

## **LA ECONOMÍA CREATIVA Y LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS: ¿UNA ALTERNATIVA POSTCAPITALISTA?**

Christianne L. Gomes

Universidade Federal de Minas Gerais / CAPES / CNPq  
chris@ufmg.br

La economía creativa y las industrias culturales y creativas son conceptos relativamente nuevos, elaborados en algunos países industrializados en el transcurso de la década de 1990, cuando fue intensificado el proceso de globalización en diferentes partes del mundo. Ellos son generadores de prácticas que, continuamente, son difundidas en diferentes países como alternativas para superar las dificultades económicas y sociales propias del capitalismo.<sup>1</sup>

Los conceptos fueron creados en Australia, pero, de acuerdo con Mark Blyte,<sup>2</sup> fue en el Reino Unido que ganaron mayor impulso. Su utilización está vinculada a los círculos de creación, producción y distribución de bienes y servicios en sectores donde la creatividad es una dimensión esencial: la música, las artes escénicas, la artesanía, el diseño, la moda, el cine, el video, el radio, la televisión, la arquitectura, los softwares de entretenimiento, la publicidad, el mercado editorial, el sector de arte y antigüedades.<sup>3</sup> Otras clasificaciones incluyen la gastronomía y el deporte espectáculo, además de los museos y de las galerías de arte. Estos sectores componen la “economía creativa” y están vinculados al ocio.

La forma tradicional de conceptualizar al ocio principalmente en función del trabajo, como si fuera lo opuesto de éste, necesita ser revisada porque ésta no es la única posibilidad de entenderlo y vivenciarlo. Desde esta visión, la existencia del ocio quedaría justificada solamente a partir de las necesidades e intereses del trabajo. Por esta razón, el ocio necesita ser conceptualizado y resignificado a partir de otras miradas, y la perspectiva de la cultura es un importante sendero desde donde empezar este camino de cambio.<sup>4</sup>

Por lo tanto, el ocio es aquí comprendido como una necesidad humana y como una práctica social compleja e históricamente situada que se manifiesta en diferentes contextos según los sentidos y significados (re)producidos culturalmente por las personas en sus relaciones con el mundo. Siguiendo esta línea de interpretación, el ocio es conceptualizado como una dimensión de la cultura caracterizada por la vivencia lúdica de manifestaciones culturales en cada territorio. Entendido

---

<sup>1</sup> Gomes, 2015, 2016.

<sup>2</sup> Blyte, 2001.

<sup>3</sup> DCMS, 1998.

<sup>4</sup> Gomes, 2011.

de esta forma, el ocio se basa en la articulación de tres elementos fundamentales: la “ludicidad”, las manifestaciones culturales y el tiempo/espacio social. Juntos, estos elementos configuran las condiciones materiales y simbólicas, subjetivas y objetivas que pueden (o no) hacer del ocio un potente aliado en el proceso de transformación de nuestras sociedades, volviéndolas más humanas e inclusivas.<sup>5</sup>

En general, la categoría tiempo es destacada cuando se conceptualiza el ocio, lo que explica su habitual asociación con el llamado tiempo libre. Sin embargo, Henri Lefebvre<sup>6</sup> aclara que la dimensión temporal es inseparable de la dimensión espacial, y viceversa, constituyendo ambas un tiempo/espacio social que precisa ser contextualizado. Por lo tanto, resulta imprescindible problematizar las representaciones abstractas de las categorías tiempo y espacio. Milton Santos<sup>7</sup> destaca que no es posible definir los acontecimientos históricos y espaciales “fuera de sus propias determinaciones o sin tomar en consideración la totalidad de la cual ellos emanan y que ellos producen. El espacio social no puede ser explicado sin el tiempo social.”

Cada pueblo y cada sociedad otorga significados a sus prácticas de ocio, que son vividas en cada territorio como disfrute de la cultura y de la vida social en sus propias temporalidades. El tiempo/espacio de ocio es un producto de las relaciones sociales y de la naturaleza y se constituye a través de aspectos objetivos, subjetivos, simbólicos, concretos y materiales, evidenciando conflictos, contradicciones y relaciones de poder en cada sociedad, como subraya Lefebvre.<sup>8</sup>

Desde finales del siglo XX, diversas actividades de ocio como las citadas anteriormente (la música, el cine, el video, la radio, la televisión, los softwares interactivos de entretenimiento, la gastronomía, el deporte espectáculo, etc.), fueron redimensionadas y consideradas por las industrias culturales y creativas. Ellas son consideradas un *fenómeno económico*, ligado a las políticas públicas de crecimiento económico y desarrollo social; y también un *fenómeno cultural* que incorpora los nuevos valores generados por la sociedad del conocimiento/información de base intelectual del capitalismo. De este modo, lo individual y sus recursos intelectuales son valorizados, así como también la capacidad de formación de redes sociales y el continuo intercambio de conocimientos, como señalado por Manuel Castells.<sup>9</sup>

Por consiguiente, cabe preguntarnos: ¿Cuáles son los valores sociales y culturales difundidos por la economía creativa y por las industrias culturales y creativas? ¿Las nuevas prácticas por ellas generadas pueden ser comprendidas como una alternativa postcapitalista? Considerando estas indagaciones, el objetivo de este texto es hacer un análisis sobre la economía creativa y las industrias culturales y creativas, buscando comprender si ellas tienen potencial para contribuir a la edificación de una sociedad postcapitalista.

El texto fue estructurado en tres partes, seguidas de algunas consideraciones finales. La primera contextualiza la temática investigada y discute algunas de las principales

---

<sup>5</sup> Gomes, 2014.

<sup>6</sup> Lefebvre, 2008.

<sup>7</sup> Santos, 1980, p. 206.

<sup>8</sup> Lefebvre, 2008.

<sup>9</sup> Castells, 1999.

características de la economía creativa y de las industrias culturales y creativas. Enseguida, la discusión avanza hacia la comprensión de la temática en el marco del capitalismo. Al reflexionar sobre la realidad de algunos países de la región latinoamericana, la tercera parte del texto problematiza la temática considerando los desafíos pendientes en este contexto e indaga si la economía creativa y las industrias culturales y creativas pueden contribuir a la edificación de una sociedad postcapitalista.

## **Industrias culturales y creativas: contextualización**

Antes de entrar en el tema específico de las industrias culturales y creativas en el marco de la economía creativa, es necesario volver en el tiempo para contextualizar la discusión que aquí será desarrollada.

Como se sabe, el término industria cultural fue creado en la Escuela de Frankfurt por Max Horkheimer y Theodor Adorno en 1947 para designar el proceso de producción/consumo masivo de mercancías en las sociedades capitalistas. En este contexto, la palabra industria no debe ser tomada en su sentido literal porque no está referida específicamente al proceso de producción. Al relacionarse con el comercio, la “industria cultural” tiene que ver con la “estandarización” de la propia cosa y la racionalización de las técnicas de distribución. Ella es industrial en el sentido de la asimilación de las formas industriales de organización del trabajo en las oficinas; o sea, está relacionada sobre todo con una producción racionalizada desde el punto de vista tecnológico.<sup>10</sup>

El entretenimiento y los elementos de la industria cultural ya existían antes de la invención de este concepto, pero ganaron nuevas configuraciones al ser trasladados a la esfera del consumo masivo. De acuerdo con los autores, los diferentes ramos de la industria cultural (como el cine, el radio y las revistas) son similares en su estructura o buscan ajustarse entre ellos, instituyendo un sistema articulado y comprometido con el consumo masivo de bienes y servicios. Basado en fundamentos marxistas, Adorno advierte que el consumidor no es el sujeto de la industria cultural capitalista, sino su objeto. Por otro lado, la industria cultural no puede existir sin adaptarse a las masas.<sup>11</sup>

Con la influencia de la sociología francesa, en la década de 1960 surge el término “industrias culturales”, en plural, en el sentido de comprender con más profundidad las complejas vinculaciones entre cultura, tecnologías y capital. Según Pedro Bendassolli y colaboradores<sup>12</sup>, el sociólogo Pierre Bourdieu constató que la aceptación del capital en el campo artístico no se hizo sin resistencias. Sin embargo, a pesar del triunfo del proceso de mercantilización de la cultura y del arte, muchas reflexiones emprendidas en este ámbito trataron de comprender críticamente las ambigüedades, las complejidades y las debilidades de las industrias culturales.

La transición del término “industrias culturales” hacia “industrias creativas” fue llevada a cabo en la década de 1990, cuando las nuevas tecnologías de la información y la comunicación experimentaron un significativo avance en distintas partes del mundo. La

---

<sup>10</sup> Horkheimer, Adorno, 1985.

<sup>11</sup> Adorno, 1978.

<sup>12</sup> Bendassolli *et al*, 2009.

sobreposición de estos dos conceptos, sin embargo, muchas veces permanece porque ambos comparten características similares. Entre ellas, pueden ser citadas: la valorización del carácter inmaterial, simbólico e intangible de los bienes culturales, así como las articulaciones posibles entre los dominios del arte/cultura, de las nuevas tecnologías y de las actividades comerciales. Otro punto de convergencia entre los dos conceptos (industrias culturales e industrias creativas) está relacionado con la demanda de regulación pública por parte de los gobiernos.<sup>13</sup>

En este contexto, el Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deportes del Reino Unido (DCMC) realizó el primer mapeo de las industrias creativas.<sup>14</sup> Una de las finalidades de esta iniciativa era demostrar que las industrias creativas potencian el papel fundamental de la cultura, generan empleos y riqueza. En dicho estudio, fueron consideradas las actividades económicas cuyo principal insumo productivo era la creatividad: del diseño al desarrollo de softwares. El mapeo no abarcó solamente las empresas creativas, incluyó también aquellas implicadas indirectamente en las cadenas creativas del proceso productivo.<sup>15</sup>

Poco después, dos estudios añadieron nuevas perspectivas sobre la temática. John Howkins agregó al método británico una visión empresarial basada en los conceptos mercadológicos de propiedad intelectual.<sup>16</sup> En este sentido, las marcas, patentes y derechos de autor conformaron los principios para transformar la creatividad en producto. Luego, Richard Florida concentró su atención en los profesionales que trabajaban con procesos creativos, denominándolos como clase creativa.<sup>17</sup> Este estudio procuró comprender las características de esta nueva clase de trabajadores, identificando su contribución potencial para el desarrollo del neoliberalismo.<sup>18</sup>

De esta manera, las industrias creativas trataron de potenciar los aspectos positivos generados por las nuevas posibilidades de crear, producir y distribuir bienes y servicios culturales. Las nuevas tecnologías de distribución, por ejemplo, abrieron caminos alternativos para que el consumidor final pueda recibir de una forma más eficiente el producto cultural. Al agregar valor económico a los diferentes contenidos culturales, la creatividad y la innovación pasan a ser las palabras claves de las llamadas “industrias culturales y creativas”.

Por consiguiente, cabe preguntarnos: ¿Cuáles son los nuevos valores sociales y culturales difundidos por las industrias culturales y creativas?

Los valores sociales y culturales consolidados por las industrias culturales y creativas son la originalidad, la creatividad, el cambio y la innovación, además de una mayor valorización de los principios post-materialistas de orden estético, simbólico e intelectual. Además, las industrias culturales y creativas promueven transformaciones en términos de valores, preferencias personales, estilos de vida, de ocio y de trabajo, así como del perfil de consumo, moldeando comportamientos por medio de nuevas prácticas sociales.<sup>19</sup>

---

<sup>13</sup> Bendassolli *et al*, 2009.

<sup>14</sup> DCMS, 1998.

<sup>15</sup> FIRJAN, 2012.

<sup>16</sup> Howkins, 2001.

<sup>17</sup> Florida, 2001.

<sup>18</sup> FIRJAN, 2012.

<sup>19</sup> Bendassolli *et al*, 2009.

En este sentido, las industrias culturales y creativas son consideradas, cada vez más, uno de los sectores más dinámicos y prometedores del siglo XXI. Solo algunos años atrás, la importancia de la cultura para el desarrollo económico y social no estaba explícitamente reconocida por las instituciones internacionales y por los gobiernos, como tampoco por el segmento empresarial.

El año 2000 fue un hito significativo en esta dirección, debido a que la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) se esforzaron en reunir expertos y profesionales de varios países del mundo con el propósito de estimular el sector productivo formado por actividades y recursos culturales y creativos.<sup>20</sup> El incentivo principal radicaba en el potencial económico y social de la economía creativa, de las industrias culturales y creativas, de los ecosistemas creativos, de los *clústeres* creativos y de las ciudades creativas: nuevos conceptos generadores de prácticas que, continuamente, son difundidas en diferentes países como alternativas para superar las dificultades económicas y sociales propias del capitalismo. Pero, ¿pueden ser comprendidos como una alternativa postcapitalista?

Antes de buscar respuestas para esta pregunta, es importante aclarar que una contribución para la diseminación de estos conceptos fue la publicación de los Informes sobre la economía creativa, elaboradas por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la UNESCO, en cooperación con otras organizaciones. En estos documentos, la economía creativa es considerada uno de los sectores más dinámicos y con un crecimiento significativo en la economía mundial, además de representar un sector sumamente transformador en términos de generación de recursos, creación de empleo y aumento en los ingresos de las exportaciones.

Por lo cual, la economía creativa es considerada un motor cada vez más potente para el desarrollo:

Las cifras publicadas por la UNCTAD en mayo de 2013 indican que el comercio mundial de bienes y servicios creativos ascendió a un total de 624 mil millones de dólares estadounidenses en 2011 y que aumentó más del doble entre 2002 y 2011; la tasa media de crecimiento anual durante este periodo fue de 8,8%. El crecimiento de exportaciones de bienes creativos en países en desarrollo fue incluso mayor, con un promedio anual de 12,1% durante el mismo periodo.<sup>21</sup>

El Informe PNUD de 2014 aclara que el término industrias culturales y creativas puede variar significativamente de acuerdo con cada contexto, porque las comunidades buscan rediseñar los modelos vigentes para adecuarlos a su realidad, a su cultura y a sus mercados locales. El documento señala que cada concepto está en constante cambio, “sobre todo a medida que se van desarrollando nuevos diálogos que llevan a plantear, por ejemplo, si clasificar, y como hacerlo, los desfiles de moda, los carnavales y los videojuegos en los modelos de la industria cultural y creativa.”<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> PNUD, 2010.

<sup>21</sup> PNUD, 2014, p. 10.

<sup>22</sup> PNUD, 2014, p. 22.

Para la UNESCO, cuando las industrias culturales y creativas constituyen una estrategia global de crecimiento y desarrollo, contribuyen a la revitalización de la economía nacional y promocionan intercambios culturales y económicos capaces de fomentar la innovación. Así, se postula que las inversiones en cultura y en el sector creativo generan desarrollo social al contribuir al bienestar general de las comunidades: mejorando su autoestima, su calidad de vida, la promoción del diálogo y la cohesión social.<sup>23</sup>

Considerando la importancia de los aspectos sociales para las industrias culturales y creativas, el próximo apartado propone ampliar esta discusión.

## **La economía creativa en el marco del capitalismo**

Los múltiples cambios culturales, sociales, políticos, económicos y tecnológicos que se han producido a finales del siglo XX favorecieron la aparición de la economía creativa. Estos cambios son, al mismo tiempo, producto del agotamiento de las referencias anteriores y del descubrimiento de nuevas posibilidades generadas por el avance de las nuevas tecnologías de información y comunicación. Así, los nuevos medios desarrollados y popularizados en varias partes del mundo pasaron a cumplir diferentes funciones: informativa, educativa, política, de interacción social, de diversión, etc. Se trata, por tanto, de una lógica cultural propia del llamado capitalismo tardío, que propicia los mecanismos que generan una subjetividad marcada por la superficialidad fluctuante del *zapping*, de los celulares y smartphones, de la Internet, de las imágenes y videoclips, de los juegos electrónicos y de las incontables experiencias virtuales y presenciales que vienen siendo desarrolladas por los sectores de bienes y servicios culturales.<sup>24</sup>

En este contexto la cultura es considerada, cada vez más, como:

un motor de desarrollo, liderada por el crecimiento de la economía creativa en general y de las industrias culturales y creativas en particular, no sólo reconocidas por su valor económico, sino también cada vez más por el papel que desempeñan en la producción de nuevas tecnologías o ideas creativas y sus beneficios sociales no monetizados.<sup>25</sup>

A partir de aquí, es fundamental problematizar algunas cuestiones. Hay aspectos interesantes en el ámbito de la economía creativa y de las industrias culturales y creativas. Existe, a su vez, una considerable producción bibliográfica sobre esta temática, pero ella aún resulta superficial, repetitiva, fragmentada y dispersa.<sup>26</sup> Además, incluso con los avances logrados en varias partes del mundo, predomina una visión parcial, demasiado optimista y casi siempre idealizada sobre el asunto, con pocos avances sociales efectivos. ¿Por qué acontece esto?, nos podríamos preguntar.

Desde nuestro punto de vista, cuando se trata de sistematizar, implementar y difundir las industrias culturales y creativas, lo económico acaba preponderando sobre lo social, en el marco del sistema capitalista neoliberal. Un análisis de la producción internacional sobre la

---

<sup>23</sup> PNUD, 2014.

<sup>24</sup> Gomes, 2014.

<sup>25</sup> PNUD, 2014, p. 9.

<sup>26</sup> Gomes, 2015, 2016.

temática revela que lo que más importa son sus aportes para el PIB, para las exportaciones, para los negocios y las inversiones financieras, para ampliar la oferta, la demanda y el consumo de bienes y servicios culturales. Uno de los argumentos más relevantes para destacar la importancia social de las industrias creativas es la generación de empleo y riqueza, lo que instiga la siguiente indagación: ¿Qué tipo de trabajo es ofertado, y quienes se apropian de las riquezas generadas?

La generación de trabajo, empleo e ingreso, así como el desarrollo social y ambiental son mencionados muchas veces como se fuesen un simple cliché -porque no tienen perspectivas concretas y más efectivas en el sentido de enfrentar y solucionar las desigualdades y las exclusiones sociales. Lo cual no suplanta el capitalismo, sino que lo refuerza y lo profundiza. Así, las dimensiones sociales de la temática casi siempre constituyen un discurso retórico, inconsistente y sin compromisos con la justicia social. Esto no es casual, ya que las industrias culturales y creativas fueron acogidas e impulsadas, en la década de 1990, por las políticas de desarrollo económico adoptadas en el Reino Unido en el marco del neoliberalismo consolidado por Tony Blair.

Entre otras acciones, el neoliberalismo disminuyó el papel del Estado, redujo los gastos sociales, adoptó un programa de privatización, bajó los impuestos sobre los ingresos altos, elevó las tasas de interés, abolió los controles sobre los flujos financieros, amplió la globalización de la producción y adoptó una legislación anti-sindical que enfatizó el individual en menoscabo del colectivo social. Para enfrentar el problema del déficit público, este modelo demandó una amplia reducción de los puestos de trabajo del aparato estatal, por medio de programas de renuncia al empleo y de jubilación voluntaria.<sup>27</sup>

No es novedad señalar que empleo es distinto de ocupación laboral y de puesto de trabajo. Empleo se refiere a las relaciones estables de trabajo asalariado: es formal y mínimamente garantizado por los principios de la seguridad y protección social, como la indemnización en caso de accidente de trabajo, el descanso semanal y las vacaciones anuales pagadas, entre otros. Así, empleo es un tipo específico de trabajo, o sea, es el trabajo asalariado formal, con un pago que considere las garantías y el cumplimiento de leyes laborales para el trabajador.

Estas estrategias políticas, económicas y sociales ganaron relevancia en las últimas décadas del siglo pasado, siendo adoptadas por países de varias partes del mundo, y no solamente por los del hemisferio Norte. Uno de los aspectos centrales de este modelo es el fomento de relaciones de trabajo consideradas más flexibles, tales como: trabajo temporal, trabajo autónomo o por cuenta propia, prestación de servicios, subempleo, subcontratación y otras formas de ocupaciones informales carentes de derechos laborales y desvinculadas de los principios mínimos de la seguridad social. Por medio de la tercerización de los servicios, el trabajador queda vulnerable y subordinado a los intereses hegemónicos del mercado neoliberal capitalista.<sup>28</sup>

En el sector de prestación de servicios, desde la década de 1980 el número de trabajadores informales sobrepasa a los formales en varios países del mundo, siendo esta situación entendida básicamente como reducción general del empleo. Esto además, comprende la

---

<sup>27</sup> Werneck, Stoppa, Isayama, 2001.

<sup>28</sup> Gomes, 2005.

exclusión de una creciente masa de trabajadores del gozo de sus derechos legales y, a su vez, la consolidación de un considerable ejército de reserva y reemplazo. Consecuentemente, la mayoría de los trabajadores necesita volcarse en buscar formas alternativas para poder sobrevivir.

Las consecuencias sociales más graves de esta situación para el mercado laboral y para los profesionales son la disminución del empleo formal y la precarización del trabajo. Porque los nuevos puestos generados a partir del avance de las tecnologías, sumado a la división internacional del trabajo y al crecimiento del sector de servicios, generalmente no ofrecen, a sus eventuales ocupantes, las garantías que las leyes y los contratos colectivos venían asegurando a los empleados formales, sobre todo en el hemisferio Sur.<sup>29</sup>

En la búsqueda por la subsistencia, estos problemas son suavizados y muchas veces, encubiertos por la perspectiva emprendedora de desarrollo, que, paradójicamente, es uno de los pilares de la economía creativa y de las industrias culturales y creativas. Como aclara Simone Wolff<sup>30</sup>, es así que ganan relevancia las pequeñas y microempresas organizadas en red. Para la autora, la perspectiva emprendedora que sirve de guía para las actuales políticas de desarrollo y generación de ingreso acaba por ocultar los procesos de precarización del trabajo. Esto sucede porque la circulación de dinero es imprescindible para impulsar el ciclo de producción/consumo. En este proceso, lamentablemente, el dinero puede valer mucho más que las personas.

En una de sus visitas a Brasil, el autor británico John Howkins comentó lo siguiente:<sup>31</sup>

La economía colaborativa involucra diferentes modalidades de trabajo. Sin embargo, si no hay transacciones comerciales en ningún punto, no hay como pagar a la gente. El dinero debe circular a través del sistema. Puede ser a través de transacciones directas, de incentivos, de patrocinios, de un pago mensual para los suscriptores. (...) La economía creativa no puede existir sin dinero. Por supuesto, ayuda mucho que haya gente de clase media: la gente con dinero para gastar en belleza, estilo, color, diseño, arte e información, para que sepan cómo buscar y cómo hacer esto.

Lo que se busca es muy simple: transformar creatividad en productos que puedan ser consumidos y generen lucro. ¿Las palabras claves? Creatividad e innovación. ¿Las formas de trabajo? Todas, incluso las más perversas y precarizadas. ¿Los más afectados? Los jóvenes y los profesionales emprendedores. Como comentó Howkins:<sup>32</sup>

El Presidente, o el Primer-Ministro, tiene el poder de pasar un mensaje al país, cuando asevera que la creatividad es muy importante para la sociedad. Tony Blair lo hizo en el

---

<sup>29</sup> En el contexto geopolítico mundial existe una nítida división entre el “Norte” y el “Sur”, pero, cada uno de esos hemisferios también presenta sus desigualdades y contradicciones internas. Así, es posible identificar el Sur dentro del Norte y viceversa. Porque todo el mundo está siendo regido por los intereses privados, que constituyen el núcleo del modelo neoliberal capitalista: un paradigma fundamentado en el crecimiento económico y en la acumulación de capital en pocas manos (Gomes, Elizalde, 2012).

<sup>30</sup> Wolff, 2014.

<sup>31</sup> Esta entrevista está disponible en portugués en el link: <http://projetodraft.com/john-howkins-entrevista-economia-criativa/>. Traducción libre.

<sup>32</sup> Disponible en: <http://projetodraft.com/john-howkins-entrevista-economia-criativa/>. Traducción libre.



Reino Unido a finales de los años noventa, diciendo que el futuro del país dependía de la creatividad y de la innovación. Este tipo de mensaje alcanza fuertemente a la juventud.

Por un lado, la economía creativa es una forma alternativa de crear, producir y distribuir bienes y servicios culturales con significativo potencial de generar beneficios económicos y sociales. Por otro lado, la economía creativa es muy vulnerable a los principios y prácticas neoliberales: incorporándolos sin mayores reflexiones, adaptándose a los imperativos del mercado capitalista y desarrollando actividades y funciones que aportan a las cadenas de valor de las corporaciones transnacionales. En esta dirección, acaban siendo olvidados los aspectos sociales generados por las industrias culturales y creativas, que podrían constituir una alternativa postcapitalista.

La perpetuación y el éxito del capitalismo neoliberal incluyen tanto el bloque de los países desarrollados como al de las oligarquías financieras nacionales de los países del hemisferio Sur -que, a su vez, representan los intereses privados de empresas transnacionales y de especuladores financieros que, en la mayoría de las veces, buscan el lucro sin criterios éticos, sociales, ambientales y de largo plazo.

Además, diversas iniciativas creativas que pueden proveer productos culturales a los mercados mundiales, están retenidas en redes de relaciones de poder con agentes clave en los principales centros de producción. Esto es perceptible en la rápida producción y distribución de películas de Hollywood en todo el mundo, articuladas por los agentes financieros y la industria norteamericana. Aunque existen excepciones como el Bollywood en India y Nollywood en Nigeria, las grandes ciudades de los países desarrollados son aquellas “que poseen la infraestructura de producción, los inversores, los agentes clave, las subculturas, las atracciones que ofrecen determinados estilos de vida y los consumidores, que conjuntamente posibilitan que surjan potentes concentraciones de actividades de economía creativa”.<sup>33</sup>

Es muy común afirmar que las industrias culturales y creativas promueven el desarrollo. Lo que no siempre queda claro es qué se comprende exactamente por desarrollo y en función de cuáles intereses él es impulsado. Todo esto, obviamente, pone de relieve la importancia de profundizar y ampliar la comprensión sobre el desarrollo humano y social: direccionado prioritariamente hacia las personas y hacia la promoción de la justicia social, y no para el dinero y para la acumulación de capital.

No obstante, los problemas sociales aquí problematizados afectan mayoritariamente al Sur, es decir, a África, Asia y América Latina. De acuerdo con el Informe de Desarrollo Humano PNUD<sup>34</sup>, América Latina y el Caribe componen la región que más redujo las desigualdades sociales en los últimos años, pero aún así, siguen en la parte más alta de la lista como la región más desigual del planeta debido, sobre todo, a las disparidades en términos de ingreso.

## **La economía creativa en América Latina**

Cinco países latinoamericanos ya tienen instaurado un marco de economía creativa: Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Cuba. Perú y Uruguay están empezando a reconocer el

---

<sup>33</sup> PNUD, 2014, p. 30.

<sup>34</sup> PNUD, 2014a.

potencial del sector, pero, a pesar de eso, la mayoría de los países de la región aún no está involucrada con las industrias culturales y creativas. Así:

Todos los países de la región [latinoamericana] están experimentando un déficit considerable en su balanza de pagos con respecto a los bienes y servicios culturales. Como es el caso en otros lugares de los países del Sur global, el sector tiene una gran cantidad de mano de obra y se basa en las artes y la artesanía. Localmente hablando, mientras las ciudades de São Paulo, Rio de Janeiro, Buenos Aires y Santiago han instaurado políticas para las industrias digitales, audiovisuales y de diseño, la región en su conjunto sigue basándose en una visión más tradicional de la cultura como “artes y patrimonio”.<sup>35</sup>

El “déficit cultural” es debido a la tradición latinoamericana de vincular la cultura a cuestiones relacionadas con la calidad de vida y con los derechos sociales, independientemente de la obtención de resultados económicos. Por esta razón, algunas iniciativas latinoamericanas reflejan el intento de mezclar las dos visiones, posiblemente de forma más deliberada que en otros contextos.<sup>36</sup> Estos aspectos están directamente relacionados con las políticas públicas y sociales en el campo del ocio y de la recreación adoptadas por varios países de la región. De hecho, al menos 16 países latinoamericanos pasaron a reconocer, constitucionalmente, el ocio y la recreación como un derecho de ciudadanía: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Ecuador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela.

Cabe destacar que esta tradición de vincular la cultura a cuestiones relacionadas con la calidad de vida y con los derechos sociales aún es necesaria, debido a la grave situación de injusticia social que persiste en Latinoamérica. Para constituir una alternativa postcapitalista, la proliferación de las industrias culturales y creativas en la región debería estar dirigida a revertir el desequilibrio existente entre los aspectos sociales y económicos. Sin embargo, los análisis anteriores muestran que esta posibilidad no es materializada.

En el caso de Brasil, fue el sector productivo que primero se aproximó a las ventajas que posibilitaba la economía creativa. Esto fue en el año 2004, cuando la undécima sesión de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD XI) fue organizada en São Paulo, abriendo caminos para el Foro Internacional sobre el Desarrollo de un Centro Internacional de Industrias Creativas que se realizó, en el año siguiente, en la ciudad de Salvador. São Paulo, Espírito Santo, Rio de Janeiro y Ceará fueron los Estados que invirtieron, de modo pionero, en el sector de la economía creativa en Brasil. Al día de hoy, a ellos se les suman otros Estados, como Paraná, Santa Catarina y Minas Gerais. Entre las muchas instituciones públicas y privadas que existen en el país, destaca el Servicio Brasileño de Apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas (SEBRAE), que es una institución privada muy activa en la promoción de la economía creativa en Brasil.

En el año 2009, durante la Conferencia Nacional sobre Cultura, la economía creativa integró la agenda política brasileña al ser uno de los cinco ejes que sustentaban las conferencias estatales y municipales sobre cultura. En el 2012, el apoyo político fue consolidado con el

---

<sup>35</sup> PNUD, 2014, p.79.

<sup>36</sup> PNUD, 2014.

establecimiento de la Secretaría de Economía Creativa en el Ministerio de Cultura, con cuatro principios rectores: diversidad cultural, sostenibilidad, innovación e inclusión social.

Entre otras iniciativas llevadas a cabo en Brasil, la Federación de las Industrias de Rio de Janeiro realizó, en 2008 y en 2011, dos estudios sobre el potencial de la cadena productiva de la industria creativa en Brasil.<sup>37</sup> El concepto de industrias creativas y la clasificación adoptada estuvieron basadas en el DCMS británico, que señala la creatividad, la habilidad y el talento individual en lo referido al potencial para generación de riqueza y de empleos por medio de la creación y explotación de la propiedad intelectual.

A pesar de los avances en términos económicos, y además de las significativas conquistas sociales logradas en algunos países latinoamericanos desde el inicio del siglo XXI, éstos acumulan siglos de desigualdad e injusticia social. Evaluar los logros de la economía creativa únicamente en términos económicos en el marco del capitalismo neoliberal ofrece solo una parte del panorama, en particular a lo que se refiere a la perspectiva de desarrollo humano. Además, cabe tener en cuenta que los países en desarrollo tienen industrias creativas dinámicas y de rápido crecimiento, pero tienen que enfrentar numerosos obstáculos: falta de inversión, infraestructura precaria, poca preparación en materia de gestión y organización del negocio, habilidades profesionales poco desarrolladas, desconocimiento sobre el funcionamiento de los mercados culturales contemporáneos (nacionales e internacionales), poca financiación estatal e insuficiente incentivo político.<sup>38</sup>

Para edificar una sociedad postcapitalista, todos los países deberían reemplazar (o complementar) los indicadores que evalúan solamente la dimensión económica del desarrollo, como el PIB per cápita, por otros indicadores como el IDH, el coeficiente GINI y todos los indicadores referentes a los servicios básicos universales, el aumento del empleo socialmente protegido, la disminución del trabajo informal y la equidad de género, por ejemplo, entre otros indicadores complementares que ayudan a ampliar la visión sobre el desarrollo humano. Entre ellos se encuentran el Índice de Desarrollo Humano Ajustado a la Desigualdad (IDHAD, más real que el IDH), el Índice de Desigualdad de Género (IDG, que considera la salud reproductiva, la autonomía y la actividad económica), el Índice de Pobreza Multidimensional (IPM, que indica múltiples privaciones en educación, salud y estándar de vida) y el Índice de Desarrollo de Género, que está basado en el IDH desagregado por sexo, algo fundamental para ser considerado porque las diferencias entre hombres y mujeres son aún muy significativas.<sup>39</sup>

Cabe señalar que la desigualdad salarial entre hombres y mujeres en algunos de los países miembros de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) llega a casi el 30%. Cuanto más se sube en la escala de remuneraciones, más aumentan las desigualdades entre los hombres y las mujeres. Añadido a lo anterior, como postula Pablo Gentili, la desigualdad salarial de género no se limita a la disparidad de remuneraciones: un hombre gana más que una mujer; una mujer blanca más que una mujer negra; una mujer negra urbana

---

<sup>37</sup> FIRJAN, 2014.

<sup>38</sup> PNUD, 2014.

<sup>39</sup> PNUD, 2014.

más que una mujer indígena campesina; una mujer sin hijos más que una mujer con hijos; una mujer indígena, campesina y con hijos, menos que todos los demás.<sup>40</sup>

Estos parámetros muestran que el desarrollo humano y la calidad de vida de una población están más allá de la mirada puramente económica, poniendo como cuestión primordial la urgencia de considerar varios aspectos sociales, culturales y políticos cuando se pretende edificar una sociedad postcapitalista.

## **Consideraciones finales**

Al finalizar este texto, es fundamental preguntarnos: ¿qué contenidos son difundidos por los bienes y servicios de las industrias culturales y creativas? ¿Será que ellos colaboran con la evasión de la realidad, o amplían nuestros horizontes sobre el papel de la cultura en la vida social? ¿Están comprometidos con la edificación de una sociedad postcapitalista?

Los análisis aquí desarrollados evidencian que la ideología que sostiene la economía creativa y las industrias culturales y creativas reproducen y refuerzan la lógica excluyente del capitalismo neoliberal. En una sociedad postcapitalista, los discursos y prácticas sobre crecimiento y desarrollo económico, social, cultural y ambiental no pueden ser meramente retóricos.

Puede darse un cambio duradero y transformativo hacia una sociedad postcapitalista cuando un enfoque centrado en las personas y en sus territorios se integra en los programas de desarrollo y 134en las iniciativas de consolidación de paz, cuando intervenciones en diferentes ámbitos (que van desde la salud hasta la educación, pasando por la equidad de género y por la participación de los jóvenes), tienen el contexto cultural en cuenta, incluyendo valores diversos, condiciones, recursos, capacidades y limitaciones locales.<sup>41</sup>

Siguiendo estas ideas, es esencial destacar la importancia de estas discusiones en dos sentidos: (a) para que las personas comprendan las causas que permiten la perpetuación de desigualdades en diferentes ámbitos de la vida social, y (b) para que puedan apropiarse de las condiciones efectivas y herramientas prácticas que permitan superar situaciones de exclusión. Las actividades culturales tienen mucho que aportar en este ámbito porque la cultura dota a las personas de capacidades para apropiarse de sus propios procesos de desarrollo, lo que es fundamental en una sociedad postcapitalista.

Los bienes y servicios culturales son importante para toda la gente. Por esta razón, en una sociedad postcapitalista el sector cultural puede contar con una significativa financiación estatal que permita la creación, producción y distribución de bienes y servicios culturales que generen beneficios económicos y sociales para todos. En este sentido, ganan relevancia las pequeñas empresas organizadas en red, comprometidas con la economía solidaria y con la apropiación colectiva de las riquezas producidas. De esta manera, el trabajo, el ocio y la cultura podrán constituir posibilidades enriquecedoras de disfrutar la vida de forma contextualizada, consciente, crítica y creativa.

---

<sup>40</sup> Fuente: <http://blogs.elpais.com/contrapuntos/2015/03/mujeres-latinoamericanas-un-paso-adelante-dos-pasos-atras.html>.

<sup>41</sup> PNUD, 2014.

Finalizando, las ideas planteadas en este texto sobre economía creativa e industrias culturales y creativas expresan algunas de las múltiples miradas que se pueden hacer en relación al desafío de edificar una sociedad postcapitalista que considere la importancia de la cultura en la vida social.

## **Bibliografía**

ADORNO, Theodor. A indústria cultural. In: Cohn, Gabriel (org.). *Comunicação e indústria cultural*. 4.ed. São Paulo: EDUSP, 1978. p.287-295.

BENDASSOLLI, Pedro F. *et al.* Indústrias Criativas: Definição, Limites e Possibilidades. *RAE-Revista de Administração e Empresas*. v. 49, n.1, jan./mar., 2009.

BLYTHE, Mark. The Work of Art in the Age of Digital Reproduction: The Significance of the Creative Industries. *Journal of Art & Design Education*, V. 20, N.2, 2002. p.144-150.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DCMS - Department for Culture, Media and Sport. Creative industries mapping document. 1998. Disponible en: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998> . Acceso el 14/02/2018.

FIRJAN. Mapeamento da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro, 2012. Disponible en: [http://www.firjan.org.br/economiacriativa/download/Analise\\_completa.pdf](http://www.firjan.org.br/economiacriativa/download/Analise_completa.pdf). Acceso el 14/02/2018.

FIRJAN. Mapeamento da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro, 2014. Disponible en: <http://publicacoes.firjan.org.br/economiacriativa/mapeamento2014/#/1/>. Acceso el 14/02/2018.

GOMES, Christianne L. *Lazer e trabalho*. Brasília: SESI/DN, 2005.

GOMES, Christianne L. Lazer: necessidade humana e dimensão da cultura. *Revista Brasileira de Estudos do Lazer*. Belo Horizonte, v. 1, n.1, p.3-20, jan./abr. 2014. Disponible en: <https://seer.lcc.ufmg.br/index.php/rbel/article/view/327/227>. Acceso el: 14/02/2018.

GOMES, Christianne L. Estudos do lazer e geopolítica do conhecimento. 2011

GOMES, Christianne L. Estudos do Lazer e geopolítica do conhecimento. *Revista Licere*. Belo Horizonte, V.14, N. 3, p.1-25, jul./set. 2011. Disponible en: <https://seer.ufmg.br/index.php/licere/article/view/491>. Acceso el: 14/12/2018.

GOMES, Christianne L. Lazer, Economia Criativa e Indústrias Culturais e Criativas: Onde Está o Social? *Revista Licere*. Belo Horizonte, v. 18, n.4, p.364-387, out./dez. 2015. Disponible en: <https://seer.ufmg.br/index.php/licere/article/view/1288>. Acceso el: 14/02/2018.

GOMES, Christianne L. Los efectos sociales de las industrias culturales y creativas: avances y cuestiones por explorar. In: CUENCA, Manuel (Org.) *Efectos sociales del ocio y las*

*industrias creativas y culturales. Una mirada desde diversos ámbitos, colectivos y contextos.* Documentos de Estudios de Ocio. Bilbao: Universidad de Deusto, 2016. p. 37-49.

GOMES, Christianne L.; ELIZALDE, Rodrigo. *Horizontes latino-americanos do lazer/ Horizontes latinoamericanos del ocio.* Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012. Disponible en: [http://grupootium.files.wordpress.com/2012/06/horizontes\\_latino\\_americanos\\_lazer\\_junho\\_20123.pdf](http://grupootium.files.wordpress.com/2012/06/horizontes_latino_americanos_lazer_junho_20123.pdf). Acceso el: 14/02/2018.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. *Dialética do esclarecimento.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

LEFEBVRE, Henri. *Espaço e política.* Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

PNUD - Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. *Informe sobre la economía creativa – Ampliar los cauces de desarrollo local – edición especial 2013.* México: UNESCO, 2014. Disponible en: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>. Acceso el 14/02/2018.

PNUD - Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. *Economía creativa: Una opción factible de desarrollo.* Chile: INACAP, 2010. Disponible en: [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_sp.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf). Acceso el 14/02/2018.

PNUD - Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. *Informe sobre Desarrollo Humano 2014 – Sostener el progreso humano: Reducir vulnerabilidades y construir resiliencia.* 2014a. Disponible en: <http://www.pnud.org.br/arquivos/RDH2014es.pdf>. Acceso el 14/02/2018.

SANTOS, Milton. *Por uma Geografia Nova – da crítica da Geografia a uma Geografia crítica.* 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1980.

WERNECK, Christianne L.G.; STOPPA, Edmur; ISAYAMA, Hélder F. *Lazer e mercado.* Campinas: Papirus, 2001.

WOLFF, Simone. *Desenvolvimento local, empreendedorismo e “governança” urbana: onde está o trabalho nesse contexto?* *Caderno CRH*, Salvador, V.27, N.70, p.131-150, jan./abr. 2014. Disponible en: <http://www.scielo.br/pdf/ccrh/v27n70/10.pdf>. Acceso el 14/02/2018.