerio presida la política de economía creativa, es crucial que haya una visión estratégica alineada entre todos los sectores gubernamentales, cada cual con sus responsabilidades. En el diagrama a seguir se presenta una sugerencia de la gobernanza gubernamental de una política de economía creativa, según el posicionamiento estra-

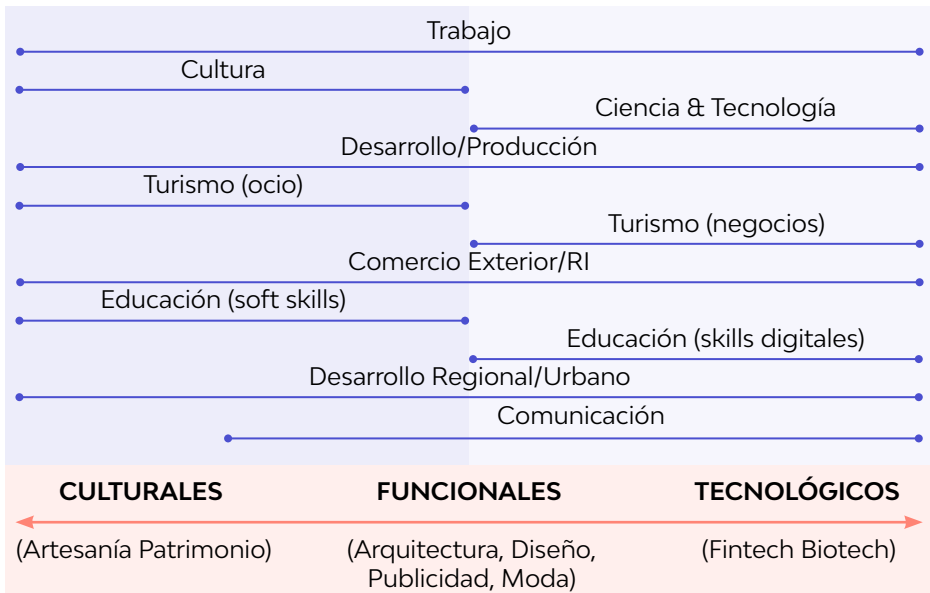
tégico de la ciudad, región o país, en las industrias más cercanas a patrimonio, artes y cultura; a ciencia y tecnología; o a ambas.

REFLEXIONES FINALES

Los retos involucrados en el diseño y en la implementación de la economía creativa son muchos y no se reducen a los tres nombrados en este artículo. Se podría aún hablar

de mecanismos de financiación, de emprendedorismo, de estudios y datos del sector y muchos más. Sin embargo, las oportunidades presentadas por la convergencia entre economía creativa y desarrollo sostenible son de la misma proporción. La humanidad vive una fase en la que tenemos el privilegio de decidir cuál modelo de futuro deseamos seguir. Aprovechémoslo. ■

ORQUESTACIÓN DE LA GOBERNANZA GUBERNAMENTAL EN ECONOMÍA CREATIVA (MINISTERIOS/SECRETARÍAS) X INDUSTRIAS CREATIVAS





Ana Carla Fonseca

Directora de Garimpo de Soluções, es una profesional de referencia en economía creativa, ciudades creativas y negocios creativos. Administradora Pública; Economista, Master cum laude en Administración de Empresas, Doctorado en Urbanismo, con MBA Ejecutivo de la Fundação Dom Cabral. Es profesora y coordinadora de cursos de posgrado en economía creativa y ciudades en FGV y la Universidad Nacional de Córdoba / Argentina.

Ha liderado proyectos en multinacionales durante 15 años, 10 para Unilever en América Latina, Londres y Milán. Consultora y conferenciante en cinco idiomas y 32 países, es asesora del BID y de las Naciones Unidas, habiendo colaborado en las tres ediciones del *Creative Economy Report*. Organizó diferentes misiones internacionales e informes sobre economía creativa. Ha escrito libros innovadores como *Marketing Cultural* y *Financiación de la Cultura*, *Eco-*

nomía de la Cultura y Desarrollo Sostenible (pionero en el tema y galardonado con el Premio Jabuti 2007 - la distinción editorial más reconocida en el país) y *Ciudades Creativas* (finalista del Premio Jabuti 2013). Ha organizado y coeditado libros digitales de alcance global, p. ej. *La economía creativa como estrategia de desarrollo* (2008), el primer trabajo del mundo con este perfil, así como *Creative Cities - Perspectives* (2009). Consultorías concebidas y co-conducidas de proyectos y planes de economía creativa y ciudades para gobiernos en el extranjero y en Brasil, como la participación en el Plan de Economía Creativa del Estado de São Paulo, la coordinación técnica del proyecto Territorio Creativo DF y la curaduría del primer año de ocupación del Farol Santander Creative Economy Arena.



Alejandro Castañé

Socio Director y Consultor Senior en Garimpo de Soluções. Director general de proyectos de inteligencia colectiva e innovaciones urbanas, como la plataforma digital *Sampa CriAtiva* (encargada por FecomercioSP, SESC y Senac, en 2013). Codirigió los ciclos de capacitación en economía creativa y ciudades y el mapeo de singularidades creativas con su propia metodología en 15 ciudades de

Ceará y Minas Gerais (Sebrae CE y Sebrae MG, 2015). Fue Director Ejecutivo de *OpenCity Lab*, una plataforma de innovación abierta basada en startups de impacto y Coordinador de Investigación, Benchmark y Contenido para el proyecto *Creative Territory DF*, cubriendo 16 regiones administrativas del Distrito Federal.

Es el coorganizador de la etapa brasileña de la *Creative Business Cup*, la Copa Mundial de emprendimientos creativos y el codirector del *Farol Santander Creative Economy Arena*, donde es el co-curador de los proyectos "Mi futuro es ahora" y "Diálogos de inicio". Profesor en países tan variados como México, Portugal, Estados Unidos y Bolivia y en varios estados brasileños, es profesor en el Curso de Economía Creativa

y Extensión de Ciudades en la Universidad Candido Mendes (RJ) y el PEC en Economía Creativa y Ciudades en la Fundación Getulio Vargas. (SP)

| Desarrollo y cultura: desafíos y aprendizajes en torno al fomento de las industrias creativas y culturales

POR: JAVIER A. RODRÍGUEZ-CAMACHO
PROFESOR ASISTENTES PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

Giorgio Vasari, para muchos el

inventor de la historia del arte, fue también un publicista sagaz. Su fundamental “Le vite de’ più eccellenti pittori, scultori, e architettori” (1550), una recopilación de notas biográficas de los grandes creadores italianos de Cimabue a Tiziano, buscaba realzar la individualidad del artista y establecer un sentido de progreso disciplinar que reconociera el valor de ciertas obras y creadores, situándolos en la percepción colectiva por encima de un artesano común. Es un modelo que funcionó y tiene eco hasta nuestros días. Además de cronista del camino a la fama y fortuna de varios de sus contemporáneos, Vasari era pintor. A pesar de ser un talento menor, consiguió comisiones que lo llevaron a sobrepintar trabajos inconclusos del mismísimo Miguel Ángel. Si no con los pinceles, había algo en lo que el de Arezzo era superior a sus pares. Como fruto de esas experiencias Vasari formuló la idea de “concorrenza”, una caracterización de la capacidad competitiva de los pintores florentinos, desarrollada bajo fieras con-

diciones y casi un requisito para su éxito estético y financiero; por tanto, para su paso a la posteridad. Tal vez esto hace a Vasari también el primer economista de la cultura.

Pero si por algo es conocido Vasari, es por ser un practicante *avant la lettre* del Fordiano “print the legend”. Las semblanzas que escribió estaban llenas de anécdotas, hipérbolas e invenciones. Su objetivo no era de índole archivista, sino que pretendía pergeñar una historia atractiva, contundente, fácil de contar, con lo justo de fabulación. No en vano Vasari es responsable de acuñar el término “Renacimiento” para denotar el periodo de auge creativo que va de 1300 a 1600, vinculándolo para siempre a Dante, Leonardo, los Medici y la República Florentina. Ya podrían Van Eyck o Durero protestar todo lo que quisieran, la bandera había quedado plantada. Fue la primera de muchas etiquetas de ese tipo, libérrimas en sus fronteras y criterios de inclusión, pero potentes en todo lo demás. Sobran los ejemplos: El Boom Latinoamericano, la *Nouvelle Vague*, el *Krautrock*, el *New Hollywood*, la *British Invasion*... Así es que llega-

mos a la Colombia posconflicto, de presumible cambio generacional y simbólico acceso a la OCDE, donde la etiqueta que actúa como metáfora desencadenante y argamasa discursiva se asocia a un color. Una depurada designación que se vincula a Vasari tanto como emerge de las preocupaciones e intereses más emblemáticos del Siglo XXI.

Con la llamada “Economía Naranja” nos encontramos ante una metaforización sin par en el fomento, promoción, capitalización y explotación de las industrias creativas y culturales en Colombia. Lo que no quiere decir que sea inédita (su inspiración admitida se halla en la iniciativa de la “economía creativa” en la Inglaterra de cambio de siglo), arranque de cero en el país (hay al menos dos décadas de políticas que la anteceden), o promueva una línea de pensamiento tradicional y consolidada (la idea se origina en la literatura gris). Más bien, reconocemos que la formulación discursiva “naranja” se potencia cuando se eleva al nivel de política de estado y parece capturar algo del espíritu de la época. Las condiciones materiales

y simbólicas para que ese discurso adquiriera verosimilitud están dadas, a favor y hasta a pesar de lo que busca potenciar la metáfora “naranja”. Es decir, estamos ante una propuesta de discurso con sustancia, aunque compleja de abordar sin algunos a priori esclarecedores.

Aquí hacemos esta precisión porque intentamos analizar las perspectivas de incidencia en el desarrollo de las políticas que engloba el paquete “naranja”, y para ello nos enfocamos en conceptos muy asentados en la literatura académica (industrias creativas y culturales, economía creativa, políticas culturales). Por el contrario, un vistazo a “La economía naranja: una oportunidad infinita” (2013) nos confirma que los inventores del término no le imputan un carácter académico. Un poco como Vasari, lo de Buitrago y Duque no pretendía refundar una tradición sistematizada como disciplina hace más de medio siglo, sino que buscaba una forma atractiva de contar esa historia. El manual que detona el movimiento no parte de una sesuda revisión conceptual, sino que cita a los Cronopios y Fa-



mas cortazarianos, el fuego de la pasión creativa, Sinatra y el budismo, para motivar la elección cromática. Un bautismo que reviste de un tono quizás más amigable a la sensibilidad de los creativos modernos unas ideas ya en muchas otras formas bastante rodadas.

Dicho esto, la etiqueta “naranja” hilvana una narrativa movilizadora simpática hasta que comienza a conducirnos a territorios pantanosos. La carencia de

Con la llamada “Economía Naranja” nos encontramos ante una metaforización sin par en el fomento, promoción, capitalización y explotación de las industrias creativas y culturales en Colombia.

fundamentos académicos rigurosos puede generar confusión. Por ejemplo, es necesario separar el sector cultural del creativo a secas, pues ambos comportan especificidades que hacen que no sea recomendable abordar la dis-

cusión de impacto, desarrollo y política pública con ambas en el mismo paquete. Esto, como mínimo, porque sus distinciones se desprenden del valor cultural, que es esencial en el caso de bienes y servicios artísticos y no siempre se captura en mediciones económicas.

Entonces, en este artículo nos enfocamos en las industrias culturales y cómo se integran en el Plan Nacional de Desarrollo, lo que esa vinculación significa y qué puede esperarse de la misma. Para ello dividimos el documento en tres secciones. Primero estableciendo el punto de partida del PND y su contraste con iniciativas similares que la anteceden. Luego, basados en evidencia documental proveniente de la academia, industria y sector público, revisamos los desafíos y aprendizajes resultantes de procesos de impulso de las industrias culturales en otros contextos. Finalmente, a partir de la literatura y experiencias similares, proponemos algunas formas para superar los retos que se discuten en la sección anterior.

PUNTOS DE PARTIDA: ECONOMÍA CREATIVA, INDUSTRIAS CULTURALES Y “ECONOMÍA NARANJA”

La sensación de *déjà vu* es importante cuando uno comienza a repasar todo lo que se puso en marcha en el Reino Unido bajo el halo de la “economía creativa”. Veamos: el autor de un libro sobre el tema es asignado un alto cargo en la cartera estatal, con el objetivo de diseñar políticas de promoción de las industrias creativas, de modo que estas alumbren rutas de desarrollo futuro. Lord Chris Smith, doctor en literatura inglesa por Cambridge y autor de “Creative Britain” (1998), fue nombrado secretario del Department of Culture, Media and Sport por el laborista Tony Blair, que reconocía la cercanía de Smith con el mundo artístico. Es una secuencia fácil de adaptar a Colombia y los personajes involucrados en la actual narrativa “naranja”.

Los objetivos y directrices planteados en uno y otro caso también guardan similitudes. El “Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022” establece la meta del 5.1% de valor agregado en el sector creativo

y cultural. Esta cifra hoy se encuentra en el 2.9%. El promedio del aporte del sector cultural al PIB de los miembros de la Unión Europea se mueve entre el 2 y el 3%, si bien en algunos países que han implementado programas de fomento a las industrias culturales esa cifra alcanza hasta un 6%, como en el caso de Nueva Zelanda, el 8%

El promedio del aporte del sector cultural al PIB de los miembros de la Unión Europea se mueve entre el 2 y el 3% (...)

en Francia, el 4% en España y el 9% en Italia. Es más, el aporte del sector cultural al GDP mundial se aproxima, décimas más o menos, al hito definido en el PND.

El Plan incluye varias otras medidas y disposiciones, por ejemplo, en términos de deducciones fiscales, incentivos a la producción, creación de espacios de formación, integración con mercados internacionales, entre otras que consolidan una vinculación estratégica entre las industrias creativas y cultura-

les y el desarrollo del país. No es el objetivo de este artículo desempaquetar cada una de las medidas del PND o de la Ley de Economía Naranja, sino revisar algunos de los potenciales problemas que afrontaron programas como este en países que los adoptaron en el pasado. El caso emblemático es el del Reino Unido, en el que hacemos foco por las razones antes expuestas. La intención es poner en contexto los retos afrontados por los programas de la “economía creativa” y proponer algunas formas para anticiparlos o superarlos.

Es que incluso los debates son similares, cuando uno mira a la Inglaterra de los últimos noventa, encontrando una reflexión intensa entre arte y comercio, dudas sobre la cooptación de una generación artística brillante para una agenda política, el temor de la instrumentalización y abandono de ciertas formas expresivas menos comerciales, etc. Son discusiones que hoy sobreviven en los archivos de The Guardian, The Independent y varios otros medios británicos. Sin duda un testimonio valioso para



Mercado de Industrias Culturales del Sur, MICSUR.

una Colombia que se encamina por esos derroteros. Aunque, hay que decirlo, en algunas cosas parte con ventaja respecto al Reino Unido, cuyos precedentes más sistemáticos databan de la posguerra, con el documento “A policy for the arts” (1965). En el caso colombiano, la trayectoria de reconocimiento y fomento de las industrias culturales

se remonta al menos dos décadas. No en vano la medición del sector cultural se viene realizando hace 15 años con eficacia, mientras que en el Reino Unido fue necesario el prerequisite de un mapeo sectorial, en 1997, para dar arranque a la etapa de formulación de políticas un año más tarde. Por lo mismo, “Creative Britain” se escribió con Chris Smith en funciones, mientras que el documento fundante de la narrativa “naranja” se edita cinco años antes de la puesta en marcha de esas medidas, desde un organis-

mo internacional, reconociendo diversos esfuerzos precursores.

Por esto intentamos extraer de la experiencia británica referencias que en su momento se consideraron válidas para replicar a nivel de la Unión Europea y en países como Canadá y Nueva Zelanda. La idea es entender lo que salió bien y lo que salió mal, para fortalecer con esa reflexión los pasos a dar en Colombia en adelante. Así es que emerge la primera recomendación, subrayando la necesidad de separar las industrias creativas de las culturales, cosa que no siempre queda clara en el PND, incluso si solo nos fijamos en el título de la línea estratégica: “Colombia Naranja: desarrollo del emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica para la creación de las nuevas industrias”. Suena como un cajón de sastre en el que caben *marketplaces* que monetizan el análisis de los patrones de consumo de sus usuarios, compañías de teatro independiente, escuelas de diseño y un variopinto etcétera. Y es que, amén de mezclar las industrias creativas con las culturales, se añade los empre-

dimientos de base tecnológica, en una decisión difícil de comprender desde una argumentación conceptual, y por tanto debatible.

¿Por qué es necesario separar las industrias creativas de las culturales? Porque juntarlas amplía la definición hacia los servicios creativos, que distan bastante en escala y características de las artes. La evidencia muestra una participación desproporcionada del diseño, software y TICs en las mediciones de valor agregado, empleo o contribución al PIB del sector creativo, mientras arte, artesanía, folclore y patrimonio aportan mucho menos. En algunos casos, como el australiano, el sector creativo es hasta cinco veces más grande que el cultural, incluso cuando se controla las intersecciones y solapes. Una línea crítica dentro de la investigación de estos temas apunta a que ese agrupamiento responde a razones de economía de estado, que permiten que el sector adquiera dimensiones llamativas para las cuentas nacionales (Banks & O’Connor 2017). Estudios recientes enfatizan algunos de los efectos

no deseados de esa integración. En primer lugar, al subsumir el sector cultural al creativo se corre el riesgo de desenfatar la excepcionalidad de los bienes culturales, pasándose a hablar de la creatividad como un rasgo transversal a la economía. Ya podemos ver esto en los traslapes entre las iniciativas

(...) al subsumir el sector cultural al creativo se corre el riesgo de desenfatar la excepcionalidad de los bienes culturales, pasándose a hablar de la creatividad como un rasgo transversal a la economía

estatales de la Economía Naranja o de Colombia 4.0, por mencionar un ejemplo. A raíz de ese agrupamiento se ha evidenciado que el cambio de perspectiva hacia un discurso de la economía creativa, en algunos casos, ha conllevado la ruptura en la continuidad de las políticas culturales estatales preexistentes. Por ello es que resulta de gran impor-

tancia procurar singularizar las industrias culturales aún dentro de programas de desarrollo más amplios, como sería el caso del PND.

Reparando en el tema del crecimiento y el valor agregado en el sector cultural, es conveniente reconocer los sesgos a los que se ven expuestas las mediciones y evaluaciones de programas cuando se entretrejen con iniciativas de promoción y apoyo (Throsby 2004). Las aristas de este tema son numerosas. Por ejemplo, la literatura muestra que los beneficios de que una ciudad sea designada Capital Europea de la Cultura se reflejan primero en *spillovers* inter e intraindustriales, caracterizables como externalidades positivas de conocimiento, teniendo un efecto limitado en el sector creativo y cultural en específico. Es más, muchos de los retornos se dan en el largo plazo o son tácitos. Esto pone una presión adicional en los resultados a entregarse al finalizar un PND con horizonte temporal idéntico al periodo presidencial.

La fiabilidad en el recuento y análisis de los indicadores económicos de las industrias culturales siem-

pre ha sido un tema de tratamiento complejo. En Colombia esta es una tarea que se hace bien y en la que hay experiencia, al punto que la Cuenta Satélite de Cultura fue replicada por el Bureau of Economic Analysis de los Estados Unidos, bajo el nombre de Arts and Cultural Production Satellite Account, casi una década más tarde. De todos modos, hay que reconocer que el PIB o el valor agregado son mediciones insuficientes del bienestar y calidad de vida, por no mencionar consideraciones estéticas, de valor simbólico o cultural. Permitiéndonos una ilustración un tanto burda, el precio de una boleta es idéntico si la película que uno verá es el último *blockbuster* de una franquicia de superhéroes, una restauración de una película silente colombiana, una obra experimental de Raya Martin o un documental sobre un grupo étnico apenas descubierto en el Amazonas, aunque cada una tenga implicaciones estéticas, simbólicas, históricas y de inclusión social radicalmente distintas. Volveremos sobre este tema en la última sección, donde examinamos posibles rutas hacia nuevos indicadores para

la medición del sector cultural, muchas surgidas en Inglaterra ante los escollos con que se fueron enfrentando las medidas de la “economía creativa”. Ahora revisamos las lecciones encontradas al analizar la experiencia británica en términos de generación de empleo, integración regional, indicadores sectoriales de crecimiento y valor agregado, con enfoque en el sector cultural.

DESARROLLO E INDUSTRIAS CULTURALES: RETOS Y APRENDIZAJES

El principal problema derivado del alineamiento del PND con las industrias culturales, marcándose objetivos en términos del PIB, es el economicismo. Podemos dejar de lado la instrumentalización del arte como potencial punto de conflicto, considerando que habría una auto-selección entre los participantes de las industrias culturales y aquellos agentes más orientados al “arte por el arte”, que no harían parte de los intercambios que en estas se inscriben. Sin embargo, eso no elimina los problemas que pueden surgir cuando se define la participación en las cuentas nacionales como indicador

de éxito en el sector. Por cierto, una miopía en la que ya incurría Vasari, que se señoreaba de las ropas y caballos resultantes de sus comisiones pero que, desde una perspectiva técnica, figurativa y estética, en el mejor de los casos era mediocre.

Es más, este es un problema con efectos extensos en ambos lados del mercado. La predominancia de un discurso centrado en el aporte de las instituciones culturales al desarrollo, empleo y exportaciones deriva en una visibilidad más intensa para un subconjunto de creadores, productores y gestores. De esto puede emerger una visión de la cultura como un medio para lograr objetivos y no algo que se experimente, valore o entienda como trascendente (Yúdice 2003). Si bien es cierto que el impulso a las industrias culturales no significa que dejen de existir espacios para la creación, difusión e intercambio fuera del mercado formal, tampoco es una garantía que esa producción alternativa provea un contrapeso discursivo suficiente, o que evite la erosión de ciertas condiciones para aquellos creadores y consumidores

que deciden mantenerse fuera de la estructura del mercado formal.

En temas de empleo la situación no es distinta. Características de la producción artística como la volatilidad de la demanda y el riesgo en que se incurre a raíz de unos elevados costos fijos, ocasionan que las estructuras organizacionales en el sector sean a menudo efímeras. Es más, este modelo de producción está muy consolidado en el mercado, denotado por la literatura especializada como una ecología de proyectos (“project ecology”), que consiste en la formación de equipos para la realización de proyectos específicos, que se desbandan una vez se culminan. Esto quiere decir que el empleo es predominantemente temporal, por no mencionar los intercambios y trabajos voluntarios, también comunes. O que, a diferencia de otros sectores económicos, en el cultural no suele considerarse horas extra ni turnos nocturnos, del mismo modo que la correlación entre ingresos y nivel de formación o experiencia es menos evidente. En suma, promover incentivos fiscales basados en la cantidad de contratos o su duración



puede ser interesante para industrias del sector de servicios creativos o de distribución y comercialización a gran escala, no tanto así las de creación y producción, y esto es algo relevante en la formulación de política pública.

El plano laboral conlleva sus propios problemas de medición. Ya Howkins (2001) reconocía que en una economía creativa habría más personas trabajando en ocupaciones creativas en el mercado laboral

Características de la producción artística como la volatilidad de la demanda y el riesgo en que se incurre a raíz de unos elevados costos fijos, ocasionan que las estructuras organizacionales en el sector sean a menudo efímeras.

amplio que en el sector cultural. Qué ocupaciones incluir en las mediciones de empleo creativo no es sencillo, pues no se cuenta con un repertorio base de roles o tareas. Restringirse a las cifras de empleo específicas al ámbito cultural no resuelve todos los problemas. El

incremento de las cifras de empleo no quiere decir que esas personas antes no estuvieran empleadas en algún sector, o que sus condiciones laborales hubiesen mejorado. Más aún, una mirada micro encuentra disparidades entre el empleo en las grandes ciudades y en niveles que podrían llamarse ejecutivos, con respecto al resto de la población, que afronta oportunidades limitadas, precariedad, carece de proyecciones de progresión de carrera o estabilidad laboral, obtiene bajos ingresos por jornadas extensas, entre otros (Banks y O'Connor 2017).

En el tema de la regeneración del tejido social, la literatura muestra que las industrias culturales por sí solas no consiguen resolver problemas de exclusión, sino que hasta pueden profundizarlos. Según las estadísticas de empleo en las industrias creativas del Reino Unido, la mayoría de participantes y los mejor remunerados siguen siendo hombres blancos urbanos, con un sesgo hacia edades entre los 20 y 30 años. Para evitar esto los investigadores recomiendan instrumentalizar y coordinar las

iniciativas de fomento de las industrias creativas con políticas sociales amplias, que se integren con la educación y faciliten el acceso a oportunidades en un sector en el que muchas relaciones laborales se construyen a partir de redes sostenidas por capital social.

En términos de la irradiación regional de las políticas de fomento de las industrias culturales, en el Reino Unido se mantuvieron las asimetrías existentes en otros sectores. En una primera fase, las políticas de impulso al sector creativo dieron lugar a la proliferación de centros culturales y *hubs* creativos en múltiples ciudades, con resultados dispares. Luego, en los casos más exitosos, se observa cierta tendencia a la especialización, con predominancia de Londres como cliente principal, algo no del todo sorprendente si se considera que a medida que uno se aleja de la capital la relevancia del Estado como empleador se incrementa, además de que el acceso a los mercados globales suele estar mediado por la capital.

Lo que esto sugiere es la necesidad de plantear políticas regionales

claras y específicas, que apuesten a las ramas artísticas adecuadas en los sitios mejor posicionados para explotarlas. La complejidad de ello reside en que las potencialidades y necesidades regionales, en términos de capacidades creativas, suelen ser muy específicas, mientras la presencia estatal es limitada para poder asumir unas tareas con esa proximidad e intensidad. La recomendación ante esto apunta a la generación de mecanismos de descentralización y seguimiento; que, si bien pueden ser complejos y costosos de crear y mantener, se podrían articular con instituciones educativas de presencia regional, quizás el SENA, actores privados de otros sectores, redes de casas de la cultura y salas concertadas, etc.

Por último, el tema de los subsidios e incentivos públicos para la creación también ha merecido análisis. La lógica de sectores como el farmacéutico, en el cual el estado financia la investigación básica ante sus elevados costos y riesgo de inversión, y donde criterios como la innovación o el impacto social pueden ser decisivos, no es fácil de

trasladar al sector cultural. ¿Debería el estado patrocinar la creación de obras con potencial comercial limitado o al revés? ¿Cómo se puede discutir la originalidad e innovación en las industrias culturales? ¿Debe estar el foco en obras que cultiven un repertorio ya establecido, por ejemplo, interpretando piezas musicales decimonónicas o reeditando

¿Debería el estado patrocinar la creación de obras con potencial comercial limitado o al revés? ¿Cómo se puede discutir la originalidad e innovación en las industrias culturales?

libros del poeta José Asunción Silva, o en otras completamente nuevas? Ninguna de estas preguntas tiene respuesta sencilla, pero existen caminos para explorar en busca de ellas. El de la innovación artística es uno de ellos, aún vinculado a los procesos de selección típicos del cliente público. Cabe recalcar que

la innovación artística ocurre en un plano que el mercado no consigue capturar, tocando planos estéticos, formales o simbólicos (Castañer & Campos 2002). Los entes de financiamiento público suelen recurrir a cuerpos colegiados y comisiones de evaluadores para navegar esas aguas, remarcando que la cuestión estética nunca sale de cuadro en estas discusiones. Ese puede ser el principal aprendizaje de este proceso en su vertiente británica. En una frase, la necesidad de contemplar formas de valor distintas a la económica, insistiendo en la singularidad de las industrias culturales y las precauciones necesarias ante su tratamiento en combinación con las industrias creativas.

LABERINTOS CON SALIDA: SUPERANDO LOS RETOS DEL ENCAJE DESARROLLO-CULTURA

Puestos a sondear procesos reflexivos en torno a los programas de fomento a la economía creativa en el Reino Unido, no hace falta ir muy lejos. El *think tank* NESTA, National Endowment for The Arts & Science, fue uno de los brazos de

diseño, análisis e implementación de las medidas de promoción del sector creativo. Dos personas muy vinculadas a esa organización fueron Hasan Bakhshi y Stuart Cunningham, quienes en 2016 publicaron un documento sobre política cultural en la era de la economía creativa, que arrancaba con una provocativa afirmación: *“We suggest that the conflation of culture with creative industries since 1997 has harmed both cultural policy and creative industries policy in the UK. We propose that an official definition of the cultural sector and the production of government statistics to support such a definition will help to clarify creative industries policy and create a much needed opportunity to revisit the scope and nature of cultural policy.”* (Bakhshi & Cunningham 2016). Traduciendo, postulan que la confusión entre cultura e industrias creativas no ha sido beneficiosa para la formulación de políticas culturales ni creativas, respectivamente. Es un veredicto muy dicente, por cuanto viene de los propios impulsores de esas medidas.

Esto incide en lo que apuntábamos antes, intentando resaltar las

características particulares de los bienes culturales en relación a las distintas formas de valor que comportan. En otras palabras, luego de haberlas separado de las industrias creativas, es necesario entender que las industrias culturales son solo una parte de un ecosistema de creación, producción y consumo cultural mucho mayor, que existe y seguirá existiendo más allá de los mercados. Estas formas de creación y consumo no deben ser desestimadas por optar mantenerse al margen de la narrativa “naranja”. De todos modos, manteniendo la vista en el ámbito de mercado, por muy ambiciosos que sean los argumentos de la estrategia económica, el proceso de evaluación termina reduciéndose a indicadores de empleo, valor agregado bruto y crecimiento, canales por los que se considera el sector cultural “aporta” a la economía nacional. Incluso indicadores de apropiación social, basados en evidencia cuantitativa, son proxys económicos limitados para estimar el impacto social. Más allá de contemplar sectores informales o no mercantiles, urge repensar la

primacía del criterio económico en este sector.

En ese sentido, retornando a la experiencia del Reino Unido, en el último par de años se ha visto una transición hacia formas más amplias de entender el sector creativo, diferenciando explícitamente la política cultural e incorporando una noción de valor cultural entre los indicadores relevantes. En ese marco, en 2016 el DCMS publicó “The Culture White Paper”. Formulado como una “evolución” de las iniciativas encabezadas por Chris Smith en los primeros años del siglo, pone énfasis en la educación, inclusión, regeneración urbana y desarrollo de comunidades en las regiones no metropolitanas. Por supuesto, no deja de lado los incentivos fiscales, programas de inversión estatal, nuevos modelos de financiamiento, el potencial de proyección al extranjero, pero contemplando ya no solo uno, sino tres tipos de valor cultural: el intrínseco, el social y el económico. De entrada, llama la atención que el valor económico aparezca supeditado al cultural. Luego, en cuanto a sus definiciones, podemos ver que los autores

del documento caracterizan el valor intrínseco en términos cualitativos, relacionados al bienestar, calidad de vida y satisfacción personal. A su vez, el valor social emerge del entrecruzamiento de las industrias culturales con la educación, salud y cohesión comunitaria. El valor económico, por su parte, mantiene el foco en el aporte del sector al crecimiento económico, empleo e incluso toma indicadores de “soft power” como la imagen internacional que proyecta el Reino Unido o el factor cultural del atractivo turístico. En el caso colombiano, reincidiendo en la inspiración británica de la narrativa “naranja”, queda la recomendación de ampliar desde ya los indicadores planteados en el PND, quizás tomando estos como antecedentes.

Y es que el Reino Unido lleva al menos una década en búsqueda de nuevas formas de incorporar el valor cultural en las metodologías convencionales de análisis costo-beneficio (O’Brien 2010). En esa línea encontramos una tendencia que pretende reenfocar la discusión del valor cultural en el plano de la experiencia subjetiva. Kaszynska

(2015) es una de las grandes promotoras de un acercamiento fenomenológico, más cualitativo e interesado en los aspectos subjetivos de la experiencia de consumo. Por su parte, otros académicos argumentan por la necesidad de extender esas metodologías también a los productores y creadores. O, de cara a las asimetrías y disparidades entre las regiones y las grandes ciudades, abogan por la necesidad de incorporar indicadores cualitativos para percibir el verdadero impacto de las industrias creativas en estos contextos, definiendo expectativas y velocidades distintas.

El más ambicioso proyecto en este sentido se encuentra en el reporte “Understanding the Value of Arts & Culture” (2016), coautorado por Kaszynska y Crossick con el apoyo del Arts and Humanities Research Council. El objetivo de esta investigación consiste en desarrollar una metodología de medición del valor cultural que incorpore sus distintos componentes, más allá del económico, generando evidencia e indicadores que permitan enriquecer la formulación y evaluación de po-

lítica pública. En uno de sus puntos más interesantes, ese trabajo plantea la noción del sector cultural como un entorno en el que existe una ecología de talentos, contenidos, ideas y fondos. Propone pensarlo como un complejo entramado de entes públicos y privados, en el que conviven modelos de financiamiento basados en intercambios comerciales y subvenciones. Además, reconoce que estos intercambios son efectuados multidireccionalmente entre los participantes habituales de las industrias culturales, pero también por organizaciones sin fines de lucro, artistas amateur, coproducciones, instituciones educativas y de investigación, proveedores y distribuidores colectivos, entre muchos otros. Aunque se trate de un primer ensayo por discurrir en esa dirección, confirma el convencimiento de los promotores originales de la “economía creativa” de que es importante y necesario ir más allá de las políticas y objetivos de desarrollo (económico) patentes en la primera encarnación de esas medidas

Esto no implica una ruptura total con los modos de pensar las industrias culturales que se observan



El valor social emerge del entrecruzamiento de las industrias culturales con la educación, salud y cohesión comunitaria.

en la academia, industria y sector público. El reconocimiento pleno y persistente de la naturaleza singular de los bienes culturales era una idea que alguien tan antiguo como Giorgio Vasari ya tenía en mente. Había un arte que era importante por razones distintas a las monetarias. Sin embargo, el italiano no alcanzó a vislumbrar la evolución de las condiciones y modalidades del mercado. La lógica que según Vasari encumbró al artista último, sublime y perfecto que él encontró en Miguel Ángel, dejó perecer en el abandono a Van Gogh, paradig-

ma a su vez del artista moderno e irreductible. El modelo de ingresos basado en comisiones directas dejó de ser el dominante con el advenimiento de la Revolución Industrial, la reproducción mecánica y la explosión del consumo. De Van Gogh para acá los artistas son agentes de mercado, parte de un sistema de oferta y demanda que hace natural hablar de industrias culturales. Con marchantes, muestras, *brokers* y un léxico propio, es un mercado en el que las valoraciones de Sotheby's tal vez sean evidencia de éxitos, pero es la misma historia de Van Gogh la que confirma que ese no puede ser el único camino. Fue justo ante una pintura del holandés, el Sena con el Pont de la Grande Jatte, que el crítico René Ricard imaginó el meteórico paso de Jean-Michel Basquiat, arquetipo del artista posmoderno, negociante incluso teniendo raíces *underground*, tan autopromotor como Warhol, atractivo tanto en las galerías del SoHo como en la cultura pop. Y que, además, no es solo que sus primeras creaciones significativas, *tags* y *graffittis* en espacios

urbanos, fueran inéditas en el mundillo de las galerías neoyorquinas, sino que eran actos ilegales según el código policial de la época. Hoy los seis ya son historia, Vasari, Miguel Ángel, Van Gogh, Basquiat y Ricard, y quizás sus vidas son anécdotas sin posibilidad de encaje en mecanismos de mercado de la escala que involucran las políticas económicas estatales. Aquí creemos que esas historias marcan la evolución de una actividad singular, que no se consigue descifrar solo desde lo económico. Ante un camino difícil de anticipar, la metaforización “naranja” puede encontrar en ellas valiosas pistas sobre las distintas formas de valor que entrañan los bienes culturales. Como también en las transformaciones del proyecto británico de la “Economía creativa”, que a sus dos décadas de existencia vuelve a poner el acento en cultura, antes que creatividad o economía. No olvidemos que las indagaciones de Vasari comienzan así, en la fragilidad y la potencia de la semblanza. Y allí, valga la paradoja, se fundó la historia grande del arte occidental. ■



Javier A. Rodríguez- Camacho Ph.D.

Profesor del Departamento de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá). Su trabajo como crítico y periodista cultural se ha publicado en medios de EEUU, Europa y Latinoamérica. Su investigación se enfoca en las industrias creativas y culturales, abordadas desde la economía de la información, el emprendimiento y el marketing. Ha dictado cátedra en España, Colombia, Bolivia, Alemania y los Estados Unidos. Es doctor en economía por la Universitat Autònoma de Barcelona.
www.jrodriguez6.weebly.com

Referencias

- Bakhshi, H., & Cunningham, S. (2016). Cultural policy in the time of the creative industries. National endowment for science, technology and the arts.
- Banks, M., & O'Connor, J. (2017). Inside the whale (and how to get out of there): Moving on from two decades of creative industries research. *European Journal of Cultural Studies*, 20(6), 637-654.
- Bergsgard, N. A., Josendal, K., & Garcia, B. (2010). A cultural mega event's impact on innovative capabilities in art production: the results of Stavanger being the European capital of culture in 2008. *International Journal of Innovation and Regional Development*, 2(4), 353-371.
- Castañer, X., & Campos, L. (2002). The determinants of artistic innovation: Bringing in the role
- Crossik, G., & Kaszynska, P. (2016). Understanding the value of arts & culture: The AHRC Cultural Value Project. Arts and humanities research council.
- DCMS. (2016). The culture white paper.
- Howkins, J. (2002). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin UK.
- Banco Interamericano de Desarrollo, B., Márquez, I. D., & Restrepo, P. F. B. (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Inter-American Development Bank.
- Kaszynska, P. (2015). Capturing the vanishing point: subjective experiences and cultural value. *Cultural Trends*, 24(3), 256-266.

- Lee, J. (1965). *A Policy for the Arts: First Steps*.
- Newsinger, J., & Green, W. (2016). The infrapolitics of cultural value: cultural policy, evaluation and the marginalisation of practitioner perspectives. *Journal of Cultural Economy*, 9(4), 382-395.
- Oakley, K. (2006). Include us out—economic development and social policy in the creative industries. *Cultural trends*, 15(4), 255-273
- Oakley, K. (2009). The disappearing arts: Creativity and innovation after the creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 15(4), 403-413.
- Philip Schlesinger (2017) *The creative economy: invention of a global orthodoxy*, *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 30:1, 73-90, DOI: 10.1080/13511610.2016.1201651
- Schlesinger, P. (2017). *The creative economy: invention of a global orthodoxy*. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 30(1), 73-90.
- Smith, C. (1998). *Creative Britain*. Faber.
- Throsby, D. (2004). Assessing the impacts of a cultural industry. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 34(3), 188-204.
- Vasari, G. (1998). *The lives of the artists*. OUP Oxford.
- Yúdice, G. (2003). *The expediency of culture: Uses of culture in the global era*. Duke University Press.

| Entrevista a Elena Benites – Grupo Chaski- Perú

La red de Microcines del Grupo

Chaski está conformada por 32 salas comunitarias que están presentes en 10 regiones del Perú. Los microcines son una alternativa para la exhibición de material audiovisual relevante para las comunidades del país. En estos se proyectan películas realizadas en el Perú, América Latina y el mundo, generalmente de cine independiente. Hablamos con María Elena Benites, Coordinadora Nacional de la Red de Microcines del Grupo Chaski, para que nos contara sobre esta experiencia, una de las más antiguas y exitosas en el ámbito del cine comunitario de la región latinoamericana. Los microcines son una plataforma que permite exhibir y producir cine comunitario. Adicionalmente, como parte del trabajo de la red, se han conformado grupos de jóvenes que se están formando como gestores culturales de cine para el desarrollo.

En palabras de sus integrantes, el Grupo Chaski es una asociación civil sin fines de lucro que realiza actividades en el campo de la producción, difusión, distribución y

capacitación audiovisual, orientada al fortalecimiento de la identidad, valores sociales y culturales. Está conformado por un colectivo de cineastas, comunicadores audiovisuales y gestores culturales comprometidos con la promoción del cine como herramienta para el desarrollo cultural y educativo del país y la región.

OCE: ¿Cómo surgió la idea de los microcines?

MEB: La idea surgió en el año 2004. Nosotros siempre hemos trabajado en distribución y exhibición de cine y vimos que en el país la exhibición audiovisual era un desastre: con un 98% de películas americanas y el 2% restante para todas las películas del mundo. En Perú no tenía cabida el cine latinoamericano, por lo cual la gente tampoco sabía que en la región se producían películas tan interesantes. Entonces comenzamos a crear la red poco a poco con recursos propios. Después vino la colaboración internacional, y con ello pudimos darles a los jóvenes la posibilidad de contar con kits básicos de exhibición compuestos por un pro-

vector, un écran y un equipo de sonido, es decir, un equipo básico para poder hacer una buena proyección, y un apoyo para poder tener también un kit básico de producción.

OBS: ¿Cómo estaba conformado el equipo inicial de trabajo? ¿Que los motivó a realizar este proyecto?

MEB: Stefan Kaspar, que era un comunicador de origen suizo, llegó al país en el año 78 con el proyecto de hacer una película donde los peruanos pudieran ver su propia imagen. Ahí nació Gregorio, la primera película que hizo el grupo Chaski. En el 85 se terminó la película y pensábamos que, por el tema, no iba a ser acogida por las salas de cine. No fue así, los distribuidores se interesaron y nos dieron espacio para exhibirla. Sin embargo, esto nos llevó a pensar en un proyecto de circulación. De este modo, casi paralelamente, dimos inicio a la difusión popular (así la llamamos en ese entonces), acción que duro desde el 85 hasta el 90.

En todo ese tiempo se pensó que el cine debía ir a las comunida-

des para hacer parte de una herramienta que mientras te entretiene, te puede emocionar, hacer pensar y tomar decisiones sobre lo que está pasando en tu comunidad. Eso pasó con Gregorio y después con las siguientes películas que hicimos, tanto con los documentales como con las ficciones.

En estos tiempos el cine peruano no era bien recibido en las salas. Hubo una ley que obligaba a los cines a exhibir las películas peruanas, la ley 19327, pero, aun así, era todo un logro permanecer por mucho tiempo en salas. Había poca cabida para las películas nacionales y las películas de América Latina. Al mismo tiempo, pasaban por nuestros ojos películas latinas y del mundo, hermosas, importantes. Estefan y yo éramos compañeros de vida y trabajábamos en la oficina para América Latina y el Caribe de dos festivales internacionales y nos encargábamos de seleccionar para estos la programación latinoamericana. De modo que pasaban por la oficina cientos de películas nacionales, latinoamericanas y en general, de habla hispana maravillosas y

nos daba una frustración tremenda ver tanto y no poder compartirlo.

Nos preguntábamos cómo hacer para mostrar esa riqueza audiovisual. América Latina es como un rico sentado en un baúl de riqueza audiovisual que no ve ni sabe lo que tiene. Estamos sentados en un banco de oro y no nos damos cuenta. Todas las producciones audiovisuales hechas en Latinoamérica tienen importancia porque marcaron una época, porque te hacen mirarte, reconocerte y revalorar tu historia, tu memoria. Durante cinco años pensamos que hacer, y cuando tuvimos algo de dinero del trabajo que hacíamos dijimos, bueno...hay que relanzar. Chaski había tenido que cerrar desde el 90 por problemas sociopolíticos (una gran inflación y guerra interna). No podíamos manejar la organización. En ese entonces éramos como 50 personas yendo de aquí para allá conectando el cine, pero ya no podíamos más porque todo se encareció. El paquetazo económico nos golpeó muy fuertemente y no podíamos correr con los gastos de gestión de la organización. Tuvimos entonces

un hibernar de Chaski y en el 2004 lo volvimos a revivir. Ahí creamos con Stefan la red de Microcines.

Nuestra primera acción para ver si lográbamos llegar a las zonas y concretar los grupos que nos podían ayudar en las comunidades fue hacer una actividad junto con COSUDE, que fue el primero que creyó en nuestro proyecto de capacitar jóvenes para llevar buen cine a las comunidades. Le propusimos realizar una muestra de cine en el marco de su aniversario 50 en el Perú e hicimos una intervención en comunidad que se llamaba *Pastores y sueños* que nos permitió exhibir en provincia, desplazarnos hacia las zonas y hablar con jóvenes y con instituciones que quisieran participar en la red de microcines. Así comenzamos a crear esta red que desde el inicio se conformó por cuatro microcines por región, en cuatro barrios vulnerables diferentes... pensamos también que deberían participar mujeres y por eso insistimos hasta ahora en la cuota de género.

Desde el principio tuvimos como objetivo completar la formación de

los jóvenes en el uso del audiovisual e incentivar la gestión de emprendimientos culturales sostenibles, que todos los participantes pudieran tener una empresa cultural que les brindase empleo e ingresos. Hoy lo vamos logrando, los jóvenes de los microcines tienen ahora un espacio interesante desde donde hacen un trabajo cultural relevante y pueden tener ingresos propios.

OCE: ¿Cómo se coordina el tema de la programación?

MEB: Desde el 2004, cada mes, enviamos a cada uno de los microcines un paquete temático que consta de cuatro largos y cuatro cortos y fichas pedagógicas con propuestas de cómo llevar el cine foro o las video dinámicas. La idea es que todos los microcines proyecten en bloque las mismas películas. Este año, por ejemplo, hemos tenido los siguientes ejes temáticos: en enero, vacaciones en familia; en febrero, Valiente, defensa de los territorios indígenas; marzo: cine y salud, prevención de la anemia, etc. Estos paquetes temáticos se trabajan con niños, escuelas, universidades, grupos de mujeres, y otros.

Cuando empezó la red de microcines se pensó que por un tiempo se debía solo proyectar películas de manera que los jóvenes gestores de los microcines se fueran enamorando del buen cine, ver mucho para sentir las ganas de empezar a usar el audiovisual para contar sus propias historias de una manera más propia, más comunitaria... fuimos poco a poco haciendo una alfabetización audiovisual. En el 2009 empezamos a buscar fondos para poder agregar a cada microcline un kit básico de producción y realizar talleres de formación en producción audiovisual comunitaria. Lo que se ha logrado es muy interesante.

OCE: ¿Tienen ustedes una red de aliados que les permita hacer la gestión de los títulos de las películas que exhiben u organizaciones que colaboren con la gestión del proyecto?

MEB: Inicialmente, cuando ya teníamos el equipo de jóvenes en cada región y las películas, no contábamos con equipamiento para las proyecciones. Los mismos jóvenes voluntarios debían gestionar alian-

zas para que, instituciones u organizaciones del lugar les pudieran prestar el equipo de proyección. Esto les tomaba mucho tiempo y los frustraba, ya que querían tener el tiempo para ir a comunidades más alejadas. Así que vimos la urgencia de buscar benefactores que pudieran apoyarnos para comprar los equipos necesarios.

Gracias a los contactos que Stefan tenía en Europa se pudo encontrar apoyo de Tierra de Hombre, Cosude, Fundación María Marina y Fundación Servicio de Liechtenstein para el Desarrollo (LED). Nacionalmente en realidad no teníamos muchos aliados porque en Perú apenas hace 10 años que existe el Ministerio de Cultura. Antes para muchos el tema cultural era un bien intangible que no aportaba y no le ponían demasiado empuje, tampoco había presupuesto...eso era un problema. En el país el tema de la gestión cultural y de la diversidad cultural es prácticamente nuevo.

Entre 2002 y 2004 empezamos a hablar de gestión cultural y empezamos a trabajar con los jóvenes. Formar gestores culturales para el

desarrollo de empresas culturales también era un tema muy nuevo. En esa entonces no teníamos aliados estatales, pero sí teníamos gente de las organizaciones populares y de organizaciones como ONG's que nos apoyaban solicitando los servicios y apoyando a los jóvenes brindándoles proyectores o cuando no tenían un espacio para la proyección. Recién cuando se crea el Ministerio de Cultura empieza a trabajarse un poco el tema de hacer otros aliados. Ahora tenemos al Ministerio como un buen aliado, no solamente de Chaski, si no de los microcines. También en algunos periodos tenemos apoyo de la municipalidad de Lima.

Aunque hoy tenemos aliados de las organizaciones, sigue siendo poco el presupuesto destinado al arte para la transformación, para transformar conciencias, para movilizar...casi todos te piden todo gratis. Muchas veces nos cuesta trabajo que las organizaciones paguen por una proyección. Pero al final, incluso si el valor que pagan es pequeño, en todo caso sirve para poderse movilizar en la zona, llevar

los equipos, o tener un fondo por si se quema la lámpara, etc.

También debo decir que nos afecta mucho el tema de la corrupción, que imagino que a ustedes también en Colombia. Afecta el trabajo y el valor que los jóvenes que le dan al tema del trabajo honesto y comprometido. Hay gente del gobierno que gana mucho dinero e igual son corruptos, gente de las municipalidades que también gana mucho dinero, y que por debajo llevan plata a sus cuentas. Los chicos no tienen referentes buenos, es doloroso porque termina el país sin valores.

Tampoco hay la conciencia de apoyar al gestor cultural y al artista para que pueda vivir de lo que le gusta hacer. Hay que crear conciencia de que esto es también un trabajo, hacer entender que la cultura no es un hobby de gente rica. Es todo un tema que hay que trabajar poco a poco, así, las cosas irán cambiando y la gente va ir siendo consciente de que viendo una película con sus hijos tiene una semana con temas para conversar acerca de la familia, reflexionar y ver algo bonito en su barrio sin tener que pagar un valor alto.

OCE: ¿Cómo se ha transformado la configuración de los grupos en estos años?

MEB: Los grupos empezaron con 15 personas, pero cuando se fue pensando seriamente en el tema de sostenibilidad, vimos que cada grupo tenía que ir decantándose y dejamos un núcleo duro de cinco personas. Al inicio eran muy pocos los ingresos que permitieran hacer sostenible el trabajo. Cada vez que los chicos hacían algo, tenían que pagar su movimiento o tenían que quedarse en un hotel y era muy difícil. Pero poco a poco la gestión va siendo cada vez más sostenible. Los jóvenes van siendo conocidos en su zona y las organizaciones van pidiendo, por ejemplo, un video institucional. O, por ejemplo, hace poco el Ministerio de Cultura contrató un microcine para hacer un video sobre zonas arqueológicas. Así van aumentando los ingresos y van siendo reconocidos como chicos con esas habilidades, con el poder de producir desde, con y para la comunidad.

OCE: ¿cuentan con espacios fijos para la exhibición?

MEB: El proyecto se ha diseñado para que los jóvenes tuvieran un espacio, como la casa de la cultura de la población o alguna institución que les dé un espacio alquilado, o prestado, o por convenio, donde puedan exhibir las películas por lo menos una vez a la semana en un lugar fijo para poder crear público. Es importante que este público sepa que siempre, digamos, los jueves a las siete de la noche, va a encontrar una película. También dentro del diseño del proyecto tienen que hacer como mínimo cuatro proyecciones en la semana en espacio fijo, y dos proyecciones itinerantes.

OCE: ya para finalizar, ¿qué lecciones nos quieres compartir que te parezcan importantes en cuanto a aquellos elementos que les han permitido ser sostenibles durante todos estos años y alcanzar las metas que se han propuesto?

MEB: Una recomendación sería siempre pensar que así seas una asociación cultural sin fines de lucro tienes la posibilidad de generar in-

gresos para sostener el trabajo. Las personas que gestionan el trabajo de campo son personas como tú y como yo que tienen que vivir. Si yo como gestor cultural tengo que encontrar la tiza hoy, el plumón mañana, el papel pasado y hacer el pago de la movilidad sin generar ningún ingreso, va a llegar un momento en que me va a hacer falta ese dinero y el proyecto se cae. Siempre tengo que pensar en una forma de sostener el trabajo.

También puede que tu pienses que cooperación te va ayudar, pero paralelamente tienes que ir pensando en cómo tú, como organización, estás desarrollando habilidades, productos y servicios para que, si en algún momento se va la cooperación, o no tienes apoyo externo, puedas sostenerte porque has generado un producto o servicio que la gente te compra. Siempre hay que pensar en una cadena productiva, y preguntarte: ¿cuál es nuestra diferencia?, ¿cómo podemos mejorar nuestra gestión?, ¿cómo podemos aportar más a nuestra comunidad? y también, ¿cómo podemos generar ingresos para sostenernos? ■

| El desarrollo cultural y la cultura como motor de desarrollo en Colombia

POR: DIANA CIFUENTES GÓMEZ
COORDINADORA MISIONAL DEL OBSERVATORIO DE CULTURA
Y ECONOMÍA

Para establecer cómo avanzar

en el desarrollo cultural de los países y de qué forma la cultura se puede convertir en un medio para mejorar las condiciones de vida de las comunidades es importante entender cómo se relacionan la cultura y el desarrollo. La relación entre ambas no es ni unívoca, ni unidireccional. Se trata de una asociación intrincada que opera de maneras diferentes y tiene múltiples significados al interior de ecosistemas complejos compuestos por agentes, organizaciones civiles, instituciones públicas, prácticas culturales, conjuntos de bienes y servicios, y espacios físicos y virtuales en donde ocurren todas las actividades y conexiones que se dan al interior de los ecosistemas. Cada uno está conformado y opera de forma particular, de manera que las herramientas diseñadas desde la política pública para su dinamización habrán de ser diferenciadas. También serán particulares las metas a alcanzar para lograr el florecimiento de cada ecosistema.

De acuerdo con Amartya Sen, laureado con el Premio Nobel

de Economía en 1998, la cultura participa en el desarrollo en tres sentidos. En primer lugar, la cultura tiene un papel **constituyente** en el desarrollo. Esto quiere decir que el desarrollo cultural es una pieza fundamental del desarrollo en general. En este sentido, tiene gran relevancia propiciar el surgimiento de entornos creativos en donde, siguiendo los postulados de Gunnar Törnqvist (1983) expuestos en Fonseca (2009), se fomente la trasmisión de información entre las personas, se tenga acceso a repositorios de conocimiento y se generen competencias en sectores específicos con potencial de desarrollo a nivel local. Igual relevancia tiene el fomento de la práctica de actividades culturales a lo largo de toda la vida para que exista una comunidad amplia que crea, innova y ejerce su expresión a través de la cultura.

En segundo lugar, la cultura influye en la **asignación de valor**. Las cosas que valoramos y la forma como lo hacemos están influenciadas por nuestras creencias y costumbres. No se trata únicamente de

valores monetarios, sino de diversos tipos de valor que asignamos a lo que nos rodea, como por ejemplo el valor histórico, estético, simbólico o religioso. Por ejemplo, el jaguar, animal sagrado para tantas culturas indígenas de Centro y Suramérica, y, por ende, portador de un valor simbólico intrínseco por razones espirituales, no lo es tanto así para los cazadores, que lo aprecian por su piel, o para los ganaderos que ven en el animal a un depredador de sus cabezas de ganado. Ambos lo han puesto en peligro de extinción. De este modo, diferentes grupos humanos tendrán diferentes visiones de desarrollo asociadas a aquello que como sociedad valoren más, como, por ejemplo, el respeto por la naturaleza, el incremento de la producción, el balance vida-trabajo o la preservación de las manifestaciones tradicionales. Estos valores son altamente subjetivos, y pueden ir cambiando con el tiempo.

Finalmente, de acuerdo con Sen, la cultura tiene un papel **instrumental** en el desarrollo. Esto quiere decir que la cultura puede ser utilizada como motor del de-

sarrollo económico para generar mayores ingresos, generar empleo, contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las personas, o propiciar cambios de comportamiento que son vistos como deseables en una sociedad. Esta cualidad de la cultura resulta tan atractiva para los gobiernos, que gracias a ello han surgido en todo el mundo políticas públicas orientadas a fortalecimiento de las industrias culturales y creativas que tienen como meta impactar positivamente indicadores macroeconómicos como el PIB, el empleo y las exportaciones, o implementar programas que tienen como objeto el mejoramiento de la vida en comunidad o contribuir a alcanzar la paz a través de la cultura.

Establecidas estas formas de participación, las cuales están fuertemente relacionadas entre sí y operan de manera particular en los diferentes ecosistemas culturales, se abordan a continuación tres aspectos que dan cuenta de condiciones necesarias para el desarrollo cultural en Colombia y el grado de avance de estas condiciones en el país.

1. LA CULTURA, EL DESARROLLO SOSTENIBLE A NIVEL LOCAL Y LA INVERSIÓN PÚBLICA EN CULTURA

Los principios del desarrollo sostenible proponen lograr de manera equilibrada el desarrollo económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente. De acuerdo con estos principios los pueblos y comunidades deben definir su futuro de una manera integral: con mejores condiciones materiales en su vida cotidiana, pero también con mejores condiciones para una realización afectiva, intelectual y espiritual (Romero, 2005). En este sentido, la cultura tiene un rol de vital importancia como medio y fin del desarrollo: como medio, por ser fuente de desarrollo económico y social y, como fin, en tanto la garantía del pleno ejercicio de los derechos culturales es parte fundamental del desarrollo humano, que se centra en crear mejores oportunidades y posibilidades de elección para todas las personas (PNUD, 2014).

Cada vez es mayor el reconocimiento de que muchos programas gubernamentales y de organismos

internacionales orientados al desarrollo económico o a la mejora del bienestar de las comunidades tienden al fracaso por no incorporar las características de las culturas locales. Si se han de tener en cuenta estas características, nuestro punto de partida debe ser el cuestionarse por lo que en nuestros contextos locales deberían ser los modelos de desarrollo sostenible. Nociones que no necesariamente tienen que estar alineadas con patrones cuyo objetivo sea la producción orientada exclusivamente a la generación de mayores beneficios en dinero y la obtención de poder de mercado, o que posicionen como deseables ciertos estilos por encima de otros.

De acuerdo con Keith Nurse (2006), el desarrollo sostenible, tal como se practica en el mundo en desarrollo, está ampliamente influenciado por principios definidos desde los países desarrollados y a menudo se financia de acuerdo con la agenda de las agencias donantes multilaterales, bilaterales, no gubernamentales y filantrópicas de los países con mayores recursos económicos. De acuerdo con el

autor, esto se considera problemático porque crea nuevas dependencias para el mundo en desarrollo y plantea preocupaciones sobre la agenda de quién se está sirviendo. En esta práctica también se pueden ver vulnerados los derechos culturales, en la medida en que las prácticas culturales de los países en desarrollo no están alineadas con las tradiciones de los países que tradicionalmente han ostentado el poder político y económico en el ámbito global y que pueden establecer sus modos de vida como parámetros a seguir en los demás países del mundo.

Es en este punto en donde adquiere enorme relevancia del respeto por la diversidad cultural. Esto implica crear a nivel global la capacidad de establecer relaciones horizontales entre diversas culturas, y que los gobiernos a nivel local establezcan acuerdos institucionales que permitan preservar la diversidad de pensamiento, de las manifestaciones culturales, las prácticas religiosas, y garantizar los derechos de las comunidades portadoras del patrimonio cultu-

ral inmaterial del país. También es importante que los programas de inversión destinados a financiar actividades para el fortalecimiento de las diferentes manifestaciones culturales tengan peso presupuestal.

En Colombia la Constitución de 1991 genera un reconocimiento sin precedentes a la diversidad cultural de la nación al declararse un país pluralista (Art. 1), que reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la nación colombiana (Art. 7). Esto hizo posible una transformación en la gestión de las entidades públicas y el surgimiento de un aparato normativo que valorizó las identidades culturales, el patrimonio material e inmaterial y la diversidad de costumbres y modos de vida que existen en nuestro país. Bajo estas bases fueron creados el Ministerio de Cultura y otras instituciones públicas de apoyo a la cultura que reconocen esta diversidad cultural, lo cual sin duda ha propiciado que muchos actores y comunidades se hayan visto beneficiados a través de programas y estímulos orientados al fortalecimiento de sus manifestaciones culturales.

Así mismo, han surgido planes y programas que han utilizado a la cultura como medio para alcanzar la paz, ejemplo de este caso es el Plan Nacional de Música para la Convivencia, que se llevó a cabo entre 2003 y 2010 y se presentó “como una oportunidad abierta, flexible e incluyente de construcción de autonomía y convivencia desde los procesos de desarrollo

En Colombia la Constitución de 1991 genera un reconocimiento sin precedentes a la diversidad cultural de la nación al declararse un país pluralista

musical en los contextos locales [sobre la base del] respeto a la diversidad, la valoración de la creación cultural y la participación social en condiciones de equidad” (DNP, 2008). También se han formulado políticas públicas específicas para el fomento de las industrias culturales y creativas, como la Política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia (Conpes 3659 de 2010),

cuyo objetivo es “*aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales, aumentar su participación en la generación del ingreso y el empleo nacionales, y alcanzar elevados niveles de productividad*” (MinCultura, MinCIT, DNP, 2010), y la más reciente Política de Economía Cultural y Creativa, puesta en marcha a partir del año 2018.

Este avance en la formulación e implementación de políticas orientadas al fomento de la cultura y las industrias culturales y creativas ha sido positivo para el sector, no obstante, aún quedan por fortalecer varios aspectos, entre ellos, los montos de inversión pública destinados al desarrollo de la cultura a nivel nacional. Del total presupuestal dispuesto en el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2002 a través del Plan Plurianual de Inversiones (Plan Nacional de Inversiones Públicas), el monto destinado a la cultura (Pacto por la Protección y Promoción de Nuestra Cultura y Desarrollo de la Economía Naranja) es de 6,028 billones de pesos, sobre un total de 1.096,1 billones de pesos (Art. 4 Ley 1955 de 2019),



Los Derechos Humanos incluyen los Derechos Culturales y su garantía es necesaria para desarrollo cultural.

lo cual corresponde al 0,55% de la inversión.

Comparativamente, este presupuesto de inversión es moderado, lejos del 1,4% promedio de 2017 de los 28 países que componen la Unión Europea (Eurostat, 2019) o del 1,3% del presupuesto público de Corea del Sur destinado a la inversión en cultura en 2019, correspondientes a USD 5.200 millones (Yonhap, 2019). Por

ejemplo este último país, que se ha convertido en uno de los referentes internacionales más importantes en materia de políticas públicas para el fomento de las industrias culturales y creativas, deriva su éxito en el hecho de que, además de haber diseñado una políticas públicas de fomento adecuadas a las características culturales de su territorio, ha mantenido altos niveles de inversión pública en cultura de manera sostenida durante los últimos 25 años, entendiendo también que para desarrollar el sector es preciso tener visiones de mediano y largo plazo.

2. LA GARANTÍA DE LOS DERECHOS CULTURALES

Los Derechos Humanos incluyen los Derechos Culturales y su garantía es necesaria para desarrollo cultural. El artículo La Declaración Universal de Derechos Humanos que hace referencia a los derechos culturales es el **Artículo 27**, que habla sobre el derecho a la vida cultural de la comunidad, gozo de las artes y protección de los intereses morales y materiales de los creadores. Están asociados también a los derechos culturales por ser condiciones indispensables para su ejercicio, el **Artículo 18**, que habla del derecho a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión; el **Artículo 19** sobre la libertad de expresión, el **Artículo 22** que trata sobre la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales de las personas, indispensables a su dignidad y el libre desarrollo de su personalidad; y el **Artículo 24**, que incorpora el derecho al descanso y al disfrute del tiempo libre.

En Colombia, aún queda bastante por fortalecer en aspectos relacionados con la garantía de la

libertad de pensamiento y expresión y en materia de satisfacción de derechos culturales, sociales, económicos. También hace falta lograr garantizar estos derechos con igual efectividad en todas las regiones y territorios el país. En el informe de 2019 publicado por el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos se expresa preocupación sobre la situación de los derechos humanos en Colombia, entre los que se encuentran la persistencia de regiones con causas estructurales vinculadas a la falta de acceso a los derechos por parte de la población, dentro de ellos los derechos culturales, lo cual genera altos niveles de pobreza multidimensional y el surgimiento de actividades económicas ilegales (párrafo 18, pág. 4).

Esta Oficina propone reconocer y promover la participación de la sociedad civil con plenas garantías de asociación, reunión y expresión, así como la disminución de brechas entre las áreas rurales y urbanas en materia de acceso al goce efectivo de los derechos económicos, sociales y culturales. El alto comi-

sionado explica que, por ejemplo, el analfabetismo, es 3,3 veces mayor en los hogares de zonas rurales que en hogares urbanos. Igualmente, si se analizan los resultados por regiones de la Encuesta de Consumo Cultural Publicada por el DANE bianualmente, se evidenciará que estas diferencias se presentan también entre regiones en relación con el acceso a múltiples categorías del consumo cultural. Otro tema que se evidencia en el informe de Naciones Unidas es la necesidad de desarrollar estrategias efectivas de intervención, con las asignaciones presupuestarias correspondientes, para prevenir la extinción cultural de las comunidades indígenas (párrafo 63, pág. 9).

Con relación a la libertad de expresión, se reconocen varios indicadores internacionales que dan cuenta del nivel de libertad para pronunciar opiniones e ideas sin temor a represalias en los diferentes países del mundo. De acuerdo con el Banco Mundial, que presenta datos para año 2018 sobre el Índice transformación de Bertelsmann, Colombia tiene una calificación de 7/10 en

libertad de expresión, por debajo de Brasil (8/10) y Argentina (9/10), y por encima de México (5/10). En cuanto a la libertad de prensa, la calificación de Colombia no presenta mejoras por lo menos en los últimos 6 años y según Reporteros sin fronteras, Colombia ostenta el puesto 129 a nivel mundial en la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa en 2019. En general, se trata de temas en los cuales se deben procurar avances urgentes. Los derechos culturales son la base del desarrollo cultural, en tanto se fortalezcan será posible tener un sector cultural más dinámico, innovador e inclusivo. En la medida en que exista debilidad en estas condiciones será difícil tener un desarrollo cultural inclusivo más efectivo.

3. CONDICIONES ESTRUCTURALES PARA EL DESARROLLO CULTURAL SOSTENIBLE EN COLOMBIA

A parte de las mencionadas anteriormente, existen otras condiciones que son determinantes para propiciar desarrollo cultural de los territorios y que la cultura sea un medio para el desarrollo sostenible

de las comunidades. Se trata de condiciones que han sido reconocidas ampliamente por expertos y organismos internacionales basados en las experiencias de diferentes países en todo el mundo. Aquí tres aspectos que son de particular relevancia en el ámbito colombiano.

Quizás la más importante de las condiciones tiene que ver con la educación: contar con sistemas educativos en donde las personas puedan desarrollar plenamente sus capacidades creativas, el pensamiento crítico y adquirir capacidades que les permitan ampliar sus opciones de vida de acuerdo con lo que cada uno quiera ser y hacer, aunado a la presencia de la educación artística dentro del pensum educativo desde la primera infancia. Lo anterior permitirá no solo generar destrezas en las diferentes disciplinas artísticas, sino generar capacidad de apropiación y valoración de la cultura, que es la base para la construcción de futuras audiencias, sin las cuales no es posible contar con un ecosistema cultural enriquecido y dinámico, con públicos que gocen de la oferta cultural y se

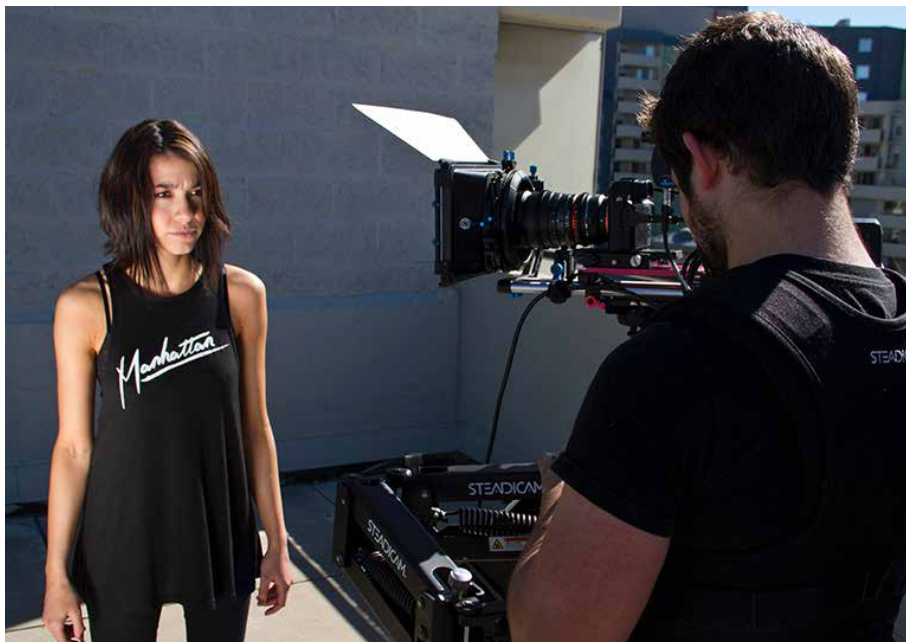
conviertan en participantes activos de la creación de manifestaciones artísticas en capacidad de alimentar el ciclo cultural.

En segundo lugar, se necesitan generar capacidades y condiciones propicias para fortalecer para la gestión organizacional y empresarial en el ámbito de las industrias culturales y creativas a través de la formación en emprendimiento, el acceso a financiación y el conocimiento y respeto por la Propiedad Intelectual (PI). El primero es importante para lograr una mayor sostenibilidad de las organizaciones mediante una mejor gestión financiera, mejor manejo de los equipos de trabajo y mayores capacidades para distribución y comercialización de sus productos. El segundo es vital para la creación de nuevas empresas y para el escalamiento de aquellas que tienen potencial de crecimiento. Hay que decir que en Colombia los empresarios del sector afirman que aún existen muchísimas barreras para acceder a financiación, bien sea porque las condiciones de acceso no son lo suficientemente flexibles o porque existe gran desconoci-

miento por parte de inversionistas e instituciones financieras sobre las características del sector.

En cuanto a la PI, de acuerdo con los datos del Centro de la Propiedad Intelectual Global Colombia ocupa el puesto 25 entre 45 países analizados en relación con los niveles de protección en términos de Propiedad Intelectual en seis categorías: patentes, derechos de autor, marcas, secretos comerciales y acceso a los mercados y la aplicación, y ratificación de los tratados internacionales, con un puntaje de 15,2. Los países con las mejores prácticas exhiben puntuaciones por encima de los 30 puntos, lo cual quiere decir que aún existe una brecha grande que cubrir en relación con este tema. En todo caso hay que reconocer que un aspecto positivo para el país en materia de PI es que Colombia ha adherido a la gran mayoría de tratados internacionales y que recientemente actualizó su legislación de derecho de autor para incorporar cambios necesarios de cara a las tecnologías digitales y las transformaciones en el comercio en el ámbito global.

El último factor a mencionar tiene que ver con temas de articulación institucional y eficiencia en la ejecución de la política pública. Existen el país desde hace años herramientas para el fomento del sector cultural y creativo que no se aprovechan: paquetes de estímulos tributarios, recursos públicos dispuestos para el desarrollo de proyectos en I+D+i, programas que permiten un mayor desarrollo del turismo cultural y otra serie de instrumentos que de ser utilizados de manera masiva, sin duda serían de gran provecho para el sector. No obstante, es difícil acceder a estos por desconocimiento, trabas administrativas, ignorancia del personal de las oficinas del estado, requisitos que no se corresponden con la realidad del medio cultural y creativo y que impiden acceder a estos instrumentos, sobre todo a quienes más los necesitan, o porque no existe una articulación fluida entre el nivel central y el territorial. Lograr una mayor eficiencia en la ejecución de la política pública es sin duda un gran reto para un país que recién comienza a preocuparse



por la gerencia estratégica del sector público, o siguiendo a Wauters (2017), por generar herramientas que permitan mejorar el desempeño de las operaciones actuales o redefinir ese desempeño para enfrentar nuevos desafíos. No obstante, es indispensable si se quiere avanzar en la consolidación del sector, y en general, en el desarrollo sostenible del país.

Como se ve, para Colombia son varios los retos que están por de-

Lograr una mayor eficiencia en la ejecución de la política pública es sin duda un gran reto para un país que recién comienza a preocuparse por la gerencia estratégica del sector público.

lante para lograr un mayor desarrollo cultural. Sin embargo, lograr avanzar en materia de derechos culturales, de promoción de la diversidad cultural, del fortalecimiento de las capacidades creativas y de la producción de bienes y servicios culturales locales con valor de

apropiación entre los colombianos, es vital para lograr un cambio que contribuya a generar mayor bienestar en toda la sociedad, a reducir las desigualdades que existen en el país y a fomentar el respeto por los demás. En palabras de Sen (1998), “si se priva a las personas de la oportunidad de entender y cultivar su creatividad, eso constituye en sí un obstáculo para el desarrollo”. ■



Diana Cifuentes Gómez

MBA del IE Business School, Economista y artista visual egresada de la Pontificia Universidad Javeriana con experiencia en consultoría, formulación de política pública, investigación y docencia en temas asociados a la economía de la cultura y la gestión empresarial para el sector cultural y creativo.

Ha trabajado con entidades nacionales e intergubernamentales que desarrollan políticas públicas para el fortalecimiento del sector cultural. Trabajó con la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia en la asesoría de temas económicos para la formulación de regulaciones en el ámbito cinematográfico. Ha sido consultora internacional para CERLALC-UNESCO y asesoró a la Gerencia de Artes Audiovisuales del IDARTES en la gestión del proyecto de la nueva Cinemateca de Bogotá y en temas económicos para la Comisión Fílmica de Bogotá. Actualmente es la coordinadora misional del Observatorio de Cultura.

Bibliografía

- Alto Comisionado de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (2019). Situación de los derechos humanos en Colombia. Naciones Unidas. Consultado el 26 de noviembre de 2019 en: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G19/025/43/PDF/G1902543.pdf?OpenElement>
- Eurostat (2019). Culture statistics - government expenditure on culture. Eurostat. Consultado el 26 de noviembre de 2019 en: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_government_expenditure_on_culture
- Nurse, K. (2006). Culture as the Fourth Pillar of Sustainable Development. Institute of International Relations University of the West Indies. Trinidad and Tobago. Consultado el 26 de noviembre de 2019 en: https://pdfs.semanticscholar.org/6fcf/5b882d7a57a79e6aecc651db99a3cc290cbe.pdf?_ga=2.216331551.889174373.1574907885-239368612.1574627940
- PNUD (2014). Human Development Reports. United Nations Development Programme. PNUD. Consultado el 24 de noviembre de 2019 en: <http://hdr.undp.org/en/node/2228>
- Fonseca, A (2009). Creative city perspectives. Garimpo de Soluções & Creative City Productions.
- Sen. A (1998). La cultura como base del desarrollo contemporáneo. Unesco.
- Yonhap News Agency (2019). 2019

budget for culture & sports ministry hits record high. Yonhap News Agency. Consultado el 26 de noviembre de 2019 en: <https://en.yna.co.kr/view/AEN20181210007200315>

Et ignotas animum dimittit in artes. – Ovidio.

| Sobre la creatividad y el fracaso

POR: BENJAMÍN DE LA PAVA
PROFESOR ASOCIADO UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

Si, como Colombia, un país le

apuesta a las industrias culturales y creativas, tiene que establecer, como mínimo, un diálogo sobre el fracaso. Esto, en la medida en que las industrias culturales son industrias del fracaso (Frith et.al., 2003). Es decir, por cada gran artista, por cada canción legendaria, por cada película taquillera, hay una estela larga y amplia de fracasos que por una y muchas razones no lograron el reconocimiento y éxito de lo poco que llega a formar parte del legado cultural de una generación o de un país. De ahí la importancia de definir, desde el gobierno, qué se va a entender como creatividad. Esto por varias razones, entre las cuales se encuentran la capacidad económica del estado para mantener el funcionamiento de muchos programas pedagógicos, becas, concursos e insumos para creativos y emprendedores si los resultados en el corto plazo no son los esperados. La volatilidad de las industrias culturales yace en su dependencia en aquello que despierta tanta fascinación en nosotros, la creatividad (y la innovación). Entre las diferen-

tes formas de entender la creatividad, quiero resaltar cuatro: la del genio creativo, la creatividad como imperativo económico, la creatividad como un bien común y la creatividad como juego (Banaji et. al., 2006).

La primera obedece a que la creatividad y la persona orientada hacia lo artístico-cultural posee una aptitud mental, la capacidad de pensar originalmente, que no se encuentra en otros. Esta es la idea del joven Mozart, o del enfant terrible Rimbaud, quienes a temprana edad mostraban capacidades “innatas” por la música y las letras, respectivamente. Por ende, la labor de los educadores y de las instituciones está en reconocer, apoyar e incentivar a estas personas a cultivar esta aptitud, teniendo en cuenta que son pocas las que la poseen. Esta posición es, y siempre lo ha sido, abiertamente antidemocrática, ya que el arte y la creatividad “verdadera” son de algunos pocos. A su vez, esto ha ayudado a construir una imagen de ciertos países como herederos y productores de cultura más deseable pues cuentan con una historia de

grandes y variados genios creativos —sobre la cultura material volveré más adelante. Si esto es falso o no, es para otro momento. La importancia de resaltar esta perspectiva sobre la creatividad es que todavía juega un papel importante en la construcción de ciudades, regiones y países como pioneros, guardianes y mecas de la cultura y como tal, poseen circuitos culturales activos y consolidados apoyados en una historia rica en genialidades creativas. Es por ello que todo país que busque potenciar la cultura debe mitificar a sus artistas más consagrados, no solo a los que son rentables económicamente.

Ahí entra la segunda noción de creatividad, la cual juega un papel fundamental en el progreso económico de una nación (Seltzer y Bentley, 1999). Esta perspectiva está anclada en el paso de fuerzas de trabajo basadas en la manufactura, a fuerzas de trabajo basadas en el conocimiento (y la solución de problemas). Para ello, es labor del sistema educativo promulgar por una educación que tenga como una de sus prioridades la enseñanza de la creatividad mientras que recono-

ce a las niñas y niños altamente dotados en este campo. Dichas experiencias sirven como casos de éxito a promover, estudiar y replicar.

Estas dos nociones de creatividad tienen diversas implicaciones para un país que pretende apostarle a las industrias creativas. A esto le voy a llamar el modelo de la creatividad como actividad extractiva. Este modelo tiene diferentes desafíos y oportunidades, de los que resaltaré algunos. En primer lugar, implica tomar riesgos a nivel del modelo educativo primario. Ya en varios países y por muchos años, académicos y naciones vienen diciendo que el modelo industrial de la educación, en el que se evalúan competencias más que el crecimiento, tiene un efecto adverso sobre la creatividad de las personas. Por ejemplo, dentro del pacto y compromiso de la cultura, el gobierno quiere aumentar la tasa de libros leídos al año. Esto es importante, pues la lectura ayuda al desarrollo del pensamiento crítico y al fomento de la práctica de la imaginación. Un hábito de lectura bien consolidado durante la infancia y la

juventud tiene más probabilidades de mantenerse entrada la adultez si la cualidad imaginativa, crítica y creativa de leer se mantiene. Es decir, un país que busca potenciar la creatividad de sus habitantes tiene que dejar de educar en pos de una lectura “correcta”, evaluable y medible. La imaginación se desgasta

(...) Todo país que busque potenciar la cultura debe mitificar a sus artistas más consagrados, no solo a los que son rentables económicamente

frente a la ortodoxia de la precisión absoluta. De seguir así, continuaremos en el mismo juego de siempre, el niño, el joven y el adulto aprenden a responder y decir únicamente lo que creen que el docente, padre o empleador le están pidiendo que diga. Por ende, cualquier apuesta por la creatividad requiere de un pacto de cooperación interinstitucional que no se vea enlodado en juegos de poder y egos políticos.

Otro de los desafíos más interesantes, está en la tensión inherente

entre liberar la creatividad de la población y dirigirla hacia el emprendimiento en sectores de la economía naranja. La economía naranja comprende varios niveles como el artístico, patrimonial y el de las industrias culturales. El de mayor interés, por su tangible aporte económico en el corto, mediano y largo plazo, es el de los llamados emprendimientos funcionales. Pero, si como muchos autores (Webster y Buglass, 2005; Willis, 2001; Beetlestone, 1998), el gobierno considera la creatividad como una herramienta democrática y democratizante para el desarrollo de un país, entonces, ¿cuál va a ser el papel de la gran mayoría de estos tres elementos? Y no me refiero a los subsidios, estrategias y programas de apoyo a artistas y a la cultura material local, regional y nacional, pues eso se encuentra en el pacto. Me refiero a las audiencias de las que viven el patrimonio, el artista, los intermediadores culturales y todas las otras personas que se mueven en estas industrias de la atención.

La creación de casas de la cultura, facilitación tributaria, mejoramiento de la infraestructura y

creación de bienes públicos, todos elementos del pacto, deben incluir un plan para la atracción y cultivación de sus audiencias, inicialmente de niños y jóvenes que puedan visitar, jugar, ser inspirados y tener un espacio para imaginar y crear a partir de estos espacios, objetos y experiencias. De jóvenes adultos, adultos y adultos mayores que, al salir de sus universidades y trabajos sepan que tienen una gran variedad de actividades culturales disponibles y las incluyan en sus agendas. Lo expuesto anteriormente sería, idealmente, un engranaje de una cadena de producción de audiencias activas y creativas que valoren, admiren y consuman distintos tipos de cultura producida en Colombia. Estos serán los creadores e innovadores del hoy y del mañana, pero solamente si se logra fomentar un ambiente donde el fracaso en una creación lleve a querer seguir intentando, o donde la gran mayoría de emprendimientos posean incentivos para seguir innovando. Datos de CB Insights (2018) mencionan que el 70% de las startups fracasan en los primeros 20 meses. El arte

y la cultura siempre han funcionado de tal manera que el éxito de unos pocos está ligado al fracaso de otros. En otras palabras, ¿cómo mantener motivada a una población en la promoción y producción de cultura de su país? A riesgo de sonar romántico, es fundamental entender a la creatividad y el fracaso como partes esenciales de un mismo proceso.

Aquí es donde las otras dos perspectivas sobre la creatividad permiten vislumbrar tal posibilidad. Tim Wu (2018), en su artículo “In Praise of Mediocrity”, expresa, como otros lo han hecho antes, una preocupación por el estado de nuestro tiempo libre (y creativo) que ha sido cooptado completamente por la idea de la excelencia. Vale recordar que es este tiempo el que más usamos para las actividades culturales. Es decir, que nos hemos vuelto incapaces de aceptar y lidiar con el hecho de ser malos o mediocres en nuestros hobbies, y tal cosa nos resulta frustrante. Se nos suele decir que siempre es posible mejorar, es lo “ideal”. En mis clases les pregunto a mis estudiantes si serían capaces



de tomar un hobby (tocar un instrumento musical, la fotografía, etc...) y continuarlo después de unos meses al darse cuenta de que no necesariamente continúen mejorando. Ninguno, hasta el momento, ha respondido que sí. Nada de esto es menor o baladí. Parte fundamental de la cultura es su apreciación, es decir, conocer o estar familiarizado con las reglas de juego del medio y el contexto en el que se produce la pieza. Esto a su vez promueve el interés en

Parte fundamental de la cultura es su apreciación, es decir, conocer o estar familiarizado con las reglas de juego del medio y el contexto en el que se produce la pieza.

el tiempo de las audiencias. Si niños, jóvenes y adultos se alejan de la cultura por la frustración que produce el enfrentarse a siglos de historia, cánones, ortodoxias e iconoclastias culturales -todos elementos que sirven como base motivacional para la creatividad-, más la presión de pro-

ducir algo (y algo bueno), ¿Cómo es posible fomentar institucionalmente la idea de la creatividad si culturalmente estamos horrorizados ante la idea del fracaso?

Las nociones de creatividad como un bien común y como juego, a lo que llamaré el modelo de la creatividad como proceso (im)productivo, permiten contestar parcialmente esta pregunta. Ambas nociones reconocen que la creatividad es aprendida, no natural, y que por ende, es una capacidad de cualquier ser humano. Un elemento fundamental de esto es que se entiende a la creatividad como un proceso inacabado. Una de las fases de este proceso es el juego, que es fundamental tanto en la infancia como en la adultez. Jugar acá implica inventar, doblar, tergiversar, anular, reescribir, ignorar e imaginar reglas de juego. Por ello, no es sorprendente que sea menos usual e incentivado en la adultez, pues es, en el mejor sentido de la palabra, irresponsable. Sobre qué es el juego no es tan importante como la construcción y consolidación de la confianza individual y las habili-

dades en las relaciones interpersonales en los niños (Balshaw, 2004; Jeffery, 2005). Tampoco lo es lo que se pueda producir. Anna Craft (2001) llama a esto la creatividad con 'c' pequeña. La creatividad que no necesariamente termina en algo productivo conlleva a niños y adultos más sanos y sociables. Además, estos sujetos estarán, por placer y no por obligación, inmersos en su propia cultura, se sentirán más cercanos y con posibilidades de apropiársela, de criticarla, mejorarla y desafiarla (creativamente). El sujeto que conoce sobre lo arduo de cualquier proceso creativo es más consciente y apreciativo de lo difícil que resulta tener éxito en estos campos. Asimismo, los sujetos, liberados de la presión de producir y ser excelentes en algo, pueden encontrar sentido y motivaciones en el placer de la práctica, no solo del resultado. Esto el fútbol lo ha logrado. Para muchos hombres y mujeres que lo practican, el sueño de ser profesional no les ha cruzado por la cabeza —o ya se les esfumó. Pero aun así lo juegan con amigos y familiares uno

o varios días a la semana. Quien gana o pierde el partido no es tan importante como el jugar y compartir después de este. Apostarle a la creatividad y la cultura como un bien común es buscar replicar esta actitud en otros campos culturales. Por otro lado, uno de los grandes desafíos de este pacto es exactamente clarificar y fomentar caminos de profesionalización para las artes y la cultura en individuos que en la infancia y juventud se destaquen.

Resumiendo, la creatividad puede ser concebida como una práctica posible para cualquier ser humano y en cuanto se desarrolle cada vez más en el grueso de la población, es plausible asumir que esto deriva en una mayor generación y apreciación de aquellos que logran sobresalir, lo cual me lleva al último punto que es tanto un desafío como una oportunidad del pacto. En este, se busca promover la cultura como herramienta de equidad social. Si esto es loable, es solo porque sabemos que la cultura funciona, en gran medida, como forma de jerarquización y exclusión de sujetos.

En esa medida, lo que he dicho del segundo modelo de creatividad está basado en la ampliación del acceso y la mayor aceptación de lo improductivo de la actividad cultural. El problema es que estos dos elementos están altamente asociados con el nivel socioeconómico de la población. Como lo sugiere Buckingham (2003), existe una diferencia crucial entre la participación cultural y la participación cultural efectiva. La participación efectiva necesita de un nivel sostenido de acceso al conocimiento, las prácticas y los materiales que no se encuentran sino en los reducidos sectores poblacionales con mayores posibilidades de gasto tanto económico como de tiempo. Para el grueso de la población, la necesidad de vivir hacia lo utilitario y lo productivo inmediato obliga en gran medida a abandonar la práctica de lo cultural y la innovación. Un ejemplo claro de esto lo ilustra López Menacho (2019) en relación con las startups. El autor argumenta que éstas, si bien prometen la idea de una democratización del emprendimiento con la llegada de las nuevas tecnologías, resultan en el ya conocido juego donde aquellos con

acceso a mejor educación y recursos para dedicarse a la innovación (que, por grandes cantidades de tiempo, es improductiva) resultan siendo los pocos exitosos, mientras que la gran mayoría debe desistir después de uno o un par de intentos. Asimismo, al no existir caminos claros hacia la profesionalización, la motivación de continuar se desdibuja aún más – y cuando existen, implican estudios y estadías en el extranjero que demandan demasiado dinero para muchas familias. Si la cultura ha de servir como herramienta para la equidad social, el pacto del gobierno debe entender que los resultados a todo nivel no se deben enfocar en el corto plazo, sino en el mediano y largo plazo con inversiones, programas, estímulos e instituciones que privilegien la democratización del acceso y la práctica cultural (im)productiva en los sectores de la población que menor acceso tienen a ella.



Benjamín de la Pava

Antropólogo de la Universidad Nacional de Colombia y doctor en medios y comunicación de LSE (London School of Economics) con énfasis en sociología cultural. Entre sus temas de interés están la sociología de la intimidad, la relación público privado en lo digital-análogo, la política de las emociones, políticas de la representación, mediatización y la construcción de paz. El análisis y el estudio de diferentes fenómenos culturales ha sido el común denominador de su trayectoria investigativa. También ha participado en proyectos investigativos de alcance internacional, EU Kids Online y Catch-eYou. El primero sobre usos, prácticas y riesgos de los niños en la internet en 22 países de Europa y el segundo sobre jóvenes, nuevas tecnologías y participación ciudadana en ocho países de Europa.

Referencias

- Balshaw, M. (2004). Risking Creativity: building the creative context. *Support for Learning* 19 (2), pp. 71-76.
- Banaji, Shakuntala, Burn, A. y Buckingham D. (2006). The rhetorics of creativity, a review of the literature. Centre for the Study of Children, Youth and Media, Institute of Education, University of London.
- Beetlestone, F. (1998). *Creative Children: Imaginative Teaching*. Buckingham: Open University Press.
- Buckingham, D. (2003). Living in a young country?: youthful creativity and cultural Policy in the United Kingdom. *Youth Cultures: Texts, Images and Identities*. Mallan, K. y Pearce, S. (eds.). Westport Connecticut, Londres. Praeger, pp. 92-107.
- CBInsights. (2018). 298 Startup Failure Post-Mortems. EEUU. Sacado de <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-post-mortem/>
- Craft, A. (2001). An Analysis of Research and Literature on Creativity in Education. *Qualifications and Curriculum Authority (QCA)*, PP. 1-37.
- Frith, Simon, Straw, W. y Street, J. (Eds.). (2006). *La otra historia del rock: aspectos clave del desarrollo de la música popular : desde las nuevas tecnologías hasta la política y la globalización*. Barcelona: Ediciones Robinbook.
- Jeffery, G. (ed.). (2005). *The Creative College: Building a Successful Learning Culture in the arts*. Stoke on Tent, UK y Sterling, EEUU. Trentham books.

López Menacho, J. (2019). La farsa de las startups (1st ed.). Madrid: Catarata.

Seltzer, K. y Bentley, T. (1999). The Creative Age: Knowledge and Skills for the New Economy, DEMOS.

Webster, M y Buglass, G. (eds.). (2005). Finding Voices, Making Choices: creativity for social change. Nottingham: Educational Heretic Press.

Willis, P. (2001). Common Culture. Milton Keynes: Open University Press.

Wu, T (2018). In Praise of Mediocrity. New York Times. Sacaado de <https://www.nytimes.com/2018/09/29/opinion/sunday/in-praise-of-mediocrity.html>

Mi razonada incertidumbre en la utopía del mundo feliz

POR: OCTAVIO ISLAS

1. EN EL TRÁNSITO A LA IV REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

En nuestros agitados días nos apartamos de la Economía del Conocimiento y transitamos aceleradamente a una nueva era: la IV Revolución Industrial (4RI). De acuerdo con Alvin y Heidi Toffler, la Economía del Conocimiento dio inicio el 4 de octubre de 1957. Ese día, la extinta Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas (URSS) lanzó al espacio el primer satélite artificial, el Sputnik 1. Ello detonó la carrera espacial entre las dos grandes superpotencias, Estados Unidos y la URSS. A comienzos de los años sesenta, el presidente John F. Kennedy declaró que antes de terminar esa década Estados Unidos habría llevado al primer hombre a la Luna y, por supuesto, lo conseguiría antes que la URSS.

Efectivamente, el 16 de julio de 1969, Neil Armstrong, comandante del Apolo 11 pisó la superficie lunar y pronunció un emotivo mensaje: “Este es un pequeño paso para el hombre, un gran salto para la humanidad”. La carrera espacial y, en general, la Economía del Co-

nocimiento, fueron posibles gracias a la formidable aceleración histórica que posibilitaron la ciencia y la tecnología, la cual, además hicieron posible, con internet, el desarrollo de la Tercera Revolución Industrial. Sin embargo, en nuestros días transitamos a una nueva era, la Cuarta Revolución Industrial, la cual supone una economía de elevadísima productividad y reducida necesidad de intervención humana.

2. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE NACIONES UNIDAS Y EL PAPEL DE LAS TECNOLOGÍAS DE FRONTERA

En septiembre de 2015, Naciones Unidas definió la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, la cual comprende 17 objetivos globales en un ambicioso plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, el cual, además responde a la intención de fortalecer la paz y el acceso a la justicia. De alcanzar los dos primeros objetivos, definitivamente podríamos acceder a un mundo cualitativamente distinto: 1.- Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo;

2.- Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover una agricultura sostenible. Hace no muchos años, esos objetivos podrían ser considerados imposibles. Sin embargo, gracias al formidable desarrollo científico y tecnológico, el margen de lo imposible significativamente ha disminuido. En Google, designan con el término moonshot aquellas innovaciones tecnológicas que podrían tener el potencial de cambiar al mundo, las cuales antaño eran consideradas como sueños imposibles pero que hoy resultan viables.

Para alcanzar los 17 objetivos, Naciones Unidas apuesta a la generosa aplicación de las tecnologías de frontera, las cuales abren grandes esperanzas a la humanidad, pues se espera que sean capaces de erradicar el hambre y las epidemias, aumentar la esperanza de vida, reducir las emisiones de carbono, automatizar tareas manuales y repetitivas, crear empleos decentes, mejorar la calidad de vida y facilitar procesos de toma de decisiones cada vez más complejos.

Algunas de las principales tecnologías de frontera fueron anticipadas por la ciencia ficción y, comprenden una variedad de nuevos materiales, productos, aplicaciones, procesos y modelos de negocios; además son interdependientes y capaces de reforzarse entre sí. Los avances en una tecnología inciden en el progreso de otras. La invención de nuevos materiales está transformando la producción y el almacenamiento de energía, la fabricación aditiva y la impresión 3D. La inteligencia artificial (IA) favorece la automatización, los motores de búsqueda en línea y las plataformas de redes sociales; los rápidos aumentos en el poder de la computación -principalmente la computación cuántica- permitirán grandes avances en materia de biogenética, nanotecnologías, cadenas de bloques y criptomonedas, la robótica modificará todo el desarrollo industrial.

Las tecnologías de frontera transformarán a la sociedad, las empresas, las industrias y, por supuesto, al gobierno. A través de Big Data es posible diseñar programas de desarrollo que permiten

emplear la información generada en tiempo real. El análisis predictivo -una de las bondades de Big Data- hace posible detectar riesgos emergentes y adoptar medidas correctivas en el momento oportuno. Sin embargo, hoy pocos gobiernos y organizaciones disponen de las herramientas idóneas de inteligencia artificial y la experiencia necesaria para convertir la información en efectiva pauta de progreso.

Las redes de telefonía móvil revelan el grado de desplazamiento después de un desastre y predicen la propagación de enfermedades infecciosas, mientras que las compras móviles de tiempo aire ayudan a rastrear el consumo de alimentos. Materiales para techos visibles desde el espacio sirven como un indicador de la pobreza, los cambios en el uso de la tarjeta de débito indican el impacto de una crisis, y los registros postales se han utilizado para estimar los flujos comerciales. Nuevas familias de algoritmos de IA son ahora haciendo posible obtener dichos conocimientos de manera automática y a escala. (Unión Internacional de Telecomunicaciones-UNESCO. 2018, p. 58).

Las tecnologías de frontera transformarán a la sociedad, las empresas, las industrias y, por supuesto, al gobierno.

3. LOS RIESGOS

En las dos primeras leyes de su Tétrada, Marshall y Eric McLuhan (1980) establecen que todas las tecnologías extienden, pero también amputan. En 1996, Neil Postman, uno de los más destacados pensadores en la Ecología de los Medios, aterrizó las dos primeras leyes de la Tétrada de los McLuhan, al afirmar que todas las tecnologías suponen ventajas, pero también hay desventajas (1996). Al describir el impacto que tendrá la Cuarta Revolución Industrial, los expertos del Foro Económico Mundial (WEF), precisamente repararon en ello:

La Cuarta Revolución Industrial (4RI) está trastornando las economías y las sociedades al redefinir la forma en que trabajamos, vivimos e interactuamos entre nosotros. El 4IR ofrece el potencial

para saltar etapas de desarrollo, pero también hace que el camino hacia el desarrollo sea menos seguro, especialmente para las economías emergentes que apuestan por la industrialización y el dividendo demográfico. (WEF, 2018, p.1).

Los datos son el nuevo petróleo y la inteligencia artificial (IA) admite ser considerada como el soporte fundamental de la IV Revolución Industrial. Los líderes mundiales en tecnología (Google, Apple, Facebook, Amazon, IBM, Microsoft) dedican gran cantidad de recursos a investigación en IA. En un futuro inmediato, robots, máquinas inteligentes podrán realizar muchas de las actividades que hoy creemos exclusivas de las personas. Millones de personas perderán sus empleos a consecuencia de la automatización, los robots y la IA. El desempleo tecnológico tendrá enormes repercusiones. Habrá ganadores y perdedores. Por ejemplo, en el imaginario del aprendizaje profundo, redes neuronales capaces de resolver problemas. A través del aprendizaje profundo y gracias a la complejidad de sus avanzados

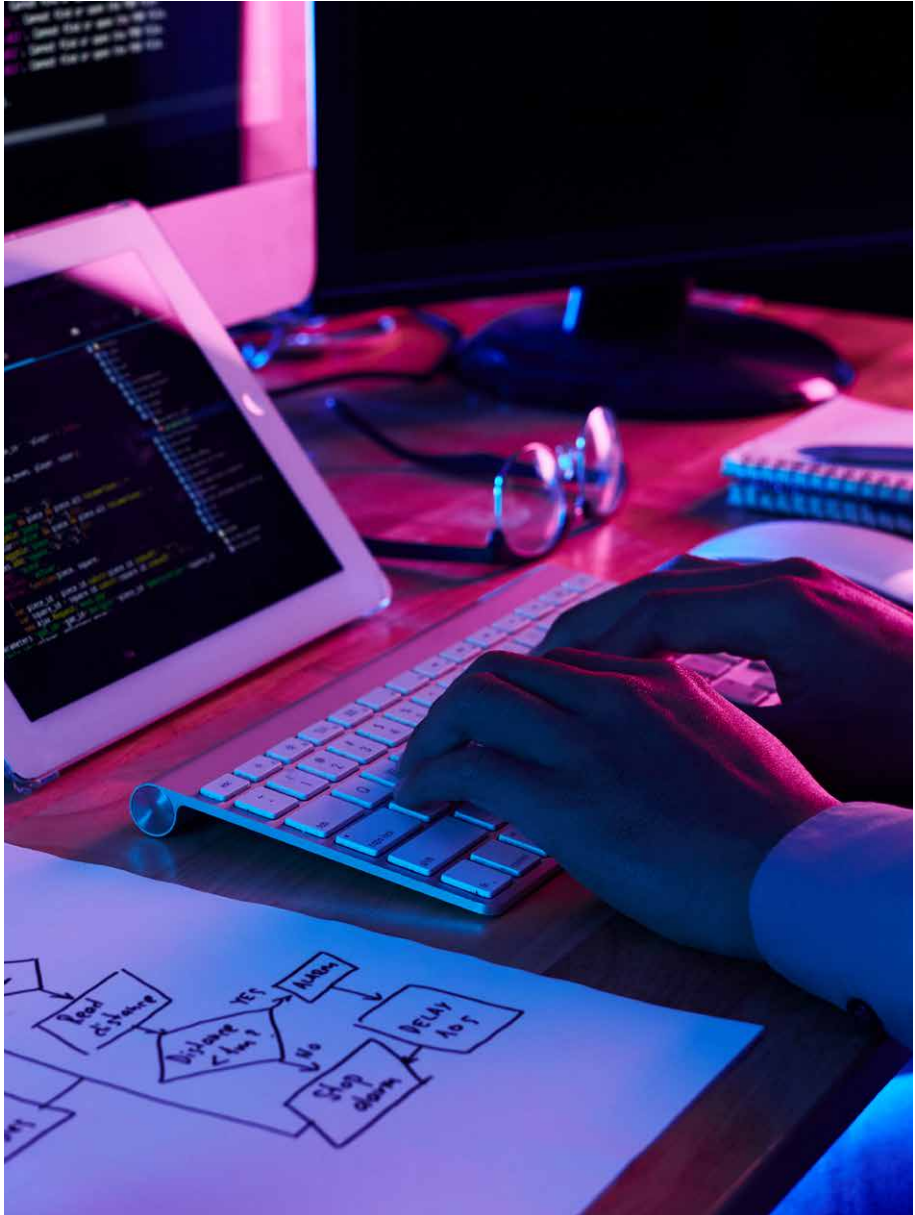
algoritmos, Facebook puede realizar 4, 500 millones de traducciones cada día. ¿Cuántos traductores tendría que emplear Facebook para realizar esa tarea?

4. ESPERANZA

La existencia de vida inteligente no biológica tendrá grandes implicaciones que trascienden los imaginarios económico, político y social. Las futuras generaciones de máquinas y algoritmos

Van a exigir que las personas den lo mejor de sí mismas si quieren mantener un indispensable nivel de competencia o, al menos, alargar el tiempo en el que podrán tener opciones de competir con los nuevos agentes. (Serrano, 2018, p.77).

Sin embargo, gracias al aprendizaje profundo, la IA finalmente podrá superar a la inteligencia humana (singularidad tecnológica). Algunos científicos afirman que la especie humana estaría en peligro. Elon Musk es uno de los promotores del transhumanismo. Para competir contra autómatas más inteligentes que el ser humano, el hombre debe elevar su intelligen-



cia, procesar similares cantidades de información y a la misma velocidad. Para ello es indispensable incorporar avanzadas tecnologías en nuestra constitución biológica.

5. ESCEPTICISMO

Las tecnologías de frontera y el desarrollo de la inteligencia artificial, efectivamente podrían facilitar el cumplimiento de los 17 objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aunque no necesariamente en el año 2030. Sin embargo, ello implicaría cambios profundos en la distribución de la riqueza en el mundo, afectando los intereses de personas, corporaciones y naciones. Hoy, menos de 10 familias en el mundo poseen una riqueza equivalente a más del 50% de la población mundial más pobre. Nada permite asegurar que en la Cuarta Revolución Industrial, gracias a la inteligencia artificial y a las tecnologías de frontera, finalmente logremos acceder al mundo feliz. ■



Octavio Islas

en la Universidad Central del Ecuador. Fundador y director general de la revista científica en internet Razón y Palabra. Autor y coordinador de 17 libros, 58 capítulos en libros, 85 textos publicados en revistas científicas arbitradas, y más de 750 columnas en los principales diarios en México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores en México, nivel II. Su cuenta de e-mail es joseoctavio.islas@gmail.com

Referencias

- Ferry, L. (2017). La revolución transhumanista. España: Alianza Editorial.
- Friedman, T. (2016). Gracias por llegar tarde. Colombia: Deusto.
- ITU. (2017). Measuring the Information Society Report. Volumen 1. Recuperado el 12 de octubre de 2018 de https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2017/MISR2017_Volume1.pdf
- ITU. (2018). The economic contribution of broadband, digitization and ICT regulation. Recuperado de https://www.itu.int/en/ITU-D/Regulatory-Market/Documents/FINAL_1d_18-00513_Broadband-and-Digital-Transformation-E.pdf
- ITU-UNESCO. (2018). Broadband catalyzing sustainable development. Recuperado el 12 de octubre de 2018 de: https://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/pol/S-POL-BROADBAND.18-2017-PDF-E.pdf
- Manes, F., y Niro, M. (2018). El cerebro del futuro. Colombia: Planeta
- Noah Harari, Y. (2018). De animales a dioses. Colombia: Debate.
- Noah Harari, Y. (2019). 21 lecciones para el siglo XXI. Colombia: Debate.
- Rouhianen, L. (2018). Inteligencia artificial. España: Alianza Editorial.
- Serrano, J. (2018) Un mundo robot. España: Editorial Galdamazarán

Toffler, A., y Toffler, H. (2006). La revolución de la riqueza. España: Debate.

U.N. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado el 17 de octubre de 2019 de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/globalpartnerships/>

U.N. World Economic and Social Survey 2018. Frontier technologies for sustainable development. Recuperado el 19 de octubre de 2019 de https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/publication/WESS2018_full_web.pdf

World Economic Forum. (2018). The Global Information Technology Report 2018. Recuperado de <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05Full-Report/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>

| Bibliografía recomendada sobre cultura y desarrollo

En los años setenta, los organismos de cooperación internacional comenzaron a hacer un llamado para integrar las políticas culturales en las estrategias de desarrollo. En 1970, en la *Conferencia Intergubernamental sobre los Aspectos Institucionales, Administrativos y Financieros de las Políticas Culturales*, organizada por la UNESCO, se plantean por primera los conceptos de “desarrollo cultural” y “dimensión cultural del desarrollo” y se debate acerca la cultura, las políticas nacionales y las implicaciones del modelo de desarrollo (OEI,2008).

A lo largo de todos estos años se ha producido una extensa literatura que aborda las relaciones entre cultura y desarrollo. Les presentamos 6 títulos de autores iberoamericanos e informes internacionales disponibles online que analizan el rol de la cultura como parte fundamental en el desarrollo de los países iberoamericanos y el contexto global. Estos documentos presentan diferentes enfoques que indagan sobre la incidencia de esta relación en el desarrollo de capaci-

dades, la garantía de los derechos culturales, la superación de la pobreza, el crecimiento económico y la preservación de la diversidad cultural, entre otros temas, cuyo análisis permite entender las implicaciones de esta relación en el bienestar de los habitantes de la región.



1
CULTURA Y DESARROLLO. UN COMPROMISO PARA LA LIBERTAD Y EL BIENESTAR
ALFONS MARTINELL (COORDINADOR)
FUNDACIÓN CAROLINA, SIGLO XXI EDITORES
2010

Esta publicación reúne artículos de pensadores iberoamericanos, entre los que se encuentran Jesús Martín Barbero, Germán Rey y Mariapia Pilloli que analizan entre otros te-

mas, las aportaciones de la cultura al desarrollo y la lucha contra la pobreza, los efectos en la en la cultura y la sociedad de los procesos de globalización y el valor de la diversidad cultural.

[Ir a la publicación](#)



2

CULTURA Y DESARROLLO ECONÓMICO EN IBEROAMÉRICA

ERNESTO ESPÍNDOLA

(COORDINADOR)

CEPAL, OEI

2014

Esta investigación indaga sobre el aporte de la cultura en el desarrollo económico los países Iberoamericanos y la inversión pública en el desarrollo de la cultura. Recolecta y genera estadísticas culturales e informaciones afines, en colabo-

ración con equipos nacionales de Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, México, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal y República Dominicana.

[Ir a la publicación](#)



3

CULTURA Y DESARROLLO. REVISIÓN DE HALLAZGOS CLAVES Y LOGROS DE LOS PROGRAMAS CONJUNTOS DEL FONDO PARA LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO, ODM FONDO PARA LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO

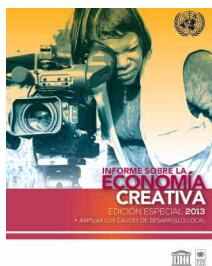
2013

Informe que presenta los resultados y experiencias de los programas en cultura y desarrollo del Fondo para los ODM y su impacto en las vidas de comunidades en las

cinco regiones del mundo. El estudio identifica seis áreas de impacto directamente e indirectamente relacionadas con los ODM. Incluye la revisión de los proyectos realizados en Latinoamérica: Costa Rica, Ecuador, Honduras, Nicaragua y Uruguay.

[Ir al resumen ejecutivo \(español\)](#)

[Ir a la publicación completa \(inglés\)](#)



4

INFORME SOBRE LA ECONOMÍA CREATIVA, EDICIÓN ESPECIAL 2013. AMPLIAR LOS CAUSAS DE DESARROLLO LOCAL

NACIONES UNIDAS/PNUD/UNESCO 2014

En esta edición especial de 2013 del Informe sobre la economía creativa se exploran diversos caminos para el desarrollo a través de las indus-

trias culturales y creativas, además de analizar los modos en que pueden ser reforzadas y ampliadas para alcanzar que este desarrollo económico y social sea inclusivo. Reconoce, además, que muchos de estos caminos deben encontrarse en el plano subnacional, en ciudades y regiones.

[Ir a la publicación](#)



5

CULTURA Y DESARROLLO. EVOLUCIÓN Y PERSPECTIVAS

**MAIDER MARAÑA
UNESCO EXTEA**

2010

Este documento analiza la evolución histórica de la inserción de la cultura en el desarrollo y en el ámbito de las instancias de coope-

ración internacional a través instrumentos internacionales tales como declaraciones, conferencias mundiales e informes. También presenta algunos de los debates e instrumentos de más peso en la concepción teórica del papel de la cultura en el desarrollo de comunidades y personas y los derechos culturales.

[Ir a la publicación](#)

tura desde una concepción de las circunscribe a una dimensión dependiente de la actividad económica, en contraposición a los enfoques que presentan al desarrollo dentro del contexto cultural, sentido en el cual todas las formas de desarrollo están determinadas por factores culturales.

[Ir a la publicación](#)



6

¿CULTURA Y DESARROLLO? ¿DESARROLLO Y CULTURA? PROPUESTAS PARA UN DEBATE ABIERTO

RAÚL R. ROMERO CEVALLOS

UNESCO Y PNUD PERÚ

2005

El autor de este libro problematiza las relaciones entre cultura y desarrollo. Discute las visiones de desarrollo que presentan a la cul-





Faro No. 9.

Panorámica del sector cultural y las industrias culturales

CULTURA Y
DESARROLLO
SOSTENIBLE