



LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y LOS MUSEOS: USINAS DE CULTURA QUE GENERAN VALOR ECONÓMICO Y SOCIAL



Fotografías: Jicela Montero Bravo

El museo -en tanto nodo creativo conectado con el tejido social y económico de su entorno- forma parte del proceso de transformación de su territorio tanto geográfico como digital. Eso sin duda lo relaciona con el desarrollo de las economías creativas con las que, por otra parte, el museo está en permanente vinculación para su desenvolvimiento.

LAS INDUSTRIAS CREATIVAS, SU IMPORTANCIA ECONÓMICA Y SOCIAL

Las industrias creativas representan un sector de la economía que realiza actividades ligadas a la cultura y a la creatividad¹. En relación a sus aspectos económicos, es un sector que genera empleo. En Argentina, durante el año 2023 se ha registrado más de 350.000 puestos de trabajo formales y un aporte al PBI del 1,84%². Según la UNESCO, la cultura y la creatividad constituyen el 3,1 % del Producto Interior Bruto (PIB) mundial y el 6,2 % del total del empleo. Según las estimaciones disponibles, en América Latina y Caribe, representan entre el 2% y el 4% del PIB y dan empleo a 1,9 millones de personas en la región.³

Podemos decir que además de su valor simbólico, las industrias creativas son también un motor que genera desarrollo económico a la vez que una gran herramienta para la inclusión y el desarrollo social, porque gracias a sus sistemas de producción, distribución y consumo, permiten que las comunidades puedan acceder a la cultura. La producción y circulación de libros, películas, discos, la transmisión de contenidos audiovisuales y de música on line o descargable, la circulación de obras de teatro, danza, espectáculos musicales y la movilidad de los artistas, son todas actividades posibles gracias a los sistemas desarrollados por las industrias creativas y sus emprendimientos tanto públicos como privados. Podemos asegurar, entonces, que las industrias creativas generan más cultura, lo cual significa más oportunidades de acceso a la diversidad en cuanto a la creación y a la oferta de contenidos, más democracia cultural y más derechos de participación tanto en la producción como en el consumo de contenidos culturales.

HABLEMOS DE LOS MUSEOS

Los museos son actores clave en el tejido social de una comunidad. Son eslabones fundamentales del llamado “ecosistema creativo”, porque los museos no solo atesoran sus piezas, las conservan, las investigan y por supuesto las exhiben, sino que también organizan actividades educativas, conferencias, conciertos, proyecciones de cine y otras actividades culturales para sus públicos y hacia la conquista de las audiencias. El museo es también un lugar de encuentro social ligado a la creatividad y un espacio para despertar intereses, pensar nuevas ideas y descubrir nuevas potencialidades en

las personas, en síntesis, un lugar para la construcción de ciudadanía. Es decir que los museos generan nuevos públicos que se acercan al arte, la ciencia, la historia y al mundo de la cultura en general, y mejoran la calidad de vida de sus comunidades.

Como parte de la oferta de turismo cultural y espacios de educación para escuelas, investigadores y público en general, los museos son a la vez instituciones estratégicas para el desarrollo sostenible de sus ciudades.

Asimismo, el museo como organización, es un gran consumidor de los bienes y servicios que ofrecen las industrias creativas, ya que para su funcionamiento requiere de profesionales especializados en las distintas áreas específicas (museógrafos, curadores, artistas, diseñadores, educadores, fotógrafos, realizadores audiovisuales, guías, etc.) y empresas de diversa índole: gestión cultural, arquitectura, diseño, museografía, software, comunicación, marketing, publicidad, prensa, servicios audiovisuales y muchos otros servicios indirectos que son parte del amplio universo de este sector, como logística, transporte, seguridad, mantenimiento, impresión, servicios administrativos y jurídicos, entre otros. Ante el creciente desarrollo de las nuevas tecnologías, los museos vienen incorporando los servicios digitales que brindan nuevas oportunidades de contacto con sus públicos y audiencias. El desarrollo de páginas web, redes sociales, visitas 360, aplicaciones, códigos QR, podcasts, y en algunos casos hasta la incorporación de videojuegos e inteligencia artificial en sus salas, son algunos de los recursos innovadores con los que los museos cuentan para mediar -y trans-mediar los contenidos- con sus visitantes. Por otra parte, el diseño integral de “la experiencia” de sus públicos contempla servicios que se transforman en nuevas fuentes para el

¹ La cultura, en su aspecto económico y como actividad productora de bienes y servicios de valor simbólico y comercial, tiene la posibilidad de crear puestos de trabajo y dinamizar la economía de un país. Es este el espacio para el desarrollo de la llamada “economía creativa”, que representa una gran riqueza basada en el talento, la propiedad intelectual y la herencia cultural de cada región, y que abarca esencialmente las actividades productivas de la industria cultural en sus distintas disciplinas: artes escénicas y espectáculos artísticos, artes visuales, libros y publicaciones, audiovisual, diseño, música, patrimonio material, formación cultural, contenido digital y servicios de publicidad.

² Fuente SINCA, Sistema de Información Cultural Argentina

³ Re-pensar las políticas para la creatividad, UNESCO, 2022.





ingreso de recursos (o unidades de negocios) como visitas guiadas especiales (temáticas, performáticas, sensoriales, etc.), eventos, tiendas de regalos (que desarrollan productos ad hoc sobre sus colecciones y exhibiciones temporarias), librerías de arte, cafeterías y restaurantes, salas para reuniones corporativas, estacionamiento para visitantes y alianzas estratégicas con empresas e instituciones del sector privado.

Todas estas actividades, que acercan a nuevos públicos y aportan financiamiento -a la vez que dinamizan la economía del museo y su entorno- son generadoras de valor agregado y puestos de trabajo sostenibles.

EL ROL DE LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA LOS MUSEOS DE IBEROAMÉRICA Y LA ECONOMÍA CREATIVA

Los museos tienen una relación directa con todos y cada uno de los enunciados de la Carta Cultural Iberoamericana, el mayor instrumento de cooperación de la región que “desde la perspectiva de la diversidad de nuestras expresiones culturales, contribuye a la consolidación del espacio iberoamericano y al desarrollo integral del ser humano y la superación de la pobreza”⁴. Son instituciones en las que podemos reconocer propuestas activas en relación a sus fines⁵, sus principios⁶ y sus ámbitos de aplicación⁷, no solo en lo referente al fomento de la protección y difusión del patrimonio cultural. Los museos tienen incidencia en forma transversal sobre todos los ámbitos alcanzados por la Carta Cultural Iberoamericana, y en este sentido -a través de sus distintas actividades- establecen relaciones directas entre la cultura y los derechos humanos, las culturas tradicionales, indígenas, de afro-descendientes y de poblaciones migrantes, la creación artística y literaria, las industrias culturales y creativas, los derechos de autor, el patrimonio cultural, la educación, el medio ambiente, la ciencia y la tecnología, la comunicación, la economía solidaria y el turismo.

En este sentido, y desde una perspectiva regional, los organismos de cooperación cuentan con las condiciones necesarias para concretar proyectos basados en la investigación, la formación y capacitación sobre las nuevas

competencias necesarias para la gestión de museos. Como se mencionó anteriormente, los museos abarcan un sinfín de especialidades y ámbitos de las industrias creativas que conforman una cadena de valor tan rica como compleja, y que requiere de una permanente actualización para estar a la altura de las profundas transformaciones que vive el mundo contemporáneo. La cooperación es una herramienta esencial para conducir estos cambios, promover el flujo de información entre pares y optimizar el aprendizaje de todas las partes involucradas, hacia un futuro sostenible. ■

por **Andrés Gribnicow**

Miembro de la Comisión Experta de Cultura de la Organización de los Estados Iberoamericanos (OEI) y Director Ejecutivo de la Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes de Argentina

⁴ Carta Cultural Iberoamericana, 2006.

⁵ *Afirmar el valor central de la cultura como base indispensable para el desarrollo integral del ser humano y para la superación de la pobreza y de la desigualdad; Promover y proteger la diversidad cultural que es origen y fundamento de la cultura iberoamericana, así como la multiplicidad de identidades, lenguas y tradiciones que la conforman y enriquecen; Consolidar el espacio cultural iberoamericano como un ámbito propio y singular, con base en la solidaridad, el respeto mutuo, la soberanía, el acceso plural al conocimiento y a la cultura, y el intercambio cultural; Facilitar los intercambios de bienes y servicios culturales en el espacio cultural iberoamericano; Incentivar lazos de solidaridad y de cooperación del espacio cultural iberoamericano con otras regiones del mundo, así como alentar el diálogo intercultural entre todos los pueblos; y Fomentar la protección y la difusión del patrimonio cultural y natural, material e inmaterial iberoamericano a través de la cooperación entre los países.*

⁶ *Principio de reconocimiento y de protección de los derechos culturales; Principio de participación; Principio de solidaridad y de cooperación; Principio de apertura y de equidad; Principio de transversalidad; Principio de reconocimiento y de protección de los derechos culturales; Principio de participación; Principio de complementariedad; Principio de especificidad de las actividades, bienes y servicios culturales; Principio de contribución al desarrollo sustentable, a la cohesión y a la inclusión social; Principio de responsabilidad de los estados en el diseño y en la aplicación de políticas culturales.*

⁷ *Cultura y derechos humanos; Culturas tradicionales, indígenas, de afro-descendientes y de poblaciones migrantes; Creación artística y literaria; industrias culturales y creativas; Derechos de autor; Patrimonio cultural; Cultura y educación; Cultura y ambiente; Cultura, ciencia y tecnología; Cultura y comunicación; Cultura y economía solidaria; Cultura y turismo.*