





editorial



¿INDUSTRIAS CULTURALES O MERCADO DE CULTURAS?

El dilema (¿o paradoja?) viene de mucho tiempo atrás. Y no es para menos. Es más, como parte de una disputa política universal, definir a la cultura como una industria o como un “hobby” ha sido la parte más básica de la discusión. No es que por ahí se resuelva ese falso dilema: “se hace cultura para vivir o se vive para hacer cultura, sin importar su rentabilidad”. O, por el contrario, si para que una nación se desarrolle basta con la cultura como un valor transversal a todas las actividades o hace falta que sea un factor más de la economía en su más vasta expresión.

Entrados al siglo XXI, con todo el desarrollo tecnológico y digital, ese mismo y aparentemente caduco concepto de “industria cultural” (que lo definió Theodor W. Adorno, por los años 30 del siglo XX, como la transformación de objetos de arte al servicio de la comunidad, pero también del mercado capitalista de entonces) ahora tiene una predominancia porque las “artes”, sobre todo musicales y del entrenamiento en general, adquieren un “prestigio” porque hace ricos a muchos de sus artífices y todo lo que encadena a esa industria.

Pero, al mismo tiempo, hay un sector “cultural marginal”, excluido, empobrecido, porque compite con la lógica capitalista o del mercado con muchas dificultades, como ocurre también con otros sectores de la pro-

ducción y de la creación artística. Y, en ese sentido, además, se juega con otro valor: la “suerte”. Se oye, normalmente, “fulano tuvo suerte” con esa película, con ese libro, con esa obra o con lo que sea. Eso también es parte de la lógica contemporánea del éxito y del “winner” y su contraparte el “loser”.

Entonces, arribamos a otro elemento clave en esta reflexión: la obra de arte ahora es una mercancía más. Y no porque sea ajena al valor de uso y de cambio que tiene en nuestras economías, tampoco se puede dejar de pensar en quienes la producen como parte de una “cadena de valor”. Y siendo así, las industrias culturales están y son parte de la disputa de la que hablábamos al principio. Una disputa para pensar cómo esos productos de las industrias llegan a consumidores para poder sostener a los artistas y a los actores culturales, en todas sus manifestaciones.

No olvidemos un detalle clave: según la UNESCO, las industrias culturales y creativas representan el 3% del PIB mundial. Y Ecuador hasta el año 2021 fue del 1,70%, muy por debajo de la media de todo el planeta.

Por ello, caben algunas preguntas: ¿Ecuador puede y debe desarrollar, bajo estas lógicas, industrias culturales bajo las condiciones laborales inestables y en los espacios cada vez más precarios para impulsar nuevas expresiones y no dejar de dar continuidad a nuestras tradiciones? ¿Qué rol debe jugar el Estado en todo esto y también el sector privado?

De hecho, a veces se ha querido ver al Estado como el gran financista, pero también se lo percibe como el gran

benefactor con muchas limitaciones y hasta disputas políticas de por medio. En cambio, al sector privado se lo ve como un filántropo que escoge a quién apoya y a quién no, según afectos o intereses puntuales. Y esto hay que debatirlo por fuera, ojalá, de las fobias ideológicas que nos plantea la llamada “polarización” política.

Incluso, el desarrollo de “industrias culturales” en un país y una sociedad donde la urgencia es la sobrevivencia y el “austericidio” no deja un “remamente” rentable, se quiere colocar a la cultura como un sector terciario y hasta prescindible, pues se está imponiendo la idea de que los artistas quieren vivir del Estado y todo lo quieren gratis. A nivel mundial, además, se ha gestado esa “noción libertaria” de que quien quiera hacer arte se pague, porque el Estado no tiene esa obligación, pues es un gasto oneroso, innecesario. Noción a la que se han anclado también ciertos artistas e intelectuales, bajo la misma idea de que “el que es bueno siempre triunfa”. Igual a lo que se impone, perversamente, en el debate ideológico que: “El pobre es pobre porque quiere”.

Si de verdad queremos desarrollar la cultura, sus industrias, no como emprendimientos, hace falta la confluencia del Estado y sus instituciones y recursos, además del apoyo activo y directo del sector privado y de la confluencia de los gestores culturales, para además transformar la sociedad y, con ello, también ampliar el mercado y el consumo. ■

por Públicos

Revista de artes y pensamiento