

## Las Industrias Creativas en Concepción: Visión de sus gestores respecto de su alcance e importancia en el desarrollo regional

The Creative Industries in Concepción: Vision of its managers regarding its scope and importance in regional development

Bárbara Troncoso Muñoz\*

**Resumen:** En Chile, si bien el fomento a las industrias creativas es relativamente reciente, se considera actualmente como un espacio de desarrollo estratégico, y es por ello que merece recibir especial atención desde la esfera pública. Desde la institucionalidad, el fomento e impulso a la economía creativa debe contemplar medidas y políticas innovadoras donde exista un trabajo multidisciplinario que genere diálogos entre los diversos ministerios y que sea sobretodo vinculante para las distintas realidades regionales que enfrentan las industrias creativas a lo largo de país.

Actualmente existe sólo un documento oficial de mapeo a las industrias creativas en Chile (CNCA, 2014), por lo tanto, se considera de importancia sumar al conocimiento de este sector. El presente texto trata de una investigación de tipo cualitativa realizada en la región del Biobío, que indagó acerca de la industrias creativas de Concepción Metropolitana, sus protagonistas, sus relaciones, articulaciones y su importancia como componente del desarrollo regional. A través de la visión de los actores (agentes sociales que desarrollan su quehacer en la industria, o bien agentes de fomento para su desarrollo), se determinó que la industria creativa aún se encuentra en una fase emergente en Concepción, mostrando una baja profesionalización del sector, precarización del trabajo y centralización en la toma de decisiones que se traduce en una baja autonomía a la hora de decidir planes y estrategias de desarrollo eficaces en potenciar el desarrollo regional de las industrias creativas.

**Palabras clave:** Industrias creativas, desarrollo regional, profesionalización, centralización, autonomía.

**Abstract:** In Chile, although the promotion of creative industries is relatively recent, it is currently considered to be a strategic place for development, and that is why it deserves special attention from the public sphere. According to the National Council for the Arts and Heritage in the national plan for the promotion of the creative economy (CNCA, n.d.), the nature of the resources of this sector of the economy would be inexhaustible and sustainable over time.

Currently there is only one official document mapping the creative industries in Chile (CNCA, 2014), therefore it is considered important to add to the knowledge of this sector. The following is a qualitative research carried out in the Biobío region, which investigated the creative industries of Metropolitan Concepción, their protagonists, their relationships, articulations and their importance as a component of regional development. Through the vision of the actors (social agents that develop their work in the industry, or agents of promotion for its development), it was determined that the creative industry is still in an emerging phase in Concepción, showing a low professionalization of the sector,

---

\* Chilena, socióloga, Magister Ciencias Regionales por la Universidad de Concepción y el Karlsruher Institut für Technologie [btroncosomunoz@gmail.com](mailto:btroncosomunoz@gmail.com)

precarization of work and centralization in decision making that translates into a low autonomy when it comes to deciding plans and strategies of effective development in promoting the regional development of the creative industries

**Keywords:** Creative industries, regional development, professionalization, centralization, autonomy

Recibido: 6 marzo 2020 Aceptado: 28 mayo 2020

## Introducción

En las últimas décadas se ha venido experimentando un cambio en la economía mundial, en cuanto a los sectores de la economía que históricamente han sido considerados como los mayores componentes del PIB para las distintas economías nacionales. Se comienza, entonces, a cuestionar el peso objetivo de las economías industriales frente a aquellas orientadas a los servicios, donde la innovación, el conocimiento, la tecnología y la creatividad son elementos centrales.

Alrededor de un 67% de la producción económica a nivel mundial se atribuye a las actividades económicas derivadas del sector de los servicios – destacando allí la investigación, el turismo, la innovación, la recreación, el transporte y los servicios financieros y personales en general -, y no ya a aquellas relativas a la producción de bienes “tangibles” (CNCA, 2014).

2

Actualmente, el 3,4% del PIB mundial es atribuible a las industrias creativas y culturales. En la mayoría de los países el aporte de estas en las economías nacionales oscila de entre el 2% y el 6% del PIB. En la Unión Europea las industrias culturales y creativas representan el 2,6% del PIB, por otro lado, representan, en promedio, para los países del MERCOSUR un 4,5% del PIB y cerca del 2,5% del PIB en los países del sector andino (incluyendo Chile). En atención a dichas cifras, diversas agendas político-económicas alrededor del mundo comienzan a incorporar estratégicamente los conceptos de industrias creativas e industrias culturales. En el caso de Chile, las industrias creativas y culturales- consideradas e identificadas como tales- son un tema relativamente nuevo, pero, que en los últimos años (a partir del año 2010 aproximadamente) ha suscitado una sostenida atención por parte de las políticas gubernamentales.

En este sentido y situándose en el contexto de la región del Biobío, resulta de interés explorar y describir la situación de las industrias creativas de Concepción Metropolitana, sus protagonistas, sus relaciones, articulaciones y su importancia como componente del desarrollo regional. La visión que tengan los protagonistas, ya sea como actores sociales que desarrollan su quehacer en la industria, o como agentes de fomento para su desarrollo, se estima podrá entregar ciertas nociones acerca del estado de la situación actual en Concepción Metropolitana.

## Marco teórico

La conceptualización y/o caracterización de las industrias creativas, como de las industrias culturales no está exento de cierta problemática, o incluso contradicción desde la perspectiva de ciertos autores, ya que intrínsecas a estas nociones conviven otros conceptos para los cuales, no existe consenso en cuanto al alcance del término, como ocurre por ejemplo con el concepto de cultura. Ocurre también, que se trata de términos que históricamente no han sido concebidos como activos económicos, como por ejemplo bien simbólico, producto cultural, etc. Es por ello, que cuando lo que históricamente ha sido considerado

como dominio del arte y de la cultura, se cruza con lo que aparentemente ha pertenecido siempre a la esfera económica, se producen ciertas dificultades conceptuales.

La tarea de conciliar dimensiones como la económica- productiva, con la cultural y /o artística, ha generado muchas veces suspicacias de parte de algunos autores, surgiendo así cuestionamientos tales como: ¿Debiese “esto” ser parte de la economía?, ¿Puede mercantilizarse “esto”, queremos eso?, ¿Desde qué perspectiva se aborda el crecimiento, la productividad o ganancia cuando se trata de actividades que tienen un valor simbólico y/o cultural?, ¿Cómo se miden estos conceptos?

Actualmente no existe una sola definición, ni menos existe acuerdo en cuanto a cuáles son las dimensiones de la actividad humana que abarcan las industrias creativas. Existen al menos cinco modelos desde donde entender el concepto y los sectores creativos que lo componen: Modelo del Reino Unido; Modelo Unión Europea; Modelo de textos simbólicos; Modelo de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) y Modelo de la UNESCO (Figura 1).

1. Modelo del Reino Unido	2. Modelo de textos simbólicos	3. Modelo de los círculos concéntricos	4. Modelo OMPI
Publicidad de derecho de autor	Núcleo de Industria culturales	Núcleo de Artes creativas	Núcleo industrias
Arquitectura	Publicidad	Literatura	Publicidad
Arte y mercado de antigüedades	Cine	Música	Sociedad de
gestión colectiva			
Artesanía	Internet	Artes escénicas	Cine y video
Diseño	Música	Artes visuales	Música
Moda	Editorial	Otras industrias culturales básicas	Artes escénicas
Cine y video	Televisión y radio	Cine	Editorial
Música	Video y juegos de computador	Museos y bibliotecas	Software
Artes escénicas			Televisión y radio
Editorial Software	Periferia de las industrias culturales	Industrias culturales ampliadas	Visual y arte gráfico
Televisión y radio	Artes creativas	Servicio de patrimonio	Industrias
interdependientes de las			
Video y juegos de computador		Editorial	industrias de
derechos de autor			
grabación en blanco	Frontera de las industrias culturales	Software	Material de
consumo	Electrónica de consumo	Televisión y radio	Electrónica de
musicales	Moda	Video y juegos de computador	Instrumentos
equipo fotográfico	Software	Industrias relacionadas	Papel
	Deporte		Fotocopiadores,
			Industrias parciales
de derecho de autor		Publicidad	
		Arquitectura	Arquitectura
		Diseño	Ropa, calzado
		Moda	Diseño
			Moda
			Enseres domestico
			Juguetes

Figura 1. Principales modelos que integran las industrias creativas (ONU, 2010)

En el caso de Chile, el documento nacional “Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa” (2017-2022) a cargo del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA, actualmente Consejo Nacional de las Culturas, las Artes y el Patrimonio), recoge los conceptos de la UNESCO y define las industrias creativas como el conjunto de actividades de carácter económico, en las que lo que se crea, produce y/o es entregado posee un “elemento artístico sustancial” (UNESCO, 2006 en CNCA, sf.)

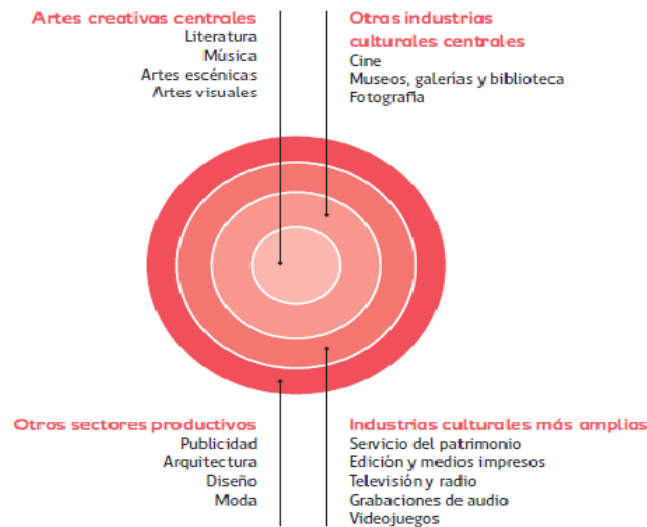
Bajo esta conceptualización las industrias creativas se componen de distintos sectores de la cultura y las artes, dentro de los cuales, a modo de ejemplo, se mencionan los siguientes: audiovisual, música y libro. Además, quedaría contenida en esta definición toda producción artística o cultural: Espectáculos o bienes producidos de forma individual principalmente, incluyendo la fotografía, la artesanía, las artes escénicas, visuales, la arquitectura y el diseño (UNESCO, 2006 en CNCA, s.f.).

Es relevante destacar que bajo esta conceptualización las industrias culturales se encuentran contenidas en las industrias creativas, es decir, las industrias culturales se consideran como un subgrupo dentro de las industrias creativas. Luego, en el mismo documento el CNCA incorpora a esta definición la caracterización de las industrias creativas desarrollada por el economista australiano David Thorsby: el modelo llamado *círculos concéntricos*:

“Para definir el campo de acción de la economía creativa se adaptó el Modelo de Círculos Concéntricos del economista David Thorsby, presentado en el documento Mapeo de las Industrias Creativas en Chile (CNCA,2014), en el que se agrupan las áreas creativas en función de su contenido simbólico y su capacidad para generar ingresos comerciales, de tal forma que su presentación facilite la comprensión al lector y permita advertir ciertas conclusiones transversales a cada agrupación” (CNCA, s.f, p. 26)

A través del modelo Círculos Concéntricos se esquematizan las áreas de influencia de las industrias creativas y las relaciones que pueden trazarse entre los distintos sectores y disciplinas que la componen (Figura 2).

DIAGRAMA 1 Modelo de círculos concéntricos de Thorsby



Fuente: Mapeo de las Industrias Creativas. Caracterización y dimensionamiento (CNCA, 2014).

Figura 2. Modelo círculos concéntricos de David Thorsby. (CNCA, s.f.)

Estos círculos concéntricos forman cuatro grupos que representan de forma esquemática (con relación a la cercanía o distancia con el núcleo del círculo) como los distintos sectores de la economía creativa se entrelazan, potencian y organizan entre sí. Estos se esquematizan como sigue: 1. Grupo creativo del core o nuclear; 2. Grupo creativo industrial; 3. Grupo creativo asociado a medios, y 4. Grupo creativo de apoyo.

El CNCA y, por lo tanto, la mayoría de los documentos oficiales en Chile, reconocen la conceptualización de la UNESCO, junto con la categorización de David Thorsby, por lo tanto generalmente, se reconocen los siguientes sectores como componentes de las Industrias Creativas en Chile: Artesanía, Artes visuales, Fotografía, Teatro, Danza, Artes circenses, Editorial, Música, Audiovisual, Arquitectura, Diseño y Medios informáticos

Sin embargo, el CNCA hace la siguiente salvedad:

“Otros sectores creativos propuestos por la Unesco como elementos de análisis, y que si bien no son apoyados en forma directa por el Consejo de la Cultura están en algunos casos involucrados en la cadena productiva de sectores creativos prioritarios, serán analizados en las instancias de análisis general de la industria creativa. Este es el caso de la radio, la televisión, la publicidad, el patrimonio, la educación e investigación cultural y los medios informáticos.” (CNCA, 2014, p.26).

Por lo tanto, para efectos de esta investigación se asumirá dicha conceptualización. Dentro de los estudios relevantes a nivel nacional destacan los siguientes informes:

- Cultura oportunidad de desarrollo. (CNCA, 2011).
- Mapeo de las industrias creativas en Chile. (CNCA, 2014).
- Hacia una cuenta satélite de cultura. Datos económicos sobre el desarrollo del sector cultural en Chile. (CNCA, s.f.)
- Plan nacional de fomento a la economía creativa. (CNCA. s.f.)
- GOBIERNO REGIONAL REGION DEL BIOBIO., IDEE consultores. (2012). Mapeo industrias creativas región del Biobío.

Según el Mapeo de Industrias Creativas del año 2014 a cargo del CNCA, con relación a la conceptualización, alcances y delimitaciones del concepto Industrias Creativas, y en concordancia con la opinión de diversos autores, la conceptualización y caracterización del término debe ser sobre todo de naturaleza flexible, esto, en razón de tratarse de un sector emergente y en constante construcción. Aquello en la práctica significa que, si bien el CNCA al momento de conceptualizar las industrias creativas como tal, adhiere a un modelo en particular (el de los círculos concéntricos de David Thorsby y de la UNESCO) considerando por lo tanto, 12 sectores como constituyentes de la industria creativa en nuestro país, no excluye del análisis a otros sectores relacionados a las industrias creativas que por parte de instituciones públicas o privadas de apoyo sí sean considerados como sectores creativos.

5

Teniendo esto en consideración, el CNCA (2014) considera que, durante los últimos años en Chile, las industrias creativas han tenido un crecimiento positivo, con una tendencia al alza en cuanto a las ventas y exportaciones y número de empresas existentes. Además, entre los años 2008 y 2013 (últimos años para los que se cuenta con estadísticas oficiales del CNCA) el impacto que ha tenido el sector creativo en la economía se ha mantenido, con una contribución al PIB de alrededor del 2 y 2,5%, aun en momentos cuando el aporte del cobre al PIB caía de un 14,8% en el año 2010 hasta llegar a un 9,8% registrado en el año 2013.

En vista de lo anterior, los informes del CNCA (2014) se refieren a las industrias creativas como un sector estable. En el *plan nacional de fomento a la economía creativa* (CNCA, s.f) se describe el impacto económico del sector creativo en la economía nacional con datos que afirman que para el año 2013 el sector creativo capitalizó aproximadamente \$3.000 millones de pesos, considerando el valor agregado al sector, se estima que el aporte representaría cerca de un 2,2% del PIB. Una cifra considerable, si se la compara con el aporte de otros sectores de la economía nacional al PIB, donde la pesca representa un 0,4%, el tabaco y las bebidas un 1,6% y el sector Silvícola/Agropecuario un 2,6% del PIB.

El sector económico de las industrias creativas y culturales está expuesto a distintas “fallas” del mercado, entre las que se mencionan: fallas de información, costos de coordinación, insuficiente apropiabilidad,

intangibilidad de activos y fallas de red. Es por ello que está bastante difundida la idea de que desde el Estado debe existir una preocupación y consideración especial para con este sector.

Actualmente en Chile, el Estado, a través de fondos concursales o estímulos tributarios, por medio de sus distintas instituciones cumple cierto rol de fomento para las distintas etapas y/o ciclos de producción en los diversos sectores de las industrias creativas. No obstante, según el mapeo de industrias Creativas del año 2014 este esfuerzo de parte del Estado no se traduciría en redes correctamente articuladas, que sean a la vez diversas y complementarias entre sí. Para poder dilucidar y caracterizar la participación en el fomento de las industrias creativas por parte del Estado, como del sector privado, se presenta como un obstáculo el hecho de que sólo recientemente las industrias creativas hayan empezado a ser consideradas como un sector económico particular y definido. Esto dificulta la tarea para determinar qué parte del presupuesto asignado a determinadas instituciones ha sido en la práctica otorgado a los distintos sectores que componen las industrias creativas (y más difícil aún la tarea de detectar a qué parte del proceso del ciclo cultural<sup>1</sup>, (también llamado ciclo de producción) ha sido otorgada el presupuesto.

Como es sabido, los bienes y servicios culturales son elementos de gran relevancia dentro de una sociedad. Estos, no sólo representan una oportunidad de desarrollo económico, sino que simplemente su despliegue o existencia está constantemente enriqueciendo a la sociedad, dando profundidad y complejidad al relato identitario y cultural de esta. Las industrias creativas y culturales poseen una dimensión intangible, que es capaz de comunicar simbólicamente aspectos intrínsecos de una cultura o sociedad determinada. En este sentido, se entienden a las industrias creativas y culturales como potenciadores y también transmisores de aspectos identitarios de una sociedad. Ya que estos elementos simbólicos tienen intrínseco una particular forma de expresarse como sociedad, como individuos, de relacionarse con un otro, dejan entrever lógicas relacionales, de comportamiento, valóricas, de consumo y de producción: en el fondo, pueden considerarse como portadoras de una singular *cosmovisión*.

6

La red de *relaciones productivas* que entraña la economía creativa, primero, desde una perspectiva más economicista si se quiere, puede contribuir a la creación de ingresos, ingresos de exportación y empleos, y desde una dimensión sociocultural, se considera que puede promover la diversidad cultural, el desarrollo humano y ser un aporte para la inclusión social.

Además, según la CNCA en el plan nacional fomento economía creativa, la naturaleza de los recursos de este sector de la economía sería inagotable y sustentable en el tiempo. Este sector se presenta entonces, como una oportunidad de desarrollo del capital humano, fomento a la creatividad individual y colectiva, así como también una posibilidad de trabajar con el conocimiento de una sociedad con miras a conquistar nuevos nichos y mercados donde la innovación, la creatividad y los avances tecnológicos puedan ser difundidos y ofrecidos.

Los sectores de las industrias creativas y culturales actualmente representan un espacio de desarrollo estratégico y es por ello que merecen recibir especial atención desde lo público. Para respaldar este punto,

---

<sup>1</sup> La Unesco (2009) utiliza el concepto ciclo cultural para referirse a los distintos eslabones que componen la cadena de producción de un bien cultural/creativo. Esta cadena involucra todos los procesos que confluyen en las distintas etapas de creación, producción y difusión de un bien cultural/creativo. Estos procesos pueden ser de naturaleza institucional, o bien pueden no formar parte de ninguna regularización estatal. Además, el sector creativo/cultural por tratarse de un ámbito económico tan particular, en los distintos procesos que constituyen las diversas etapas del ciclo cultural, no sólo se incluyen actividades de naturaleza económica, sino también actividades sociales y culturales: el ciclo de producción consta de cinco etapas: 1. Creación., 2. Producción., 3. Difusión., 4. Exhibición/Recepción/transmisión., y 5. Consumo/Participación

la UNESCO (2010) presenta argumentos económicos y culturales. Dentro de los argumentos económicos destacan los siguientes:

- Las industrias creativas y culturales son generadoras de empleo directo e indirecto. Para los próximos años se las prevé con un alto potencial de crecimiento.
- Aportan un alto valor agregado. Contribuye al posicionamiento de otros productos en el mercado exterior.
- Ayuda a nivelar la balanza de exportaciones.
- Activa el turismo
- Aporta al desarrollo de la confianza social.
- Promueve un modelo económico sustentable.
- Puede transformar, regenerar y dar nuevos significados a los espacios urbanos.

Y con relación a los argumentos culturales destacan los siguientes:

- Potenciar cohesión social y /o sentido de pertenencia con una sociedad o comunidad en particular.
- Contribuir a que las comunidades y pueblos se expresen.
- Contribuir con el empoderamiento personal

Este sector económico genera desarrollo monetario y más aún, en un sentido colectivo, es capaz de producir “externalidades” que resultan muy beneficiosas para el bienestar social. Por el alto valor social y económico que representa este sector, el Estado debiese ser capaz de coordinar medidas y políticas multidisciplinarias que puedan actuar como redes de apoyo para el fomento, difusión y desarrollo de las Industrias creativas y culturales Desde la institucionalidad el fomento e impulso a la economía creativa debe contemplar medidas y políticas innovadoras donde exista un trabajo multidisciplinario que genere diálogos entre los diversos ministerios para que existan disposiciones, acuerdos y acciones interministeriales que en definitiva apoyen e impulsen de manera directa e indirecta ( a través del potenciamiento y fomento al desarrollo de los distintos capitales que convergen en la economía creativa) en el desarrollo de la economía creativa.

7

## Método

La indagación realizada de la situación de la industria creativa en Concepción Metropolitana, consistió en una investigación de tipo cualitativa exploratoria (Vieytes, 2004) que tuvo lugar en la ciudad de Concepción entre los meses de Octubre de 2019 y Febrero de 2020. En una primera etapa se realizó un muestreo opinático contactando a los primeros cuatro informantes. Estos pertenecen a instituciones relacionadas con el fomento de la industria creativa que, de manera subjetiva, se consideraron estratégicos como ‘opinantes expertos’ para los objetivos de la investigación. Los cuatro informantes pertenecen al Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Corporación Nacional de Fomento, IRADE y Universidad de Concepción.

A través de ellos y en una segunda etapa, se seleccionó a nuevos informantes mediante la estrategia de muestreo ‘bola de nieve’ (Vieytes, 2004), mediante la cual se incorporaron actores sociales ligados al desarrollo de la industria creativa. La determinación del número de la muestra estuvo dada por el criterio de saturación de la información, alcanzado partir de la entrevista número nueve. Se buscó así obtener la constatación de las pluralidades posibles de posicionamientos, los diversos puntos de vistas posibles y la variabilidad máxima de significaciones de los informantes.

Interesaba en estas entrevistas obtener una valoración que permitiera describir la situación de la industria creativa en cuanto los actores manejaran una definición del concepto industria creativa; del estado de desarrollo del sector, de los niveles de asociatividad y organización, aspectos de la idiosincrasia del /la creativo/a y una percepción de falencias en el sector en Concepción Metropolitano.

Para abordar a los informantes se utilizaron entrevistas, en las que se buscó levantar datos a partir de actores clave dentro de los distintos sectores de las industrias creativas en Concepción. Las entrevistas fueron de carácter semi estructurado, para estas se realizó una pauta guía de entrevista, que se aplicó con criterios de flexibilidad, es decir, el/la informante podían direccionar la entrevista hacia otros “lugares” de mayor significancia o interés para ellos/ellas, siempre y cuando estos tuviesen relación con el objeto de estudio planteado en la investigación.

Luego, para el análisis se utilizó la estrategia de análisis temático. La sistematización de los datos fue facilitada por el uso del Software ATLAS.ti7: a través de la creación de códigos se identificaron los tópicos más recurrentes en las entrevistas (transcripciones), se integraron estos en temas y subtemas y finalmente se procedió al análisis final de estos, buscando dar cuenta de los singulares posicionamientos de los informantes, así como también las impresiones y posiciones mayormente extendidas entre ellos que podían dar pie a la construcción de un relato común.

## Resultados

### **Pertenencia y manejo del concepto industria creativa.**

8

Los resultados obtenidos sugieren que el primer acercamiento que los informantes (en adelante los/as informantes) tuvieron al término de “industrias creativas” fue en su mayoría entre los años 2010 y 2014 en Concepción. (Dos entrevistados no responden en función de años y el 90% del total restante se refiere a un año dentro del período mencionado), por otra parte, es importante destacar que todos los entrevistados (en adelante los/as entrevistados/as) que profundizan sobre este tema, destacan que este término se comenzó a gestar en la comunidad artística- creativa penquista a partir de una iniciativa independiente de determinados artistas y gestores culturales, que en aquel momento decidieron agruparse para hablar sobre estos nuevos conceptos que ya estaba haciendo eco en otros lados.

La mayoría de los entrevistados relaciona alrededor del año 2014 con el comienzo de algunas iniciativas gubernamentales en Concepción que incentivaron instancias de asociación entre los creativos (en adelante, los/las creativos/as). Tal es el caso del Ministerio de la Cultura las Artes y el patrimonio y CORFO, quienes en aquel momento levantaron un primer mapeo del sector. Aquí el entrevistado se refiere al programa “nodos para la competitividad” impulsado por CORFO:

“También conozco algunos nodos. Hay uno que se llama “Distrito diseño”. Ese es de esos años también 2014-2015. Entonces yo te diría que estratégicamente se estaba hablando más o menos desde esos años.”

Existe en los entrevistados la percepción de que el levantamiento del término de industrias creativas como tal, en Concepción, y el primer acercamiento a este, fue resultado de una iniciativa de la sociedad civil, de individuos independientes pertenecientes a la “escena” artística-cultural alrededor del año 2010, 2011. Estos habrían invitado a artistas y conocidos/as del medio a juntarse, conversar, compartir ideas, asociarse, etc.



Es por ello, que asociaciones como la “Asociación Gremial de Industrias Creativas Concepción” (AGICC) se concibe como proveniente de la autogestión, sin embargo, está instalada la idea de que unos años más tarde aparecen organismos gubernamentales como CORFO que apoya y fomenta iniciativas tales como mesas de trabajo, reuniones y diversos levantamientos de información entre el sector de los creativos.

### **Percepción del término Industrias Creativas**

*Los expertos* (en adelante los/as expertos/as), es decir, los entrevistados pertenecientes a instituciones gubernamentales, o que apoyan a las industrias creativas como IRADE o Universidad de Concepción, presentaron un amplio manejo del término y categorización del concepto de industrias creativas. En este sentido, la mayoría refería al modelo de la UNESCO. En el caso de los demás entrevistados, que desempeñan actividades en el sector creativo, el manejo del concepto es bastante fuerte, existe una percepción clara de lo que son las industrias creativas, en lo que se refiere a definición y caracterización del sector, además existe una autopercepción ligada a un sentido de pertenencia al sector de las industrias creativas.

No obstante, los expertos, así como los creativos, comparten la visión de que el sector creativo en Concepción aún “no se puede llamar industria”.

El principal argumento tiene que ver con considerar que los distintos sectores no tienen el ciclo de producción completo en Concepción, es decir, hay eslabones del ciclo que no existen actualmente en la ciudad. Esto se ve reflejado en el sector musical, por ejemplo:

“No hay industria, no hay industria: hay talento. Es una pena porque con todo ese talento... Ya, Los Bunkers, Los Tres, etc. deberían haber generado un espacio, como una academia que tuviera no sólo formación, sino que apoyo a la producción musical en serio.”

“Entonces, ahí hay una masa crítica productiva enorme que adolece todavía de algunos elementos para completar su cadena de valor para convertirse en una industria. <No es una industria musical, es una escena musical>”

La percepción de los entrevistados es que en Concepción por cómo funcionan las industrias creativas internamente (aludiendo a las falencias dentro de cada sector), tanto por no haberse aun generado una lógica de producción comercial, - también por el hecho de que, en las cifras, lo que son capaces de redituarse, aun es bajo- no han logrado constituirse como una industria en el imaginario de los creativos (y también expertos)

### **Asociatividad y organización.**

En base a las opiniones de los entrevistados, se puede desprender que dentro de los creativos existe un grado más bien bajo de asociatividad. Existe entre ellos la percepción de que sus mismos compañeros/as suelen asociarse en gremios o sindicatos.

No obstante, la asociación entre un sector creativo y otro aparece bastante débil, si bien, existe la percepción de que las relaciones y vínculos de cooperatividad entre sectores han tendido a mejorar en el tiempo, son percibidas por ellos mismos como aún débiles. En general, si existiese una tendencia baja o alta a asociarse, va a depender de cada sector, ya que se desprende que las realidades son muy diversas de un sector a otro.

“Es bastante alto fíjate... Sí. (...) la asociación gremial en este minuto no es tan relevante, en términos de gente que está asociada. Han surgido nuevas asociaciones y eso es interesante, porque la asociación gremial apuntaba como a gremiar a todos los creativos dentro de una misma organización y lo que ha sucedido es que se ha empezado a gremiar por disciplina. Por ejemplo, “SIDARTE” agrupa a todos/todas los/las trabajadores de teatro y de la danza y es masiva”

Refiriéndose al sector de diseño:

“Es bajo. Diría que es como del 20% de interés. La gran mayoría está súper concentrada en trabajar y le resta importancia a asociarse, o simplemente no les interesa. Diría que el otro porcentaje- el mayor- está muy enfocado en el taller trabajando y no se quiere dar el tiempo para ir a una reunión y asumir esas pequeñas responsabilidades.”

“Bueno, está el de la arquitectura. Sé que la gente de las artes escénicas es muy aclanada. Se vio ahora cuando pasó todo esto, que empezaron a florecer las asambleas y vi que ellos se reunieron varias veces. El mundo audiovisual igual, ellos tienen la “Film comisión”, Se juntan cada cierto tiempo, hay un directorio. Creo que esos son como los tres grupos que yo he observado que se mueve más en clanes. Y que funcionan bien. El resto siento que están en formación”

En general, si bien intra sector es común la asociatividad, es extendida la percepción de que entre los distintos sectores de industrias creativas no existe un considerable grado de interacción.

10

### ***Desarrollo por sector creativo***

Existe la percepción de que las industrias que más han sido fomentadas en Concepción son las de la música, el diseño, la arquitectura y el sector audiovisual. Esto probablemente influenciado por el hecho de que estos han sido considerados por diversos instrumentos de desarrollo como por ejemplo el PTI, por considerar, entre otras cosas, que revisten un mayor potencial de desarrollo económico.

### **Idiosincrasia y/o prejuicio**

A través del discurso de los entrevistados se detectó que en algunos casos existe en Concepción una percepción negativa hacia el sector creativo. En ocasiones esta percepción se ve manifestada al ser comparadas las habilidades “blandas” de los creativos v/s las del sector de la industria tradicional.

Se alude a una “idiosincrasia” particular de los integrantes de este sector, abordando temas como su Ética laboral, la imposibilidad o dificultad de establecer una metodología de trabajo, capacidad de cumplir plazos y horarios, todos temas que –supuestamente- contribuirían a que las industrias creativas no alcancen actualmente los niveles de productividad de industria.

Se considera que existe una relación entre esta “forma de ser de los creativos” y la “dificultad” que presentan para relacionarse con el mundo de las empresas tradicionales.

“Vencer la reticencia de las Industrias tradicionales de la región hacia las industrias creativas. Podríamos decir la cita corriente de un Industrial metalmeccánico, o pesquero, o tradicional de Concepción, cuando tú le mencionas Industria Creativa, es que es un chiste, es poco serio, es gente desestructurada. Precisamente de eso se trata un poco la creatividad que tiene que ver con abordar la realidad desde otras perspectivas.”

“Tengo la impresión que en general muchas de las personas que optan por desarrollar productos culturales o creativos, no tienen una buena formación emprendedora. Entonces, no es capaz de llevarlo una lógica de crecimiento, de sustentabilidad, de creación de valor. Incluso algunos no les gusta. Algunos no les gusta, lo ven como mercantilizar lo que hacen. Pero a todo el mundo le gustan las ‘lucas’.

“Tampoco era posible diseñar una estrategia de unas actividades para lograr los objetivos, porque el objetivo no había sido planteado. Por lo tanto, difícilmente podrían elaborar un cronograma de actividades. Era muy... demasiado hippie.”

Por otro lado, de la investigación también se desprende que del grupo creativo del core, especialmente de las artes escénicas, en algunos casos existe una reticencia a hablar de industria y una opción política de no querer involucrar sus actividades creativas con la institucionalidad.

### **Percepción de las falencias en los sectores creativos**

En Concepción el sector creativo experimenta una gran fuga de capital humano, esto ya que el mercado no ofrece las mismas oportunidades que la capital del país, por ejemplo. Se detecta que para los creativos que buscan formarse técnica o profesionalmente en la ciudad, existe una baja oferta, lo que en algunos casos los obliga a migrar. Además, existe una relación entre la calidad percibida de la oferta ofrecida en Concepción v/s la de Santiago, existe en el imaginario local una diferencia cuantitativa y también cualitativa, que muchas veces obliga a migrar a talentos locales. También existe en algunos casos la percepción de que en Santiago el mismo trabajo es mejor remunerado.

11

### **Centralización en términos de decisiones y recursos otorgados**

Existe la percepción de que el presupuesto otorgado a la región es insuficiente, ya que no permite financiar programas de capacitación, y de fomento a las industrias creativas necesarios dentro de la región. Además, existe la percepción de que no existen relaciones suficientemente vinculantes desde las regiones, no existe la autonomía suficiente para proponer programas y enfoques que se consideren relevantes a partir del conocimiento que se tiene de la realidad particular regional. No se logra utilizar el conocimiento que dentro de las regiones existe para, por ejemplo, detectar qué etapa del ciclo de producción debe recibir más apoyo en determinado sector de la industria.

### **Profesionalización**

Para cubrir en Concepción toda la cadena del ciclo de producción para los distintos sectores de las industrias creativas, se necesita que existan las personas, los profesionales que manejen estos conocimientos, las infraestructuras, los medios técnicos y las tecnologías que se requieren en cada caso. En el caso de Concepción la oferta aún sigue siendo deficiente, por lo tanto, se detecta una falta de profesionalización del sector.

Por otro lado, se hace evidente la necesidad de contar con gestores/as culturales, que tengan un enfoque en negocios, y que puedan realizar gestiones de vinculación y conexión, para que pueda desarrollarse de mejor forma el ciclo de producción de la industria creativa. Por ejemplo, en el caso de la música una de las etapas que debe potenciarse es la de difusión. Además, aparecen las etapas de creación y producción como las etapas del ciclo de producción que mayoritariamente ha fomentado su desarrollo CORFO.

### Situación laboral

En general, existe la percepción de que en Chile “no se vive del arte, y en Concepción menos”. Esto significa que los creativos en general, reciben remuneraciones muy bajas, lo que los obliga a en algunos casos a tener más de un trabajo, generalmente uno no necesariamente ligado a lo creativo, para poder así realizar el otro, pero de esta manera están destinado menos tiempo y energía al trabajo relacionado con las Industrias Creativas. Por otra parte, existe la idea de que para trabajar con la creatividad es necesario tener primero, ciertas áreas cubiertas, como por ejemplo tener certeza de que se cuenta con el dinero para pagar el arriendo, luz, agua, etc. El trabajo creativo requiere de un estado mental particular, que resulta difícil alcanzar cuando las condiciones laborales y de vida son precarias.

### Instituciones y organismos públicos

Bajo la percepción de los entrevistados los principales organismos que influyen en concepción a la hora de impulsar el crecimiento y fomento de las industrias creativas son: son Corfo, ministerio de las culturas y las artes, IRADE, Prochile y Universidad de concepción y C3.

### Síntesis de los Hallazgos

<b>Categorías</b>	<b>Hallazgos</b>
Manejo del concepto industria creativa	Concepto de manejo muy reciente. Del año 2014 y no más atrás de 2010. Involucra lo artístico, diseño e innovación.
Percepción del término Industrias Creativas	Predomina modelo de la UNESCO. Aunque coinciden en que en Concepción no se puede hablar aún de una industria creativa.
Asociatividad y Organización	Primero, iniciativa de la sociedad civil Segundo, Desde 2014 intervención del Estado a través de distintos programas Asociatividad Intra sector detectada. Relaciones y vínculos entre sectores aún débiles. Notables diferencias entre sectores.
Desarrollo por sector	Mayor desarrollo en las artes visuales, musicales, diseño y arquitectura. Otras áreas con un Desarrollo bastante menor.
Idiosincrasia del creativo	Predomina la percepción “desde fuera”. De la industria tradicional que los percibe como poco serios y carentes de metodología de trabajo
Percepción de falencias	Falencias en centralización Santiago-Concepción; deficiente autonomía regional, formación, profesionalización y gestión. Inestabilidad y precarización laboral

Fuente. Elaboración propia

### Conclusiones

Las instituciones como, IRADE, universidad de Concepción y organismos como Ministerio de las artes las culturas y el patrimonio, la municipalidad e Concepción y CORFO son conscientes de la importancia

social, artística y cultural que entrañan las industrias creativas, y efectivamente estas instituciones desempeñan un gran aporte en el desarrollo actual de las industrias creativas a nivel regional.

A través de diversos fondos, programas e iniciativas apoyan oficios y emprendimientos creativos e innovadores en la región. Efectivamente las industrias creativas son actualmente un eje central en la propuesta de desarrollo del país, las políticas gubernamentales y los respectivos planes de desarrollo regionales así lo demuestran.

Las iniciativas e intervenciones impulsadas por el gobierno regional, así como Corfo son concurridas y bien recibidas, sin embargo, el sector de las industrias creativas en Concepción para crecer y fortalecerse requiere de, por un lado instrumentos regionales que efectivamente lo doten de autonomía para plantear sus programas, actividades y enfoques, ya que el problema no parece ser tanto los recursos otorgados a las regiones, sino no contar con las capacidades de la toma de decisión dentro de la región. De esta manera, poder hacer estudios exhaustivos acerca de por ejemplo, qué parte del ciclo de producción debe ser potenciado y asistido para cada uno de los sectores de las industrias creativas. De esta manera comenzar a rellenar los vacíos que actualmente existen en la cadena de producción en la región y que obligan a migrar a los creativos.

Debe existir una política de estado, que sea más duradera que una política gubernamental del gobierno “de turno”, es decir, debe existir una razón de Estado, una vocación duradera de otorgar mayor protección y seguridad para las condiciones laborales del sector creativo. Por otro lado, también se evidencia la necesidad de mayor oferta educacional para el sector creativo, se requieren mayores gestores culturales en la región, así como potenciar áreas que han quedado prácticamente olvidadas como las del sector circense.

13

A partir de la definición propuesta por Boisier (1989) sobre desarrollo regional, no se puede establecer que las industrias creativas sean actualmente un factor de desarrollo regional. Estas no cumplen los cinco factores que determina el autor: principalmente no existe una autonomía de decisiones a nivel regional, tampoco una Captación orientada a la reinversión del excedente económico de la región, luego, la inclusión social tampoco se cumple, ya que está dada por decisiones vinculantes y como ya dijimos anteriormente esto es algo que hay que trabajar aun desde la gobernanza de la región., la sincronía inter sectorial y territorial tampoco es evidente ya que la región no se desarrolla espacialmente en el mismo grado. Y, finalmente, el último ítem Conciencia ecológica y responsabilidad colectiva hay que decir que sí al menos teóricamente está considerado en las estrategias actuales y futuras de desarrollo regional

Para continuar la investigación o para el desarrollo de próximas investigaciones Sería interesante realizar focus groups entre creativos. Así indagar más sobre las dinámicas relacionales que existen entre los distintos sectores creativos. Hubiese sido interesante complementar esta investigación con un mapeo de las industrias creativas en la región, donde se pudiese catastrar con datos actualizados las industrias creativas actualmente en Concepción. Hacer un mapa de cercanía entre los creativos, para ver quienes están conectados con quién y a través de qué tipos de relaciones, para así determinar el grado de cohesión e interrelación dentro del sector creativo en Concepción.

Propuestas a nuevas investigaciones

- Mujeres como agentes creativos en Concepción.
- Caracterización de las remuneraciones del sector creativo y estilos de vida del sector creativo en Concepción.

## Referencias bibliográficas

Boisier, S. (1989). *Los siete pecados capitales de la capital y el desarrollo de la región del Biobío: Un binomio para potenciar la calidad de vida*. EURE, XV (46), pp.7-15.

CNCA. (2011). *Cultura oportunidad de desarrollo*

CNCA. (2014). *Mapeo de las industrias creativas en Chile*.

CNCA. *s.f. Hacia una cuenta satélite de cultura. Datos económicos sobre el desarrollo del sector cultural en Chile*.

CNCA. *s.f. Plan nacional de fomento a la economía creativa*.

GOBIERNO REGIONAL REGION DEL BIOBIO., IDEE consultores. (2012). *Mapeo industrias creativas región del Biobío*.

UNESCO. (2009). *Marco de estadísticas culturales de la UNESCO 2009*.

UNESCO. (2010). *Políticas para la creatividad: Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*.

Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas*. Buenos Aires, Argentina: Editorial de las Ciencias

Otros recursos:

Software ATLAS.ti, para análisis de los datos

Informantes, entrevistas

E1 Directora ejecutiva de CORFO Biobío

E2 Coordinadora regional de Unidad de Fomento de las Culturas y las Artes de Industrias Creativas.

E3 Gerente de proyectos de IRADE

E4 Presidenta SIDARTE, actriz, productora y gestora cultural

E5 Director de Desarrollo e Innovación VRID, Universidad de Concepción.

E6 Director Centro de Creación Concepción C3 miembro AGICC

E7 Asesor cultural Municipalidad de Concepción

E8 Gestora cultural, Diseñadora y fundadora de “fundación Madrugada”

E9 Actor, director de compañía de teatro, director área bienestar SIDARTE

E10 Psicólogo, docente universitario, Músico compositor y arreglista. Integrante banda musical. Ex socio MIC