



Economía creativa: Tensiones entre innovación y cultura. Prácticas regionales que desafían modelos foráneos.

Maximiliano Facundo Vila Seoane

maxvila@uni-bonn.de

Zentrum für Entwicklungsforschung

Resumo /Resumen

El objetivo del trabajo es ofrecer elementos para pensar las actuales y nuevas potenciales conexiones entre innovación y cultura, de forma tal de poder pensar políticas más inclusivas para el área. La discusión se basa en una revisión de la literatura recolectada en el marco de un proyecto de doctorado en curso sobre la expansión de la idea de industrias creativas y de prácticas alternativas en Argentina y Brasil. Se describen los conceptos de economía creativa e industrias creativas y la forma en la que se relacionan con la innovación. Luego se menciona la expansión de estos términos y prácticas a países de Latinoamérica. Esta traslación de conceptos genera tensiones en 5 áreas: el tipo de creatividad; el tipo de innovación; el tipo de emprendimiento que se sustenta; el tipo de propiedad que se escoge; el tipo de cultura que prevalece. No obstante en Latinoamérica hay experiencias que ofrecen nuevos caminos de interacción entre cultura y tecnología, que aportan prácticas para modificar los modelos de intervención en la región. A partir de ejemplos, se ilustran aspectos de las cinco tensiones y se realizan sugerencias para el diseño de políticas de entrecruzamiento más inclusivas entre innovación y cultura.

Palabras clave: Economía creativa; industrias creativas; cultura viva; cultura digital; diversidad cultural.

I. Introducción

"... una tecnología no puede darse sino como apéndice de una cultura (...) si cultura es estrategia para vivir en un lugar y en un tiempo entonces también es política". (Kusch, 2007, p. 137)

Industrias creativas ha sido el término clave que unió innovación con el concepto previo de industrias culturales. Desde su aparición en los noventa, este término ha generado varios debates, ha mutado y se ha transferido a distintos países, con adaptaciones (o no tanto) a las condiciones locales. En este contexto, el objetivo del trabajo es ofrecer elementos para pensar las actuales y nuevas potenciales conexiones entre innovación y cultura, de forma tal de poder pensar políticas más inclusivas para el área. La discusión se basa en una revisión de la literatura recolectada en el marco de un proyecto de doctorado en curso sobre la expansión de la idea de industrias creativas y de prácticas alternativas en Argentina y Brasil¹.

Originalmente la idea de juntar cultura con industria en un término surgió en el trabajo de Adorno & Horkheimer, que utilizaron el término "industria cultural" peyorativamente para marcar la tensión existente en masificar la producción cultural, alienando al productor cultural, y el peligro que eso en sí implicaba. Con el paso de las décadas, se viró al uso del término en plural, "industrias culturales", que se convirtió en un concepto positivo para entender y explicar la producción en dichas industrias (cine, radio, editorial, teatro, música, etc.). El carácter de industria se refiere a su organización vertical y a la forma en la que el proceso es manejado en serie, como si se tratara de la producción de otra mercancía más. Esto es sencillo de ver en varias de las industrias tradicionales, como el cine. En este modelo el rol del estado y la subvención a la producción cultural fueron siempre importantes. No obstante, a principios de los 90, en el auge de la denominada década neoliberal, en Inglaterra² y Australia se lo reemplazó por el de "industrias creativas". Este cambio conceptual no fue inocente, e implicó una revalorización del rol del mercado, del control de los derechos de autor en la producción cultural; la introducción del emprendedor cultural; y su conexión con la generación de riqueza, tal como se evidencia en la definición original de Inglaterra.

¹ Para acceder a un resumen de la investigación ver <http://www.zef.de/staff/1181.html>

² La definición utilizada en Inglaterra seleccionó las siguiente 13 industrias como creativas: Arquitectura, Artesanías, Artes escénicas, Cine y video, Diseño, Editorial, Mercado de arte y antigüedades, Moda, Música, Publicidad, Software, Televisión y radio, Videojuegos (DCMS, 1998).

“todas aquellas actividades que tengan su origen en la creatividad individual, habilidad y talento y que tengan el potencial de creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de propiedad intelectual”(DCMS, 1998).

La introducción de este nuevo concepto en reemplazo del de industrias culturales propició una conexión explícita entre los estudios de innovación y el área de cultura, como así también una fuerte discusión sobre si esta conexión era necesaria o no. Por un lado, en el debate se encuentran aquellos autores que aceptan la introducción del nuevo término. Ellos sostienen la hipótesis de que las industrias creativas son parte de sistemas de innovación y a su vez los retroalimentan, por ejemplo al brindarles contenidos. También se asume que las industrias creativas son una de las más innovativas, que brindan buenas oportunidades de empleo y de mejor calidad, entre otras bondades (Hartley, 2005; Potts, 2009). Por el otro lado, se encuentran los autores que mantienen una visión negativa, ya que afirman que el cambio de terminología se trata de un reciclaje neoliberal para virar la cultura a los valores y prácticas del mercado soslayando otros fines (Garnham, 2005; Uricchio, 2004), donde en realidad muchas veces el tipo de trabajo es precario e inestable (Hesmondhalgh & Baker, 2010).

Tal vez para dejar atrás estas discusiones, se ha empezado a utilizar el término economía creativa, que originalmente fue definido como la cantidad total de transacciones de productos “creativos” en una economía, sin definir muy claramente que se entiende por ellos y conservando el rol clave de la protección de la propiedad intelectual (Howkins, 2007). Esta definición ha sido la base para el enfoque de la UNCTAD, que trasladó la economía creativa como posible estrategia de desarrollo al ámbito internacional (UNCTAD & UNDP, 2008, 2010). Varios países de la Unión Europea han adoptado esta estrategia, incluso se ha creado un programa para la promoción de los sectores creativos³, y en Latinoamérica países y/o ciudades también han adoptado el concepto y/o prácticas de la economía creativa, como el caso de Argentina y Brasil. Al mismo tiempo, la discusión sobre este concepto y sus implicancias se están debatiendo en diversos ámbitos de la región, debido a una serie de tensiones en el proceso de traslado de la idea inicial originada en contextos diferentes, que no necesariamente consideran la realidad latinoamericana de diversidad étnica, riqueza en conocimientos tradicionales, expresiones de cultura popular y un contexto político diferente de la década de los 90. Tensiones que serán detalladas en este artículo.

En cuanto a la organización del trabajo, en la sección II se detallan la transferencia de algunos ejemplos de economía creativa a la región y su potencial relevancia. En la sección III

³ http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/creative-europe/eac-leaflet-creative_en.pdf

se esbozan un conjunto de tensiones generadas al juntar ideas y prácticas del ámbito de los estudios de innovación con el área de cultura, por intermedio de las denominadas industrias creativas o economía creativa. En la sección IV se consideran casos e iniciativas regionales que utilizando tecnologías en distinto nivel de intensidad ofrecen otras formas de intervención en el área cultural, que se apartan de las definiciones mencionadas al principio, y que aportan nuevas ideas y formas de intervención para políticas de innovación y cultura más acordes al contexto latinoamericano. Finalmente, en la última sección se realiza una breve discusión y se sugieren algunos elementos para el diseño de políticas más inclusivas al considerar la intersección de los estudios de innovación con los de cultura.

II. L a expansión de los modelos de intervención a países de Latinoamérica y sus especificidades

La expansión de los modelos de intervención en economía creativa se puede deber a los procesos de globalización de ideas, llevados a cabo por expertos en la temática, por comunidades epistémicas nacionales e internacionales, o por el rol de organismos internacionales como la UNCTAD o de políticas exteriores de países. En este último caso es notable el ejemplo del British Council, que en varios países de la región posee políticas activas de difusión y promoción del concepto. No obstante, la transferencia institucional de prácticas y formas de intervención nunca puede ser hecha de forma acrítica, pues dadas las diferencias de contextos políticos, históricos y sociales, un único modelo difícilmente sirve en todos lados. Es una verdad de Perogrullo que la realidad latinoamericana es muy diferente de las existentes en países europeos u otros que iniciaron esta idea. Para empezar, la región cuenta con una diversidad de etnias y de expresiones culturales populares únicas, esto se suma a una amplia diversidad lingüística, aún grandes desafíos de inclusión social, entre otros, que claramente pone en duda la aplicación directa de las políticas puramente comerciales para el área de cultura. Esta realidad también explica la necesidad de adaptar el concepto de innovación para que tenga en cuenta cuestiones de sustentabilidad ambiental. Finalmente, se suma a esto el hecho de que las industrias culturales ya desarrolladas y establecidas en Latinoamérica presentan un alto grado de concentración de propiedad en pocas empresas, lo cual paradójicamente en una tierra de amplia diversidad de voces, son pocos los que pueden difundir sus contenidos (Becerra & Mastrini, 2008).

Al considerar las especificidades latinoamericanas, no es casual encontrar tensiones con la idea básica de la economía creativa tal como fue explicitada por Howkins, quien no considera lógicas no privadas. No obstante, el término ya es utilizado en algunos de los

ámbitos de política en Latinoamérica. Uno ejemplo es Brasil, que en 2011 creó la secretaría dedicada a la promoción de la economía creativa⁴. Si bien las actividades del área son aún incipientes, se evidencia la búsqueda de un concepto parecido pero a la vez diferente del original, donde se incluyen términos como "sustentabilidad", "diversidad cultural", "inclusión", sin dejar de lado a la "innovación". En Argentina se ha optado por utilizar el término Industrias Culturales a nivel nación, y el de industrias creativas a nivel ciudad de Buenos Aires, lo cual en sí también ya refleja parte de las tensiones y diferentes modelos culturales mencionados en la introducción. Si bien la terminología utilizada para nombrarlas no siempre coincide, en todos ellos la importancia de estos sectores intenta quedar evidenciada en documentos y en estadísticas mostrando la importancia de las actividades culturales en proporción con respecto al PBI (UNCTAD & UNDP, 2010). Si bien cada país utiliza definiciones diferentes en los sectores a incluir, algunos ejemplos del porcentaje abarcado son el de Chile en donde la cultura abarca el 1,6% del PBI⁵, de Argentina que en 2012 llegó a representar el 3,8% del PBI⁶, o en Brasil con un 2,7% del PBI en 2011 (SISTEMA FIRJAN, 2012). Independientemente de su peso, la expansión de las prácticas asociadas a las industrias o economía creativa están generando tensiones y nuevas variantes en la región que se describen en las próximas secciones.

III.

A

Algunos ejes de tensión en los modelos de economía creativa

Al analizar el vínculo entre innovación y cultura, y los juicios y discursos que diferentes actores en el área tienen, se pueden distinguir un conjunto de tensiones que postulo que parten de un traslación de conceptos y experiencias del primer campo, particularmente enfocado en la esfera privada, hacia el segundo (independientemente de si se está analizando un caso de la esfera pública o comunitaria), y que se pueden sintetizar según la respuesta a las siguientes cinco preguntas.

a) ¿La creatividad es solamente individual?

La definición original de la DCMS focalizó en la capacidad creativa individual, pero, ¿Es la única? ¿Qué dicen las recientes investigaciones sobre este asunto? Para empezar, las recientes investigaciones sobre el tema muestran que existen diversas perspectivas para estudiar la creatividad (Runco, 2007). Algunas analizan el tema desde la psicología humana, otras desde la biología, o desde las ciencias sociales que contemplan factores como la

⁴ <http://www.cultura.gov.br/secretaria-da-economia-criativa-sec>

⁵ <http://www.cultura.gob.cl/redcultura/ministro-cruz-coke-revela-cifras-del-real-aporte-de-la-cultura-a-la-economia-y-anuncia-el-primer-mapeo-de-industrias-creativas/>

⁶ <http://www.industria.gob.ar/giorgi-destaco-que-las-industrias-culturales-casi-duplicaron-entre-2004-y-2012-su-participacion-en-el-pbi-nacional/>

educación, el contexto histórico, el cambio de la capacidad creativa a lo largo de la vida, o según los procesos cognitivos utilizados (Simonton, Birren, Simon, & Donald, 2000). Otras líneas de investigación destacan la importancia de la interacción entre motivación intrínseca y extrínseca; la pertenencia a redes de pares donde los nuevos conceptos o ideas creativas se clasifican y perfeccionan mutuamente; o la importancia de condiciones socio-culturales adecuadas que promuevan la creatividad (Simonton et al., 2000). Es decir que la creatividad no depende exclusivamente de características personales, no es una cualidad de "genios". Esta relevancia del aspecto de la comunidad o la red de pares y un entorno para la promoción de la creatividad, también refleja que la misma es un proceso en muchos casos colectivos, hecho que se refleja no sólo en los grupos de creación en el área de ciencia y tecnología, sino también en colectivos artísticos y particularmente en el sentido colaborativo de varios pueblos originarios de Latinoamérica, como por ejemplo los Mapuches. Punto que justamente señala que la creatividad no es sólo individual. Por último, si bien la evidencia muestra que la creatividad es bastante común y accesible a todos y no reservada sólo para unos pocos, también es cierto que se necesitan conocimientos previos para serlo en cualquier área del conocimiento. Sin acceso a entrenamiento, educación y a grupos sociales donde se reproduzca e intercambie sobre estos conocimientos, es más difícil adquirir las capacidades necesarias para ser creativo en un área. Lo cual claramente define un límite en contextos donde las posibilidades de acceso a la educación o formación se encuentran restringidas.

b) ¿Qué tipo de innovación se considera?

La definición más arraigada de innovación la asocia a la introducción exitosa de un nuevo producto o proceso en el mercado, tal como las estadísticas de ciencia, tecnología e innovación han logrado estandarizar. La transferencia de esta convención al área cultural llevaría a pensar que existen productos o servicios culturales y que su grado de éxito está medido por el mercado. Pero la interpretación de la cultura meramente con un producto o servicio es una asociación que ha generado y aún genera intensos debates a nivel internacional, y que encuentra antecedentes en los debates entre la UNESCO y la OMC para evitar que la cultura sea considerada como un simple servicio más. Disputa aún no saldada. Por ende, la definición de innovación acotada al mercado no es útil al considerar lógicas más allá de la puramente privada en el área cultural. Existen diversos conceptos y nociones en construcción que intentan reflejar cambios en el uso de tecnología o de formas de organización, tal como lo son los de tecnología social, innovación social, innovación inclusiva, entre otros. Posiblemente un avance allí sería más adecuado para estudiar y diseñar políticas en la

intersección de las dos áreas, sin caer (in)conscientemente en el diseño de políticas de innovación para el área cultural que sólo se focalicen en empresas privadas.

c) ¿Qué tipo de emprendimientos se sustentan?

El modelo estándar de industrias creativas o de economía creativa habla de la figura del emprendedor o emprendimiento cultural, de forma análoga al emprendedor individual de la teoría de la innovación. Tales míticos emprendedores, en base a su capacidad de iniciativa, logran sobreponerse a todos los desafíos para conseguir introducir sus productos en el mercado, dependiendo lo menos posible del estado. Este modelo basa su funcionamiento en el lucro, y a partir de él define su condición de sustentable, generalmente de forma independiente de los impactos ambientales o sociales negativos que pueda tener. Si bien es verdad que esta tendencia ha sido denunciada por movimientos ecológicos y aquellos que buscan una mayor equidad social, y que llevó a un mayor control en varias organizaciones para impedir dichas externalidades negativas, no deja de ser la forma dominante de operar. No obstante, al trasladar esta lógica al área cultural, la preponderancia de este modelo aplasta y ofusca lógicas públicas y comunitarias, que no necesariamente limitan su sustentabilidad a criterios de rentabilidad financiera. Suele decirse que tales emprendimientos (funcionando bajo diferentes lógicas) no tienen futuro, no obstante la experiencia en muchos países latinoamericanos muestra lo contrario. Varias iniciativas operan desde hace años (aunque en contextos adversos), como experiencias colectivas, comunitarias, cooperativas de radio y televisión, y en el contexto de una revolución digital también están ofreciendo nuevos modelos y formas de producción alternativas en el área cultural, no sin enfrentar condiciones leoninas al lidiar con patrones de evaluación pensados para empresas.

d) ¿Qué tipo de propiedad se escoge?

En el área de ciencia y tecnología la respuesta estándar suele ser la privada a partir de la obtención de patentes (muchas veces utilizadas como *proxys* para medir la innovación), las cuales le otorgan al solicitante el monopolio temporario de explotación de la invención, a cambio de difundir (de forma críptica para alguien no versado en la materia) los elementos centrales de lo protegido. Un similar modelo ha prevalecido en el área de la cultura, derechos de autor o *copyright*, que dependiendo de la legislación, le otorga por una dada cantidad de años el derecho al autor a cobrar regalías por sus obras y a impedirle a otros acceder o reproducir la misma, sin su consentimiento. Nuevamente aquí el riesgo de la traslación consiste en asumir que el modelo de propiedad intelectual cerrada es el único posible, afirmación que la variedad de prácticas encontradas en la realidad desmienten. La principal alternativa que se ha erigido a nivel internacional, fundamentalmente como respuesta a un

endurecimiento de la protección de derechos de autor impulsada por sectores estadounidenses, ha sido el movimiento *Creative Commons*⁷ (Flew, 2005). Dentro del marco jurídico de los derechos de autor, esta alternativa ofrece 6 licencias distintas para ceder de forma pública obras⁸. Las mismas permiten realizar el registro a nombre de su/s autor/es, y sus diferencias (entre las 6 licencias) se derivan de una combinación de los siguientes puntos: a) si su fin de uso será comercial; b) si la obra podrá ser modificada; c) y si subsecuentes obras deberán ser cedidas bajo los mismos criterios que los utilizados por la licencia original. Al tornar accesible las obras creadas, la idea del movimiento *Creative Commons* es contribuir a un amplio repositorio de contenidos que estén disponibles para futuros productores, creadores, artistas, etc., con el fin de incrementar las posibilidades de mezclar los contenidos y de generar nuevas combinaciones. Es decir, fomentar más la creatividad y la innovación con una filosofía de conocimiento abierto y compartido. Evidentemente comparten principios con las exitosas experiencias de software libre, como Linux.

e) ¿Qué tipo de cultura se protege?

Dos peligrosas traslaciones se pueden mencionar con respecto a esta pregunta. La primera es que la innovación en teoría se explica como un proceso de destrucción creativa, donde se introducen nuevas prácticas o tecnologías que reemplazan las anteriores, que se pueden suponer más eficientes, o al menos mejor adaptadas para la solución de un problema específico que las previas. La segunda es que la difusión de dichas innovaciones suelen seguir curvas en forma de S, alcanzando gran parte de los potenciales destinatarios luego de un tiempo. Aunque como sugieren los estudios de sistemas socio-técnicos, no siempre dichos procesos son lineales (dada la existencia de coaliciones de actores, puja de intereses, barreras de entrada, costos hundidos, entre otros), no deja de haber en estas teorías la idea de reemplazar, renovar una tecnología por otra. Sin embargo, estas ideas transferidas al área cultural pueden terminar en graves hechos de discriminación, tal como lo eran en su momento las concepciones etnológicas de una cultura superior al resto, la cual tenía que difundir sus prácticas a las periferias para civilizarlas. Un concepto claramente colonial, que asume como verdadera la existencia de un proceso evolutivo en el área cultural. Esta transferencia, si bien ha y es combatida por diferentes organismos internacionales y de la sociedad civil, no deja de ser otro peligro al entrecruzar esta parte de la teoría de la innovación con el área de cultura, que ha sido combatido por el campo de la relatividad cultural en etnología, y que se suma a la

⁷ <http://www.creativecommons.org/>

⁸ <https://creativecommons.org/licenses/>

tensión mencionada sobre el concepto de innovación en sí y los movimientos a favor de la protección de la "diversidad cultural" (Mattelart, 2002).

IV. R **espuestas y abordajes diferentes en Argentina y Brasil**

Como se delineó brevemente en la sección II, las características de los países latinoamericanos han llevado a nuevos experimentos para implementar iniciativas que alumbren nuevas rutas a seguir en la interacción entre cultura e innovación. Si bien hay un nutrido grupo de experiencias que caen dentro de los principios y actividades de la economía creativa definida como lo hizo Howkings, focalizaré en lo nuevo, en lo distinto que ha surgido en la región. En particular el programa Cultura viva en Brasil, la ley sobre servicios audiovisuales en Argentina, junto con los nuevos desafíos presentes en la convergencia hacia entornos digitales que evidencian algunas de las tensiones mencionadas anteriormente.

a) Cultura viva

Una acción estatal de gran impacto en la región ha sido el programa Cultura Viva iniciado en Brasil en 2004 durante el gobierno de Lula Da Silva. En primer lugar, y tal como su nombre sugiere, propone una concepción de cultura como algo vivo, que engloba diferentes y múltiples cosmovisiones del mundo. Claramente una idea opuesta a la ofrecida por el concepto de economía creativa de Howkings, tal como ilustra la siguiente cita del ideólogo del programa "*Se a cultura for pensada somente como produto, sinônimo de modernizaçãounegócio, o povoficafora do palco*" (Turino, 2010, p. 69). En la práctica, el programa consistió en la articulación de redes, en lo que se denominó *Pontos da Cultura* (puntos de cultura). Se apoyaron iniciativas de trabajo en distintas áreas culturales, de forma de reconocerlas como tal al otorgarles el símbolo de punto de cultura, y se les brindó un pequeño financiamiento junto con un estudio multimedia (una cámara de video, una mesa de sonido, micrófonos y computadoras para que funcionen como islas de edición bajo software libre) (Costa, 2012; Turino, 2010). De esta forma los mismos productores culturales en los puntos de cultura pasaron a contar con los medios para distribuir su producción. Esto se complementó con la generación de plataformas online por parte del Estado donde volcar y distribuir el variado contenido generado. Los puntos de cultura se expandieron rápidamente en cantidad y pluralidad de expresiones apoyadas, y expresaron la inmensa diversidad cultural del Brasil, incluyendo actividades relacionadas con el teatro, cine, baile, pintura, entre otras⁹. De esta forma se logró legitimar experiencias que ya venían trabajando en el territorio y

⁹ Para más información ver los videos sobre las actividades de los distintos Pontos da Cultura en el canal "Cultura ponto a ponto" de la TV Brasil. <http://tvbrasil.ebc.com.br/culturapontoaponto>

fomentar nuevas. Esto ha servido de base para la generación de redes de puntos de cultura en general, como así también de puntos con temáticas específicas en común, como lo son los casos de los puntos de cultura indígena, puntos de cultura afro, puntos de software libre, puntos de medios libres, entre otros. Más allá del impacto a nivel nacional, la experiencia en los últimos años también ha cruzado las fronteras brasileras y se ha establecido, con algunas similitudes pero también diferencias, en Argentina, en Ecuador, en Perú, entre otros países de la región. Esto justamente porque ofrece un paradigma alternativo de creación, revalorización y transmisión de expresiones culturales, gracias al uso de tecnologías que incrementan las interacciones y los intercambios entre actores del área cultural, enhebrando redes. Tanto en Brasil como en la expansión del concepto de cultura viva a otros países latinoamericanos, cabe destacar el rol de los movimientos sociales y de colectivos de artistas en difundir y defender esta iniciativa. Un ejemplo fue la realización del primer congreso de cultura Viva comunitaria¹⁰ realizado en La Paz en 2013, sumado a los proyectos de ley en curso para su aprobación en varios países de la región, que buscan formalizar este tipo de apoyo en el área cultural.

En fin, el programa ha sido una iniciativa pionera en mostrar que la cultura es diversa, amplia, variada, y que va mucho más allá de las prácticas puramente comerciales. Se ha utilizado de una forma original tecnologías para la expresión y difusión de diversas prácticas culturales, otorgándoles visibilidad y fomentando la asociación y el trabajo en red. En tal sentido puede ser considerada una experiencia de "innovación social", la cual contactó actores dentro de cada país, fomentó la creación colectiva, y generó vínculos entre países para realizar reclamos comunes.

b) Servicios audiovisuales en Argentina y organizaciones sin fines de lucro

Otra de las recientes experiencias es la sanción de la Ley 26.522¹¹ de servicios de comunicación audiovisual en Argentina que les permite a los organismos no gubernamentales sin fines de lucro (cooperativas, universidades, sindicatos, entre otros) prestar estos servicios. Previamente tenían vedada esta actividad por la previa ley vigente heredera de los principios de la última dictadura argentina, y en cambio ahora tienen la posibilidad de aspirar a tener sus propios medios audiovisuales de forma legal.

Entre los nuevos actores sin fines de lucro, sin duda las cooperativas ocupan un rol relevante por su peso en la economía Argentina, ya que tienen una larga trayectoria de prestación de servicios (electricidad, telefonía, internet, etc.) en muchas ciudades del país. Las

¹⁰ <http://www.congresoculturavivacomunitaria.org>

¹¹ <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

mismas, guiadas por los 7 principios definidos por la Alianza Internacional de Cooperativismo, difunden servicios y prácticas que no se centran en el lucro, sino que en la ayuda mutua, en la solidaridad, en principios democráticos de gestión colectiva¹². Bajo esta nueva ley cuentan con la posibilidad de trasladar estos principios al área cultural, en este caso a la producción audiovisual, elaborando contenidos que representen los principios cooperativos, donde lo colectivo prima sobre lo individual, y la solidaridad sobre el lucro. Principios, prácticas y valores diferentes de los defendidos por la versión mencionada previamente de la economía creativa. Y en este sentido también se puede hablar de una innovación social, donde estos y el resto de los actores sin fines de lucro tienen la posibilidad de elaborar contenido audiovisual relacionado a su entorno que rompa con el problema de la concentración mediática y geográfica preexistente en las producciones audiovisuales argentinas.

A su vez, este cambio legal ha llevado a una revalorización de la actividad audiovisual en sí, que pasa a ser apoyada como una industria con un gran potencial. No sólo en términos de generación de empleo por la apertura de nuevos radios y canales, sino también por su potencialidad de difusión de capacidades técnicas y de conocimientos a lo largo del país. Una de las iniciativas en sintonía con esta idea es el programa de polos audiovisuales¹³, que busca generar clústers en cada provincia argentina, para aglutinar geográficamente actores con las capacidades y conocimientos necesarios para llevar a cabo estas actividades. Tres clases de actores intervienen en dicho proceso: el estado, que actúa como el agente impulsor al fomentar la red nacional de transferencia de conocimientos, además de brindar recursos e información; 2) las universidades, que en cooperación con el estado se convirtieron en los nodos de la red ideada por el primero; 3) productores, organizados principal, pero no exclusivamente, como cooperativas de trabajo. Por lo tanto, se promueve la interacción virtuosa entre estado, universidad y empresas (principalmente cooperativas), que recuerda a la asociación realizada por Sábato en su famoso triángulo.

Asimismo, dado que la producción audiovisual necesita de una sofisticación tecnológica y una difusión de capacidades para su operación, su promoción puede influir en un incremento general en los procesos de innovación en el sector y también en otros por la transmisión de nuevos contenidos. A esto se agrega la potencialidad que ofrece para resguardar la memoria de eventos, de actos, de culturas y sus costumbres, que enriquecen los acervos colectivos y la riqueza de la diversidad de conocimientos existentes. No obstante,

¹² <http://ica.coop/en/what-co-op/co-operative-identity-values-principles>

¹³ http://www.tda.gob.ar/contenidos/programa_polos_audiovisuales.html

unas observaciones iniciales sobre el desarrollo del caso argentino muestran una dependencia tecnológica para el funcionamiento de estas prácticas, dado el origen de muchos de los equipos y el software utilizados. Lo cual al mismo tiempo es una oportunidad, que podría fomentar por un lado producción local, y por el otro la interacción con grupos de investigación a fin de generar ideas y soluciones a las problemáticas tecnológicas específicas que tales nuevas producciones necesiten. Esto podría incluir adaptaciones donde el software libre puede jugar un rol importante junto con la creación de plataformas tecnológicas para el área, o laboratorios preparados para realizar desarrollos propios que utilicen y adapten las nuevas potencialidades que se avecinan con la convergencia digital y los nuevos dispositivos electrónicos para la transmisión y consumo de contenidos.

c) Cultura digital

El campo de la cultura digital es otro espacio donde se siguen presentando tensiones en los puntos mencionados previamente, no sólo a nivel latinoamericano sino a nivel mundial. El término cultura digital alude al conjunto de nuevas prácticas de producción, distribución y consumo que surgen gracias al uso de nuevas tecnologías en medios digitales en el área cultural. Su emergencia se puede entender por la acción de varios procesos. Entre ellos: los avances en las tecnologías de la información y comunicación (TIC); la globalización; y la digitalización de los contenidos de las industrias culturales. Estos cambios produjeron nuevos patrones en las cadenas de valor de cada una de las industrias culturales y también desafían con dejar desactualizados los conceptos que previamente se utilizaban para su análisis (Fernandez Quijada, 2007).

Una de las originalidades de las innovaciones en los medios digitales radica en la participación e interacción entre sus usuarios. Esto incluye el incremento en la cantidad de productores de contenido, tal como el ilustra el caso mencionado de puntos de cultura y sus ramificaciones al mundo online (Secretaría de Cultura de la Nación Argentina, 2012). A su vez, los entornos digitales están fomentando la creación colectiva, y es fácil encontrar varios de estos casos en las tradicionales industrias culturales. Uno de los ejemplos en Argentina es el portal Taringa¹⁴, donde los usuarios por intermedio de la plataforma online generan contenido que es evaluado por miembros de la comunidad. En el sector musical, existen diversas plataformas que permiten escuchar canciones online, como son los casos de Spotify¹⁵, last.fm¹⁶, Grooveshark¹⁷. En la industria editorial, también hay una diversidad de nuevas

¹⁴ <http://www.taringa.net/>

¹⁵ <http://www.spotify.com/>

¹⁶ <http://www.lastfm.es>

¹⁷ <http://grooveshark.com/>

experiencias que van desde las plataformas que permiten compartir documentos como Scribd, hasta aquellas donde se realiza una creación colectiva de obras, desafiando los modelos estándar de autor individual. Por ejemplo el caso de Literativa¹⁸ oRelatame¹⁹. El mundo del cine también ha sido afectado por sitios de intercambio de videos como lo son Youtube o Vimeo²⁰. Los medios de comunicación tampoco han sido ajenos a la lógica participativa, donde los comentarios de los usuarios se han vuelto moneda corriente en la información publicada en portales online, o incluso en la consideración de primicias o comentarios publicados en redes sociales como fuentes fidedignas de información. Otro ejemplo es el programa de televisión "conectados" que basa su contenido a partir de propuestas realizadas por la audiencia en su página de Facebook²¹, y luego de su participación en el programa a través del contenido creado por ellos mismos con sus webcams. Estos cambios alteran la lógica únicamente unidireccional de producción de contenidos que prevalecía hasta hace poco, y claramente ponen en duda el principio de que la creación es solamente individual.

En cuanto a la propiedad, los derechos de autor han sido desafiados por las prácticas colaborativas de producción e intercambio de contenidos digitales(Uricchio, 2004). Esto en parte se debe a la facilidad con la que se pueden copiar, mezclar y difundir contenidos gracias a los avances en TIC. Cabe recordar algunos casos, como lo fue en su momento el de la empresa Napster al permitir el intercambio de música entre usuarios, o recientemente Megaupload y la difusión masiva de contenidos audiovisuales, o casos más locales, como Taringa o Cuevana en Argentina. Esta facilidad, junto con la intención de compartir de gran cantidad de usuarios explican la expansión del movimiento *Creative Commons*, que como ya se mencionó, ofrece un tipo diferente de licencia para promover una cultura más libre. Si bien muchas veces sus objetivos son etiquetados de románticos, aún así el movimiento ha logrado expandirse a diferentes prácticas, y es hoy fácil encontrar en la web diversas expresiones culturales bajo estas licencias, que pueden ser halladas por intermedio de buscadores específicamente dedicados a bucear y recuperar estos contenidos en la web²².

El espacio digital a su vez ha otorgado mayor visibilidad y posibilidad de comunicación a diferentes comunidades étnicas con acceso a la red, lo cual les permite generar un espacio virtual propio. Esto nuevamente gracias al uso de plataformas electrónicas. Un ejemplo es el

¹⁸ <http://www.literativa.com/>

¹⁹ <http://www.relatame.com/>

²⁰ <http://www.vimeo.com/>

²¹ Para más información ver detalles de la productora en <http://www.newssock.com.ar/> o su página de Facebook en <https://www.facebook.com/TodosEstamosConectados10>

²² Un ejemplo es el buscado ofrecido por *Creative Commons*. <http://search.creativecommons.org/?lang=es>

de las comunidades de pueblos originarios de Argentina²³ que están utilizando los medios online para la difusión de su cultura, o el ejemplo reciente del canal de televisión Wall Kintún de Bariloche²⁴ que además de corresponderse al ejemplo previo de ley de servicios audiovisuales, utiliza la red social Facebook para difundir su programación y actividades.

Asimismo, las nuevas prácticas en la denominada cultura digital están generando trabajo y financiación colectiva. El modelo de *crowdfundings* un ejemplo, donde personas voluntariamente se ofrecen para realizar tareas específicas de un proyecto. Nuevamente este tipo de iniciativas genera tensiones con una visión netamente individual de la creatividad e innovación. A su vez, las recientes experiencias de financiamiento colectivo (*crowdsourcing*) abren un nuevo universo de posibles proyectos que son financiados directamente por los potenciales interesados en los mismos. Existen varias plataformas para ello, entre ellas Kickstarter²⁵ de USA, Ulule²⁶ de la Unión Europea, o Ideame²⁷ a nivel latinoamericanos, que nuevamente rompen con los esquemas tradicionales de apoyo.

Si bien estas tendencias son alentadoras para la producción cultural, ya a principios de la década se evidenciaba fuertes propensiones a la concentración en los grandes conglomerados que brindan los servicios y plataformas tecnológicas (Bustamante, 2004). Fenómeno que parece seguir repitiéndose por ejemplo en la concentración de servidores de datos en pocos países que no necesariamente respetan cuestiones de privacidad, y que filtran la información a ser devuelta por sus buscadores. No obstante, la innegable y posiblemente imparable convergencia entre actividades culturales y el mundo digital, no hace más que destacar la importancia que la innovación y las nuevas tecnologías tienen y tendrán. Las mismas llevan a nuevas aplicaciones, nuevas formas de organización, de intercambio, pero como se sabe desde los estudios de innovación y de ciencia y tecnología y sociedad, no están exentas de intereses, de formas de acción, de política, y aquí es justamente donde hay un margen de acción, respetando y siendo conscientes de las tensiones mencionadas a lo largo del trabajo.

V. **Discusión y sugerencias**

D

La introducción del concepto de economía creativa o industrias creativas junto con las prácticas asociadas, reaviva conflictos ya conocidos en el área cultural. En su versión más radical, fuera de todas las capas discursivas secundarias, el concepto se refiere a la cultura como un buen negocio, donde la tecnología juega un rol central junto a un uso restrictivo de

²³ <http://www.originarios.org.ar/>

²⁴ <https://www.facebook.com/pages/Wall-Kintun-Tv/196170010506633>

²⁵ <http://www.kickstarter.com/>

²⁶ <http://www.ulule.com/>

²⁷ <http://idea.me/>

protección de los derechos de autor, y donde prima la iniciativa individual, el “emprendedor creativo”. Estos elementos comparten principios ampliamente difundidos por la teoría de la innovación, y esto llevó justamente al acercamiento entre las dos áreas en la práctica y en la investigación. No obstante, existen varias tensiones al realizar transferencias de conceptos de un campo hacia el otro y en el trabajo se señalaron las siguientes: 1) si la creatividad es individual o colectiva; 2) si la innovación sólo se limita a su definición de introducción de nuevos productos o procesos al mercado por empresas o no; 3) si la sustentabilidad sólo se mide por criterios de rentabilidad o no; 4) si se mantienen los criterios restrictivos de copyright o si se consideran también alternativas; 5) si predomina una forma de práctica cultural sobre el resto o no. La existencia de estas cinco tensiones ocurren al transferir conceptos y prácticas de innovación directamente al área de la cultura con la predominancia de una lógica de funcionamiento privada. Pero esto ignora que la cultura va mucho más allá de los intercambios en el mercado, ya que incluye lógicas públicas, comunitarias y cooperativas no basadas exclusivamente en la búsqueda de la rentabilidad. Por lo tanto, es un riesgo ignorar estas tensiones al hablar de innovación en el área cultural, pues se puede caer en modelos poco inclusivos y poco sustentables de apoyo a la diversidad de actividades existentes en los países latinoamericanos.

De igual modo, tampoco parece ser una postura realista la posición radical que a veces se adopta en el área de estudios culturales donde se rechaza y se tilda de negativa toda interacción entre la innovación, tecnologías y prácticas culturales. Los incesables avances tecnológicos muestran una creciente convergencia, interdependencia y mutación en prácticas culturales, y por ende estos efectos no pueden ser entendido sin considerar los fenómenos de innovación que allí ocurren, ni ser ignorados al momento de diseñar políticas. Por tales motivos, los desafíos en términos de diseño de políticas y de investigación son grandes en la intersección entre innovación y cultura, y para contribuir a pensar posibles nuevas rutas en este camino, a continuación bosquejo un conjunto de puntos o iniciativas que se podrían evaluar para avanzar en esta dirección.

Un aspecto a considerar es la extensión del concepto de innovación, a fin de que se utilice un concepto no solamente atado a demandas del mercado cuando se trate de evaluar lógicas de funcionamiento no privadas. Una opción intermedia sería adoptar una definición más amplia de innovación para el área cultural, que tenga en cuenta las prácticas de creación colectiva y colaboración, y se resguarde de los peligros de utilizar una lógica puramente privada de la innovación para las esferas públicas y comunitarias (o del tercer sector).

En todos los casos mencionados en el artículo, el rol de los movimientos sociales, colectivos de trabajo y organizaciones de la sociedad civil han jugado un rol relevante para su concreción. Por ende, se puede inferir que la consideración explícita de su participación para expresar sus problemáticas y demandas contribuirá al diseño de políticas más inclusivas. Por ejemplo, esto podría llevarse a la práctica al diseñar instrumentos que no sólo se basen en asociaciones público-privadas, sino también combinaciones donde se incluya a organizaciones sin fines de lucro como un actor líder o participante en los proyectos a elaborar.

Otro aspecto es el desarrollo de herramientas tecnológicas que se ajusten a las necesidades de los diferentes actores creativos. Se podrían destinar más recursos a instrumentos de promoción que promuevan desarrollos tecnológicos para la diversidad de expresiones y de prácticas culturales. Así se apoyarían diseños que tengan en cuenta las realidades de movimientos sociales. Esto incluiría mejoras en instrumentos e infraestructura, como así también en TIC que son esenciales en el mundo digital para la promoción de plataformas de producción, distribución y acceso a prácticas y expresiones culturales de diversas comunidades, grupos étnicos y culturales de los países de la región.

Una rediscusión sobre las diferentes legislaciones sobre derecho de autor en Latinoamérica es otro aspecto pendiente. Las nuevas prácticas culturales por intermedio de medios digitales, reflejadas en los reclamos de movimientos como *Creative Commons*, sugieren que esta es un área en donde se necesita de nuevas formas de intervención. Formas que incluyan otras alternativas para la protección de obras además de las ya existentes, que justamente permitan el surgimiento de creaciones colectivas y promuevan la colaboración y la solidaridad.

Para concluir, retomo la cita inicial de Rodolfo Kusch para indicar que el desarrollo tecnológico (y de innovación en terminología moderna) no puede dejar de lado los aspectos culturales. A su vez, los mismos van de la mano de proyectos políticos, que a nivel latinoamericano no pueden dejar de lado los desafíos de la inclusión social y de la sustentabilidad ambiental. Ambos recuerdan la necesidad de desarrollar modelos propios para nuestras propias realidades, y evitar caer en los peligros de transferencia acrítica de conceptos foráneos a nuestros contextos, que tan mal han hecho históricamente. La relación entre cultura e innovación puede ser peligrosa para la diversidad y riqueza regional si se siguen sólo las lógicas ajenas a la región, en cambio, puede ser una oportunidad si se arriba a modelos inclusivos, que contemplen y apoyen las diferentes lógicas preexistentes.

VI.
ibliografia

B

- Becerra, M., & Mastrini, G. (2008). *Los dueños del poder. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del Siglo XXI*. Buenos Aires: Promoeteo Libros.
- Bustamante, E. (2004). Cultural industries in the Digital Age: some provisional conclusions. *Media, Culture & Society*, 26(6), 803–820.
- Costa, E. (2012). Políticas públicas en cultura para el escenario de las redes: la experiencia brasileña, sobre la perspectiva de la ecología digital. In *En la ruta digital. Cultura, convergencia tecnológica y acceso*. (1ed ed., pp. 32–40). Buenos Aires.
- DCMS. (1998). *Creative industries mapping document*.
- Fernandez Quijada, D. (2007). Industrias culturales en el entorno digital : una reformulación desde la praxis comunicativa. *Zer*, 119–140.
- Flew, T. (2005). Creative commons and the creative industries. *Media and arts law review*, 10(4), 257–264.
- Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 15–29.
- Hartley, J. (2005). *Creative industries*. Blackwell publishing Ltd.
- Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2010). “A very complicated version of freedom”: conditions and experiences of creative labour in three cultural industries. *Poetics*, 38(1), 4–20.
- Howkins, J. (2007). *Creative economy: how people make money from ideas*. Penguin press.
- Kusch, R. (2007). *Obras completas. Tomo III* (1ed ed., Vol. Tomo 3, p. 592). Rosario: Fundación A. Ross.
- Mattelart, A. (2002). La diversité culturelle: entre histoire et géopolitique. *Globalisme et pluralisme*. Montréal.
- Potts, J. D. (2009). Creative industries and innovation policy. *Management, Policy and Practice*, 11(2), 138–147.
- Runco, M. a. (2007). *Creativity. Theories and themes. Research, development and practice*. Elsevier Inc.
- Secretaria de Cultura de la Nación Argentina. (2012). *En la ruta digital. Cultura, convergencia tecnológica y acceso*. (1ed ed., p. 160). Buenos Aires.
- Simonton, D. K., Birren, J. E., Simon, H. A., & Donald, T. (2000). Creativity: cognitive, personal, developmental, and social aspects. *American Psychologist*, 55(1), 151–158.
- SISTEMA FIRJAN. (2012). *Indústria criativa. Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. Rio de Janeiro.
- Turino, C. (2010). *Ponto de cultura. O Brasil de baixo para cima*. (A. Garibaldi, Ed.) (2.ed. ed.). São Paulo: Anita Ltda.
- UNCTAD, & UNDP. (2008). *Creative economy. Report 2008. The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making*.
- UNCTAD, & UNDP. (2010). *Creative economy: a feasible development option*.
- Uricchio, W. (2004). Beyond the Great Divide: Collaborative Networks and the Challenge to Dominant Conceptions of Creative Industries. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 79–90.

