

UNA APROXIMACIÓN A LA PRODUCCIÓN ARTÍSTICA EN EL CONTEXTO ECONÓMICO ACTUAL. EL CASO DEL EMPRENDEDOR CULTURAL EN MÉXICO

AN APPROACH TO ARTISTIC PRODUCTION IN THE CURRENT ECONOMIC CONTEXT. THE CASE OF THE CULTURAL ENTREPRENEUR IN MEXICO

SANDRA ONTIVEROS MELGAR

RESUMEN

El artículo se propone reflexionar acerca del papel de la producción artística en el contexto social y económico actual, el fomento de las industrias culturales y creativas, en su más amplio sentido, la implementación de empresas culturales y las condiciones en las que se encuentra su posible desarrollo. Se realizará una revisión histórica general, un recuento de las políticas culturales que las insertan en sus programas y una crítica a la supuesta estabilidad económica que proporcionan las empresas culturales mexicanas para el sector artístico.

Las aproximaciones realizadas dejarán entrever las disonancias económicas y las contradicciones a las que se enfrenta la producción artística en los distintos escenarios en los que trabaja el emprendedor cultural, por tanto, se hace necesaria la formulación de vías de comunicación intersectorial y programas adaptados a la realidad del país, para el mejoramiento de las empresas culturales.

ABSTRACT

The article proposes to reflect on the role of artistic production in the real social and economic context, the promotion of cultural and creative industries, in the broadest sense, the implementation of cultural companies and the conditions in which their possible development is found. A general historical review with a recount of the cultural policies that insert them into their programs and a critique of the economy that Mexican cultural companies provide for the artistic sector.

The approximations made will allow to glimpse the economic dissonances and the contradictions that the artistic production faces in the different scenarios in which the cultural entrepreneur works, therefore, it is necessary to formulate intersectorial communication channels and programs adapted to the reality of the country, for the improvement of cultural enterprises.

PALABRAS CLAVE

Industrias culturales y creativas, políticas culturales, producción cultural, empresas culturales, mejoramiento.

KEYWORDS

Cultural and creative industries, cultural policies, cultural production, cultural companies, improvement.

ESTAS PÁGINAS TIENEN COMO OBJETIVO PUNTUALIZAR LAS DISCREPANCIAS ENTRE LOS DISCURSOS DE LAS políticas culturales de los dos últimos sexenios y sus prácticas respecto a los emprendedores culturales en este país, específicamente en la Ciudad de México. Asimismo, presentar una revisión general de los alcances y limitaciones de las propuestas gubernamentales.

INTRODUCCIÓN

Históricamente, la producción artística ha jugado un papel importante no sólo en el campo de la creación, sino como parte del desarrollo del sistema económico. Desde sus inicios, su dependencia, ya sea de la realeza, de los coleccionistas o del Estado, configura la producción, distribución y consumo de estos bienes culturales. En el primero de los casos, los artistas formaban parte de los servicios de la corte, demostrando con su trabajo la estabilidad económica alcanzada, las conquistas territoriales y los altos niveles intelectuales de los señores que los protegían. Cobijados por dicho sistema, existía la posibilidad de una producción constante, aunque bajo la mirada atenta y la autorización para sus creaciones, siendo propiedad —tanto el trabajo como el artista—, de la nobleza.

En cuanto a los coleccionistas vinculados con los marchantes, proporcionaban, por un lado, cierto prestigio y estabilidad económica. Por otro, condicionaban la producción que podía ser por pedido o colocada en manos de algún comprador interesado en el tema, estilo o técnica, considerando siempre el aval del marchante para garantizar la calidad.

La llegada de la revolución industrial trajo consigo grandes cambios en el circuito de su comercialización, pues los compradores de arte ya no sólo eran aristócratas, sino también burgueses, que influían en el mercado, en la oferta y la demanda (Peraza 2008). En ocasiones asesorados

por los marchantes, y en otras, dejándose llevar por su gusto personal.

Aunque los ejemplos están orientados a la producción artística de las artes visuales, esto no deja fuera otras expresiones tales como las artes escénicas o la literatura.

Para el siglo XX se diversifican los mercados y surge el concepto de industria cultural, acuñado por Adorno y Horkheimer, quienes analizan de forma crítica el esquema de su composición y operación, tanto de los consumidores o masas pasivas receptoras, como de los productores. Sobre estos últimos consideran:

La posibilidad de convertirse en sujeto económico, en empresario o propietario, ha desaparecido definitivamente. Descendiendo hasta la última quiescencia, la empresa independiente, en cuya dirección y herencia se había fundado la familia burguesa y la posición de su jefe, ha caído en una dependencia sin salida. Todos se convierten en empleados, y en la civilización de los empleados cesa la dignidad, ya de por sí problemática, del padre (Adorno y Horkheimer 1998, 198).

Se vislumbra el dominio del sistema de producción, ya que las condiciones de la economía mercantil empujan a los artistas a adecuarse a la necesidad de la industria y a someterse al principio de utilidad. Estos argumentos sostienen una fuerte postura frente al capitalismo, que indiscriminadamente denomina mercancía a todo, incluyendo al arte, por lo que la producción artística se ve arrastrada a esa lógica, considerada

como un componente más de rentabilidad para el sistema industrializado, condición que se agravará por otros factores, además de la búsqueda de ganancias mediante la novedad y la creatividad.

Ante la posibilidad de la estabilidad económica, es difícil resistirse al ingreso de la producción masiva acordonada por estándares de serialización y materialización, que al mismo tiempo exigen cierto grado de innovación para mantener el interés del consumo.

Conforme avanzamos hacia y en el siglo XX, la deshumanización de los individuos se hace patente de manera proporcional al crecimiento económico e industrial, la tecnocracia modula las posibilidades humanas, generando la sensación de pertenecer a una maquinaria que debe procesar continuamente, donde las personas son materia desechable y reemplazable, lo que impregna a la sociedad de desencanto. Es cuando surgen distintas perspectivas sobre el papel del artista, que permiten situarlo como productor, y a un tiempo como materia prima.

En este siglo, las industrias creativas consideran a los creativos, incluyendo en ese rubro a los artistas, como motor de desarrollo tanto económico como humano, postura dudosa en tanto que las condiciones de trabajo son similares a las anteriormente expuestas. ¿Solamente se han sofisticado los términos y la dependencia programada sigue presente? ¿Se puede vivir fuera del sistema económico dedicándose de manera profesional a la producción artística, o hay alternativas?

LA PRODUCCIÓN ARTÍSTICA EN Y PARA LA INDUSTRIA

La economía del absurdo que, según Burgaya, no tiene lógica alguna, ni se basa en premisas sostenibles ni en estrategias financieras factibles, está

enfilada al fracaso y se traduce en la crisis global que ha asolado todos los mercados, nos alcanza a todos y los artistas no son la excepción. La insistencia de profesionalizar a todos los sectores de la sociedad, de darle un nombre distinto a la producción artística y a los creativos, ensamblando ambientes con reglas de funcionamiento, administrativas y jurídicas que son atravesadas por contratos, seguros y negociaciones, lo va cambiando todo. Lo importante ahora son las ventas, la especulación, la imagen a través de la publicidad y las promociones. Todo es un producto que debe gestionarse como una empresa lucrativa, museos, bibliotecas, teatros, instituciones culturales, su fin último es explotarlos hasta el desgaste, sólo con la función de la rentabilidad, de demostrar utilidad en un sistema económico que ha llegado a su límite. En una concepción más actual, la producción artística promueve la reflexión y recreación, desplaza técnicas, relaciones con el público y los escenarios de circulación. En relación dicotómica con los modos de producción neoliberal, revierten la división del trabajo, “el artista como diletante y el diseñador biopolítico han sido superados por el técnico como emprendedor, el trabajador como ingeniero, el director como genio y (lo peor de todo) el administrador como revolucionario” (Steyerl 2012, 117).

No se trata sólo de las condiciones económicas, que es evidente que provocan asimetrías y pobreza en diversas dimensiones, sino también de las condiciones de trabajo, en especial de la producción artística a la que se le adjudica libertad, alto valor simbólico e importancia para el bienestar social. Una paradoja ya muy discutida pero que obliga a reflexionar acerca de las condiciones actuales, en particular de las empresas culturales y creativas, ya que desde hace algunas décadas, el financiamiento de la cultura y las artes opera de

manera mixta en diversos países “bajo un esquema de las tendencias relacionadas con lo público y lo privado, a partir de las recomendaciones que en materia de política cultural han dictado los más relevantes foros internacionales” (Harvey 2003, 207), se buscan vías complementarias como el mecenazgo privado o el patrocinio, así como el impulso a la creación de empresas culturales pensadas como autónomas. Es debido a esta circunstancia que la búsqueda de la independencia económica es preocupación y ocupación del sector artístico que no está beneficiado por alguna institución u órgano gubernamental de forma directa, pues se observan notorios recortes presupuestales al campo de la cultura que tienen como consecuencia la disminución de becas y otros apoyos financieros tradicionales para llevar a cabo sus actividades, lo que induce al emprendimiento cultural.

Las consecuencias inmediatas se reflejan en los modelos de negocios autoemprendedores, la ilusión de superar la alienación, un estado vinculado con “el auge de la nueva cultura individualista que da prioridad a los deseos de autonomía, autorrealización y la expresión” (Lipovetsky y Serroy 2016, 92). El anhelo del sector artístico actual parece prometedor e incita a entrar en el circuito, mismo que se ramifica en actividades cada vez más segmentadas y especializadas, enfrentándose a su vez a una disparidad de ingreso y cotizaciones por el cambio en la escala de los mercados, donde sigue ganando la lógica económica del capitalismo. La retribución de mercado es constitutiva del entramado institucional, la historia, la política y lo jurídico; las empresas culturales o creativas promueven en ese terreno la deseada libertad mediante un modelo estructurado para conseguirla. En él, es posible que con

una inversión monetaria y planificación de recursos, ese modelo fructifique y sea de largo aliento, una vez que se conforme un equipo multidisciplinario que cubra las necesidades integrales de los proyectos, conozca las herramientas administrativas e invierta tiempo y capital, es decir, que temporalmente se deje de lado la producción artística o la estructura de forma paralela a estas nuevas habilidades, aunque sin la certeza de sostenibilidad económica a mediano o largo plazo.

En estos andares se encuentra la llamada clase creativa, definida como “un denso grupo compuesto por arquitectos, diseñadores, profesores de universidad, científicos, escritores, artistas o músicos, para quienes la creatividad es fundamental en su trabajo, en una empresa, en el sector educativo, en el de la atención sanitaria, en el legal o, en cualquier otra profesión” (Florida 2010, 47). Es ante este panorama que los artistas deciden o se ven empujados a explorar/explotar su conocimiento y definir tanto su posición laboral como económica a través de las empresas culturales y creativas, concretar las posibilidades de su sostenibilidad y buscar los beneficios prometidos: un paraíso de agentes libres fuera del sistema corporativo, con una vida mucho más lucrativa, creativa e independiente, es decir, un camino que conduce a la búsqueda de la seguridad, la zona de confort. No obstante, la condición de la clase creativa no es esa vida de ensueño, siguen trabajando para empresas e instituciones, se mueven con frecuencia y su condición fundamental es la de empleados y por tanto alienante, se traduce en la docilidad involuntaria del artista/productor para trabajar para grandes industrias o corporativos.

Algunos de ellos trabajan y se ocupan amparados por programas académicos que los resguardan contra la presión de los mercados, lo

que hacen cobra otro sentido de la productividad, como formas de conocimiento, campos de compromiso y planes de relacionalidad. Pequeños oasis “de arquitectura compleja que, con frecuencia presentan fracturas de clase y de la economía política” (Steyerl 2012, 113). Al mismo tiempo, también existe un plano en el que se concibe al artista como un trabajador que generalmente hace prácticas sin remuneración económica, pues su recompensa está en las posibilidades de poner en ejercicio su disciplina, siendo esto otro riesgo que puede correr su economía.

Esta diversidad de posibilidades se ha debilitado, aquellos agentes que amparaban a los artistas mediante becas y subsidios recortan de forma drástica los presupuestos, y aquéllos se ven constreñidos a convertirse en parte de una industria que por añadidura les pide ser subcontratados con salarios bajos. El tránsito de un estadio a otro atomiza al gremio, lo desvincula y lo empuja, parece ser que la producción artística debe cumplir con una cuota de mercado a nivel macro, por consiguiente, el financiamiento para la producción artística no es ya tarea únicamente del Estado, sino que se incluye a la empresa privada y al sector asociativo, lo cual ha generado una multitud de alternativas legales en la materia, entre ellas las empresas culturales y creativas a nivel mundial y México no queda fuera de esta trama.

LAS CONDICIONES DE LAS EMPRESAS CULTURALES

Para comprender de mejor manera cómo se ha desarrollado el interés por las empresas culturales en este país, es precisa una revisión del Programa Nacional de Cultura 2007-2012, que en su octavo eje se dedica a las industrias culturales vistas desde su potencial de desarrollo económico

a nivel local, regional, estatal y nacional. En él se plantea una definición aproximada a la que da la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), que define a las industrias culturales como aquellas que “combinan la creación, producción y comercialización de contenidos culturales e intangibles por naturaleza, protegidos por los derechos de autor y que pueden tomar la forma de bienes y servicios” (PNC 2012, 157), se describe su importancia para las economías del mundo y su capacidad de generar riqueza y bienestar, añadir valor agregado a la cultura y generar empleos e ingresos. Es claro que el discurso devela una manera de deslindarse del financiamiento completo de las actividades artísticas, supone la creación de mecanismos que, aparentemente, sostendrán la seguridad laboral del gremio artístico.

En el mismo documento se propone que se pondrán en contacto la cultura y la producción industrial, participando de manera activa en asociación con los sectores privado y social o terceros, así como definir políticas fiscales, legales y económicas para el sector, mediante políticas públicas amplias, precisas y consistentes. La intención es “hacer crecer los mercados nacionales e internacionales basados en excelencia, calidad y eficacia para la distribución, promoción y comercialización de bienes culturales vinculados a la propiedad intelectual, en pro de una alta rentabilidad cultural y social” (PNC 2012, 158).

El engranaje de las diversas propuestas parece muy consistente para el sector privado que se beneficia con los recibos deducibles de impuestos, no así para los artistas, puesto que las políticas fiscales no les resultan favorecedoras ni claras, debido a exigencias tales como la formación de

una asociación civil, o la alta ante la Secretaría de Hacienda.

Los subsiguientes apartados tratan acerca de políticas de inversión e infraestructura, creación de proveedores de servicios culturales de carácter independiente, en áreas tales como producción, distribución y consultoría; la diversificación de las industrias culturales, la mejora en los estándares de calidad, la proyección y exportación en los principales mercados del mundo; la capacitación para el diseño y administración y distribución de bienes y servicios culturales; así como la creación de fondos de financiamiento para tales industrias. Lenguaje económico y administrativo que presupone un marco jurídico que favorezca el cumplimiento de tales proposiciones, tanto para su clasificación como para su estímulo fiscal y financiero, en compañía de autoridades competentes para la asesoría, regulación y promoción. Para este último punto se recomendaron medidas para la recaudación de ingresos autogenerados, la participación de distintos sectores productivos, fomento del mecenazgo y patrocinio, orientación a proyectos culturales de alto impacto, y la coordinación interinstitucional con los tres ámbitos de gobiernos y la sociedad, para la consolidación y creación de empresas culturales, especialmente en su Objetivo 13.

En esas condiciones se hace preciso hacer públicas las relaciones entre la Secretaría de Economía y la de Hacienda y Crédito Público, en pro de relaciones interinstitucionales lo suficientemente claras para la comunidad artística con pretensiones de ingresar en ese circuito de distribución y comercialización, aunado a una formación sólida e información clara como bases para una mejor toma de decisiones al respecto, es decir, ofrecer un riesgo menor y mayores beneficios.

Es en este periodo que se habla de manera clara y explícita de las empresas culturales, definidas como aquéllas que:

combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son intangibles y culturales en su naturaleza, constituyen en sí un sector de actividad económica, con personalidad propia, pero que comparte características semejantes a otros y, por lo tanto, requieren de reglas claras, estables y conducentes para su desarrollo, como todos los demás sectores económicos (UNESCO 2000).

Estas empresas caracterizadas por su doble naturaleza, económica (vinculada con la generación de empleos y de riqueza), y cultural (en su dimensión simbólica), debieran, según las recomendaciones internacionales, desarrollar diferentes programas para su incubación y desarrollo, teniendo un acuerdo transversal con distintos organismos gubernamentales que lo posibiliten. En ese sentido, es pertinente mencionar que, en 2007, en la Ciudad de México se crea el Programa Imaginación en Movimiento,

con el propósito de fortalecer la generación y gestión autónoma de las iniciativas culturales y artísticas que impulsan creadores, jóvenes, promotores y otros actores sociales en la Ciudad de México, así como para impulsar la creación, el fortalecimiento y la consolidación de empresas culturales autónomas y otras formas de asociación que respondan a las necesidades de la vida cultural de la ciudad Movimiento (SCGDF 2014, 1).

El programa ofrece orientación, asesoría, cursos, talleres y seminarios a artistas, creadores y representantes de colectivos artísticos, con la intención de impulsar emprendimientos creativos independientes en el marco de los derechos culturales. Aunque sus grandes fortalezas son la

formación y la difusión, carece de un fondo económico que asigne capital semilla para los participantes que culminen su plan de negocios en la práctica. El cabildeo intersectorial es una necesidad que no se ha cubierto y los resultados son parciales.

Es con el paso del tiempo que se conforma la transición de las industrias culturales a las creativas, y el impacto económico demostrado, por los países industrializados, ha incentivado el interés de los países latinoamericanos por seguir los pasos y advertencias de los expertos en la materia para el fomento de las industrias creativas, en consecuencia, también de las empresas culturales, ahora, creativas.

Históricamente nuestro país firma su intervención en gran parte de los acuerdos internacionales en materias diversas, por lo que, a partir de la iniciativa de Gran Bretaña para la creación de las industrias creativas, en el sexenio vigente 2012-2018 se ha enfatizado el interés gubernamental por la creación y desarrollo de las empresas creativas desde las políticas culturales, aunque el modo de hacerlo tiene cierta opacidad para los interesados. A esta situación se suma el problema del financiamiento, ya que existe una delgada línea entre cualquier empresa y la empresa cultural. ¿Cuáles son las acciones llevadas a cabo hasta ahora para cumplir con el objetivo de la, recientemente creada, Secretaría de Cultura al respecto? ¿De qué manera los interesados en desarrollar una empresa cultural obtienen apoyos? ¿Cuál ha sido la labor interinstitucional para impulsar a las industrias creativas? Ante el planteamiento de uno de los objetivos del Programa Especial de Cultura y Arte vigente, es preciso revisar los pasos que se han seguido para lograr su cumplimiento.

El Programa Especial de Cultura y Arte (PECA) 2014-2018, contiene al respecto que,

también es imperativo lograr que el impacto de la cultura en el desarrollo productivo del país esté a la altura de su amplio potencial. En este sentido, se deben impulsar políticas modernas que reconozcan la importancia del sector económico de la cultura... En general, son necesarios programas de fomento y estímulo a las industrias creativas y empresas culturales, así como el fortalecimiento de los fondos de apoyo a la producción en medios audiovisuales y, en general, a la creación artística y a proyectos culturales en las entidades federativas (DOF 2014, 7).

En el último reporte de Avances y Resultados del PECA de 2017, se menciona que se otorgó el 9.7% en recursos para el apoyo a la creación artística y desarrollo de las industrias creativas, aunque los mecanismos mencionados para ello son becas, estímulos, apoyos, actividades subsidiadas y el incremento en el registro de derechos de autor. No aparece entre la información algún apartado sobre empresas culturales o creativas que son base fundamental para el sostén y desarrollo de dichas industrias.

Es cierto que se reconoce el potencial de las industrias creativas, se miden incluso sus aportaciones al Producto Interno Bruto (PIB) nacional, prueba de ello son los registros en la Cuenta Satélite de Cultura que incluye estadísticas. No obstante, dichos datos no dialogan con los programas de estímulo, como EFICINE y EFITEATRO, que se van modificando conforme la experiencia adquirida en su aplicación, sin el cruce con esas pruebas contundentes que conducen a reducir el error, mismas que de forma cuantitativa indican las diversas direcciones que se pueden tomar.

Es cierto que apremia la revisión del papel de la cultura en la estrategia socioeconómica, “e incluso la revisión de la estructura económica, de cadenas sectoriales a redes de valor, incluyendo nuevos modelos de negocio (gracias a las nuevas tecnologías y al surgimiento de creaciones en colaboración)” (Fonseca 2008, 18-19), aunque es menester hacer la traducción a las realidades locales. En este sentido, la socialización de la estructura financiera y los planes de negocio deberían ser conocidos ampliamente por la comunidad artística, agente fundamental de carácter funcional para las industrias creativas a nivel internacional. Sin embargo, es mínima la población que tiene la información completa, ya que en los diversos sitios web de los organismos implicados y responsables de tales tareas, no existe un listado de reglas, definiciones, modos de operación y otras especificaciones, tanto legales como fiscales, que esclarezcan el panorama para que los futuros emprendedores culturales puedan tomar mejores decisiones respecto al desarrollo de sus proyectos.

Si el interés se centra en operar a través de programas específicos para el estímulo de las empresas culturales, se debiera partir de elementos que definieran tanto sus actividades como sus contribuciones, en el PECA se incluye la siguiente definición:

Son aquellas formadas por empresarios o emprendedores en temas culturales o artísticos. Contribuyen a hacer de la cultura un motor de desarrollo económico para el país, que reditúa en la generación de empleos en el sector. Propicia la creación de un sistema sostenible que vincula la esfera del arte y la cultura con los ámbitos social y económico (DOF 2014, 40).

La definición dista de la realidad si se le da prioridad, en las políticas culturales, al sector

audiovisual por encima de todas las otras categorías definidas por los organismos internacionales, si hace falta una red de agentes que sustancialmente provean de recursos de todo tipo y que produzcan el empleo prometido y, especialmente, si hace falta vinculación explícita, legitimada y estructurada con lo social y lo económico.

Existen varios ejemplos en los que se vislumbra cierto apoyo, como en la Ciudad de México, con el Programa Imaginación en Movimiento, antes mencionado y vigente, que está más dedicado a la capacitación y formación del sector artístico y cultural en planes de negocios; es tal su situación incipiente, que se reconoce que todavía debe:

fortalecer las alianzas gubernamentales y con otros sectores para el financiamiento a los proyectos culturales y/o empresas culturales como capital semilla, recursos a fondo perdido y créditos blandos definidos de acuerdo a la escala de los proyectos. Creación de un fondo interinstitucional o mixto con capital privado, que facilite el carácter bianual de los fondos, dados los tiempos para incubación de empresas que no corresponden a los tiempos fiscales y administrativos de la administración pública (SCGDF 2014).

En 2014, el entonces Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta), dio a conocer el Programa de formación empresarial y financiamientos para industrias creativas y culturales del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (Fonca), en colaboración interinstitucional con el Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem) y Nacional Financiera (Nafinsa). Se ofrecía crédito hasta por cuatro millones de pesos, con tasas de interés del 12% en plazos flexibles en un plazo de hasta cinco años, bajo ciertas condiciones (ICL

2014); situación favorable para aquellas empresas culturales interesadas en colocar sus productos o servicios en el mercado y la sostenibilidad a largo plazo. La descripción presentó un programa aparentemente completo, integral y consistente con las necesidades del país, con reglas claras y apoyo financiero, relaciones interinstitucionales y visión a largo plazo; sin embargo, fue el único año en el que se presentó. Fue un intento por mostrar que no sólo se manejaban discursivamente las propuestas de la UNESCO y el Reino Unido, se podría catalogar como un espejismo al que llegó sediento el sector artístico.

Otro caso de apoyo fue el del gobierno de Jalisco que, desde 2014 y hasta la fecha, lanza anualmente la convocatoria *Proyecta Industrias Creativas*, dirigida a emprendedores culturales, cuyo apoyo consiste en:

la entrega de capital semilla para fomentar la creación, fortalecimiento y consolidación de las industrias culturales y creativas de Jalisco en las áreas de diseño y servicios creativos, medios audiovisuales, artes visuales, música, artes escénicas y espectáculos, nuevas tecnologías, gestión pública, libros, entre otras (SCGEJ 2018).

Este ejemplo presenta consistencia en el proceso de socialización, apoyo al diseño de las propuestas empresariales y la implementación acompañada del financiamiento, pero especialmente por la continuidad, lo que posibilita un mejor estudio, evaluación y mejoramiento de las empresas culturales. Aunque es un programa estatal y enfocado al desarrollo de las empresas del ramo audiovisual, específicamente animación, videojuegos y efectos visuales.

Por otro lado, el Inadem, como parte de sus programas de desarrollo empresarial, cuenta

con la Incubación de Alto Impacto, Aceleración de Empresas y Taller de Alta Especialización, que entre sus beneficiarios tiene a las empresas que pertenecen al sector de Industrias Creativas, estableciendo características, formación, criterios de evaluación y montos asignados. El objeto del programa se define del siguiente modo:

Apoyar e impulsar proyectos potenciales de emprendimiento de alto impacto en etapa temprana a través de la incubación; empresas en etapa de escalamiento, a través del proceso de aceleración; y facilitar el uso de servicios en los talleres de alta especialización (Inadem 2017).

Dentro de sus programas está el Espacio de Vinculación Empresarial Creativa, poco conocido y direccionado al audiovisual y a la música, con costo por algunos de los servicios que ofrece.

Un caso más reciente es el de Piso 16, Laboratorio de Iniciativas culturales de la Universidad Nacional Autónoma de México, a cargo de Julieta Giménez Cacho. Un programa dedicado a:

materializar ideas e iniciativas de la comunidad universitaria que se desempeña en disciplinas artísticas, que promueve la curiosidad y el emprendimiento innovador y creativo con compromiso social, a través del trabajo colectivo. Un programa de formación e información para impulsar proyectos culturales universitarios que contemplen un involucramiento con la sociedad, a partir de la creatividad y el pensamiento crítico (Piso 16 2018).

Este año se encuentra operando con un primer grupo al que se acompaña de cerca para el diseño del plan de negocios, con un equipo multidisciplinario que paso a paso revisa su construcción y la coherencia de las propuestas en términos fiscales, legales, de producción y marketing. Habrá que esperar un tiempo prudente para verificar si

se cierra el circuito de producción, distribución y consumo, en pro de la sostenibilidad financiera de dichos proyectos.

Por otro lado, la Oferta Curricular Interdisciplinaria del Centro Nacional de las Artes, durante varios años ha implementado una serie de cursos que apoyan de manera paralela el desarrollo de las empresas culturales mediante diversos temas, tales como marketing cultural, desarrollo de proyectos y financiamiento cultural (Oferta Curricular Interdisciplinaria 2018). Los resultados son producto de la necesidad de insertarse en un campo de producción cultural rentable, como es el caso del actor Emilio Bastré, egresado de la Escuela Nacional de Arte Teatral, que ha producido sus puestas en escena con un grupo multidisciplinario, con una mejor estructura formal y organizacional, pero sin capital que le permita planear proyectos de largo aliento como emprendedor cultural. Así como él, existen numerosas propuestas nacidas de profesionales de diversas disciplinas artísticas, que contemplan la posibilidad de estabilidad económica a través de cuartetos de música, compañías de teatro, movilidad artística, creación de centros culturales, entre otras. Todas ellas constituidas con seriedad y profesionalismo, pero carentes de un entorno fiscal y crediticio, lo cual obstaculiza su realización o desarrollo.

Las distintas iniciativas dan muestra de las modalidades de apoyo al desarrollo de las empresas culturales/creativas, que quedan a la mitad del proceso ya que ofrecen la formación pero carecen del apoyo financiero; emisiones únicas o con requisitos previos que no todas las clasificaciones de colectivos artísticos o creadores pueden cumplir, por la naturaleza de su trabajo o la falta de una formación completa o la experiencia en el campo; falta de comunicación intersecretarial o

falta de socialización acerca de los sectores que están dispuestos a apoyar desde el Estado.

Esta breve revisión indica que los esfuerzos por cumplir los objetivos del Programa de Cultura a nivel nacional tienen omisiones y contradicciones operacionales, es clara la necesidad de sistematizar, registrar y dar seguimiento a las distintas modalidades de apoyo para lograr resultados tangibles a largo plazo. Si, “una empresa perteneciente a la industria creativa es aquella que con propósitos comerciales se ubica en un eslabón de la cadena productiva de los bienes y servicios creativos” (VVAA 2013, 69), es preciso tomar en cuenta que la cadena de valor considere dos eslabones más: el de la formación, para fomentar el surgimiento de creadores, y el de la exhibición, para poner el producto ante la apreciación del público.

Así, como se ha revisado, no es suficiente la formación como único recurso para la implementación de empresas creativas, no lo es tampoco el apoyo financiero, se trata de concatenar los elementos que les darán larga vida, se trata de proponer modelos a seguir que cubran las necesidades locales, mantener el equilibrio entre el apoyo a los sectores industriales vinculados a la cultura y la creatividad, a la vez que proteger y fomentar los sectores culturales clásicos y no industriales, más vulnerables a la hora de competir.

También ha de notarse que los organismos gubernamentales que fomentan y apoyan el desarrollo de empresas culturales en otros países, son de carácter económico, tal es el caso de Colombia, que a través de la Cámara de Comercio apuesta a las industrias culturales y creativas por ser uno de los motores de desarrollo económico, mediante un portafolio de servicios, orientado al apoyo empresarial sin importar la etapa en la

que se encuentren y en diferentes ejes temáticos, así como de servicios especializados para aquellas necesidades específicas del sector (Cámara de Comercio de Bogotá 2018).

En México se ha adjudicado la tarea de fomentar el desarrollo de dichas empresas a la Secretaría de Cultura, cuyos esfuerzos atomizados, incipientes canales de comunicación y colaboración con la Secretaría de Economía y la de Hacienda y Crédito Público, han dado como resultado políticas públicas que en el discurso muestran un diseño acorde a las recomendaciones internacionales; no obstante, en su ejecución se evidencian fallas. Probablemente, sean aquellas quienes deban llevar la batuta, ya que su experiencia y toma de decisiones son de mayor pertinencia y acercamiento para el motor económico en el que se convirtió la cultura. De lo contrario, optar por un departamento de vinculación en el que las empresas culturales, plenas de valor simbólico, puedan crecer de la mano de los expertos en economía y lograr los resultados tan esperados y prometidos.

En conclusión, las recomendaciones de los organismos internacionales que proponen, desde su posición legitimante, pasos a seguir para la creación y apoyo de las empresas culturales, deben ser estudiadas bajo una lupa local que permita realizar ajustes o nuevas propuestas que correspondan a la realidad de operación gubernamental. Socializar las tareas que llevan a cabo las instancias gubernamentales en pro del desarrollo de las empresas culturales/creativas entre la comunidad artística. Cruzar los datos duros obtenidos en la Cuenta Satélite de Cultura con los resultados cualitativos que producen y necesidades que tienen hoy en día los colectivos o agrupaciones artísticas. Ampliar los créditos y beneficios fiscales a todas las clasificaciones de industrias creativas

que existen actualmente. Proporcionar créditos y capital semilla, regulados con transparencia y continuidad. Dialogar de forma intersecretarial e intersectorial con la comunidad artística, son algunos de los pasos iniciales para que comiencen a pensarse seriamente las empresas culturales y creativas, como motor de desarrollo integral, como plataforma de estabilidad económica para el sector artístico. Es preciso que las políticas culturales vayan más allá de la mera ilusión o promesa, que se conviertan en una opción para la producción artística, a la que se le exige profesionalizarse, mostrar calidad, compromiso e incluso inversión personal. La apoteósica tarea es indispensable para que se obtengan resultados consistentes en la, tan necesaria, reconstrucción del tejido social.

REFERENCIAS

1. Burgaya, Josep. 2015. *La economía del absurdo*. Barcelona: Deusto.
2. Cámara de Comercio de Bogotá. 2018. Industrias culturales, creativas y de comunicación gráfica. <https://www.ccb.org.co/Fortaleza-su-empresa/Apuesta-sectorial-de-la-CCB/Industrias-Creativas-Culturales-y-de-Comunicacion-Grafica>
3. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. 2017. Programa Nacional de Cultura 2012-2017. http://www.cultura.gob.mx/recursos/acerca_de/pnc2007_20121.pdf
4. Cunningham, S. 2011. Developments in Measuring the “Creative” Workforce. *Cultural Trends*. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09548963.2011.540810>
5. Diario Oficial de la Federación. 2014. Programa Especial de Cultura y Arte 2014-2018. http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5342486&fecha=28/04/2014

6. Florida, Richard. 2010. *La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Barcelona: Paidós.
7. Fonseca Reis, Ana Carla, Coord. 2008. Economía creativa: como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo. São Paulo: Itaú Cultural.
8. González, E. 2015. Políticas para el fomento de las Industrias Culturales en Latinoamérica. Informe final. Bogotá: Universidad EAN.
9. Harvey, Edwin R. 2003. *La financiación de la cultura y de las artes. Iberoamérica en el contexto internacional*. Madrid: Iberautor.
10. Horkheimer, Mark y Adorno, Theodor. 1998. *Dialéctica de la ilustración*. Madrid: Trotta.
11. INADEM. 2017. Programas de Desarrollo Empresarial. <https://tutoriales.inadem.gob.mx/convocatoria.php?id=11>
12. Instituto Cultural de León. 2014. "El FONCA ofrece apoyo a empresas culturales". <http://institutoculturaldeleon.org.mx/icl/story/1226/FONCA-ofrece-apoyos-a-empresas-culturales#.WhegToqWbIU>
13. Lipovetsky, Gilles y Serroy, Jean. 2016. *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona: Anagrama.
14. Nafin. 2018. Estrategias. <https://www.nafin.com/portalfn/content/sobre-nafin/nuestra-estrategia/mision.html>
15. Oferta Curricular Interdisciplinaria. 2018. <http://www.cenart.gob.mx/2018/08/oferta-curricular-interdisciplinaria/>
16. Peraza, Miguel e Iturbe, Josu. 2008. *El arte del mercado en arte*. México: Miguel Ángel Porrúa.
17. Piso 16. Laboratorio de iniciativas culturales UNAM. 2018. <http://piso16.cultura.unam.mx/nosotros.php>
18. Secretaría de Cultura. 2017. Programa Especial de Cultura y Arte 2014-2018. Avances y resultados 2017. Especial. <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/320232/Informe-Avance-Resultados2017.pdf>
19. Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal. 2014. México: Imaginación en Movimiento. Empresas y emprendimientos culturales. http://agenda21culture.net/sites/default/files/files/cities/content/pilot_CDMX_SPA.pdf
20. Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Jalisco. 2018. Abierta la convocatoria Proyecto Industrias Creativas. <https://sc.jalisco.gob.mx/prensa/noticia/6859>
21. Steyerl, Hito. 2012. *Los condenados de la pantalla*. Buenos Aires: Caja negra Editora.
22. UNESCO. 2000. "Declaración Universal de la UNESCO sobre Diversidad Cultural". Adoptada por la 31 Sesión de la Conferencia General de la UNESCO, Artículo 8. París.
23. UNESCO. 2006. Comprender las industrias creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas. Recuperado el 16 de agosto de 2017. http://portal.UNESCO.org/culture/en/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf/cultural_stat_es.pdf
24. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). 2010. Creative economy report 2010. Nueva York: United Nations.
25. VVAA. 2013. Emprendimiento cultural para el desarrollo local. Antioquía: Ministerio de Cultura/ SENA.