



Revista
de artes y
pensamiento

PÚBLICOS

INDUSTRIAS CULTURALES

¿DE QUÉ HABLAMOS?



Producción

Coraeimp
Eduardo Bravo Jaramillo
Director Ejecutivo

Coordinadora del proyecto

Jicela Montero Bravo

**Propuesta artística,
diseño y diagramación**

Floriane Masse

Desarrollo web

Sergio Quiroga

Portada

Floriane Masse

Agradecimientos

Jorge Cisneros Laiquez
Bernarda Tomaselli
Inés Cárdenas

Textos

Pablo Cardoso
Andrés Gribnicow
Ana Fernández Miranda Texidor
Fabiola Leiva-Cañete
Lía Padilla
Narcis Herrera
Andrea Valdiviezo
Mikaela Montenegro

Fotografías

Jicela Montero Bravo
Mateo Herrera
Ricardo Guanín
Paula Parrini
Gonzalo Guaña
Juan Pablo Merchán
Narcis Herrera
Andrea Valdiviezo
Mikaela Montenegro
Carolina Benítez Bravo

Ilustración

Apxel

Comité editorial: Bernarda Tomaselli, delegada de la Secretaría de Cultura del Distrito Metropolitano de Quito, presidenta del Comité Editorial; Jicela Montero, editora en jefe; Inés Cárdenas, editora asociada; Eduardo Bravo, editor de producción; Sergio Quiroga, editor de producción; Floriane Masse, editora de producción.

El contenido de los artículos es de responsabilidad exclusiva de sus autores y autoras, el Comité Editorial de “Públicos. Revista de artes y pensamiento” no adquiere responsabilidad de la credibilidad y autenticidad de los trabajos y no refleja la posición de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) o la Secretaría de Cultura del Distrito Metropolitano de Quito.

Públicos. Revista de artes y pensamiento es una propuesta editorial que se constituye como un espacio de diálogo alrededor del arte, la cultura y los patrimonios con las y los diferentes actoras y actores de estos sectores y la ciudadanía en general.

Su público objetivo es la ciudadanía en general y las partes que constituyen el Sistema Nacional de Cultura. Bienvenidas, bienvenidos, bienvenidos, bienvenidxs. ■

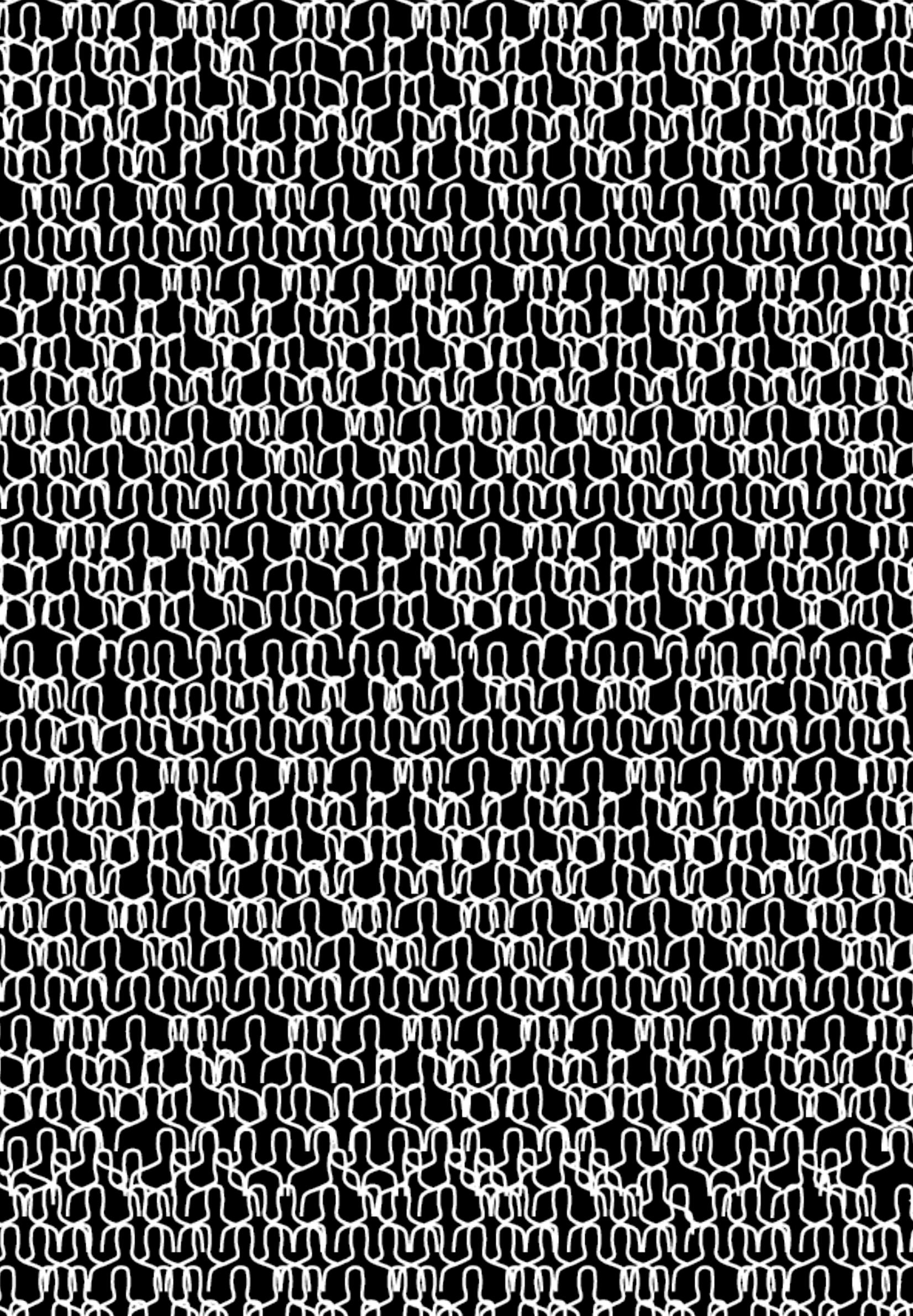
PÚBLICOS

Revista
de artes y
pensamiento

INDUSTRIAS CULTURALES ¿DE QUÉ HABLAMOS?

Públicos. Revista de artes y pensamiento es un espacio de diálogo y encuentro de voces diversas, activas y militantes de la gestión artística, cultural y patrimonial del Ecuador.

Ecuador puede sostener procesos para crear industrias culturales entendiendo que las condiciones laborales y espacios para la creación de los artistas y sus proyectos en su mayoría son precarias, es la gran pregunta. Cómo ser “competitivos” en un mercado cultural cuando las condiciones básicas de la población no se cumplen. ¿Se puede pensar en industrias culturales sin público formado, crítico y reflexivo? ■



CE ÍNDICE ÍNDICE

Editorial ¿Industrias culturales o mercado de culturas?	7 	30 	El Personaje Juana Guarderas
Debates Industrias culturales: el problema de ser panacea	8 	34 	Desde el oficio Crear más allá de la “inspiración”
Las industrias creativas y los museos: usinas de cultura que generan valor económico y social	14 	38 	El arte de hacer arte Tejiendo desde la misma madeja
¿Cultivar o fabricar? La paradoja del arte y la cultura frente a la propuesta de “industrias culturales”	18 	42 	Selfiando Un ensayo visual: el lenguaje de las manos que crean
La cultura y la creatividad de las comunidades y territorio en el centro de las industrias culturales y la economía creativa	22 	50 	Dato pepa JD Feraud Guzmán, un recuerdo industrial necesario
En resumen Apxel	28 	52 	El Grito Cuando el Arte Deja de Ser Arte: El activismo por encima del acto de creación
		58 	Rutas ARTE, CULTURA E HISTORIA en los espacios públicos de Quito



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

INDUSTRIAS

CULTURALES:

EL PROBLEMA

DE SER

PANACEA



Los tiempos modernos (1936), Charlie Chaplin

El acceso a productos artísticos se ha convertido en un acto cotidiano en el mundo digitalizado del siglo XXI. Basta con una búsqueda en internet para acceder a un sinnúmero de canciones, pinturas y películas. Se puede también dar un paseo por alguna ciudad y encontrar salas de cine, librerías, teatros y galerías. Es decir, existe una infraestructura y cadena productiva y logística destinada a la producción y distribución de bienes y servicios artísticos y culturales. En gran medida, la puesta a disposición de estos bienes y servicios y su consumo generalizado sucede por acción de las Industrias Culturales y Creativas (ICC).

Respecto del término ICC, la UNESCO advierte que no se lo aborde desde lo estrictamente “industrial”, sino más bien como la sumatoria de sectores de actividad organizada compuestos por las funciones necesarias para que los bienes, servicios y actividades culturales, artísticas o patrimoniales lleguen al público o al mercado. Es decir que, desde el punto de vista de la contabilidad nacional, las ICC engloban la producción cultural industrial y no industrial; simplificación que no deja de ser problemática tomando en cuenta una posible invisibilización conceptual a la heterogeneidad de modos y lógicas de producción que se manifiestan en el campo cultural.

INDUSTRIA CULTURAL: ORÍGENES Y CARACTERÍSTICAS

Sin embargo, en sus inicios el término de industria cultural estaba estrechamente ligado a la producción mecánica y la estandarización, dos elementos que definen lo industrial. Justamente, la Revolución Industrial fue la etapa en la que aparecieron y masificaron estos elementos, de modo que para ilustrar la dinámica de la producción en aquellos tiempos me gusta acudir como imagen a una de las primeras joyas del cine: “**Los tiempos modernos**” de Charles Chaplin (1936).

Esta obra maestra, cuyas imágenes transmiten el ritmo vertiginoso del capitalismo industrial anglosajón a inicios del siglo XX en la usina-panóptico, establece una crítica mordaz a la situación del obrero dentro de este sistema productivo. La actuación de Chaplin, además de genial, alude artísticamente con profundidad y con humor a la expoliación capitalista de la sociedad industrial moderna. Este icónico filme fue grabado en **Charlie Chaplin Studios** en Los Ángeles-California, en el **distrito de Hollywood** en Sunset Boulevard. Es decir, esta obra de arte crítica al capitalismo industrial fue producida -paradójicamente- en la naciente meca de la industria cultural norteamericana por excelencia.

Desde distintas propuestas las artes plásticas a inicios de siglo XXI también retrataron la sociedad industrial y su modo de producción. En obras como **El mecánico (1920)**, Fernand Léger utiliza formas geométricas y colores brillantes para representar figuras humanas que parecen integradas en entornos industriales, casi deshumanizadas y aludiendo al progreso. En la antípoda, los muralistas mexicanos denunciaron a través de sus trabajos la llegada del tiempo industrial a nuestras latitudes americanas. Diego Rivera, en los **Murales de la Industria de Detroit (1932-1933)**, retrata el esfuerzo físico de la labor obrera, imagen que recuerda a las escenas de Chaplin atrapado entre los engranajes en *Tiempos modernos*. ■ ■ ■



El mecánico (1920), Fernand Léger



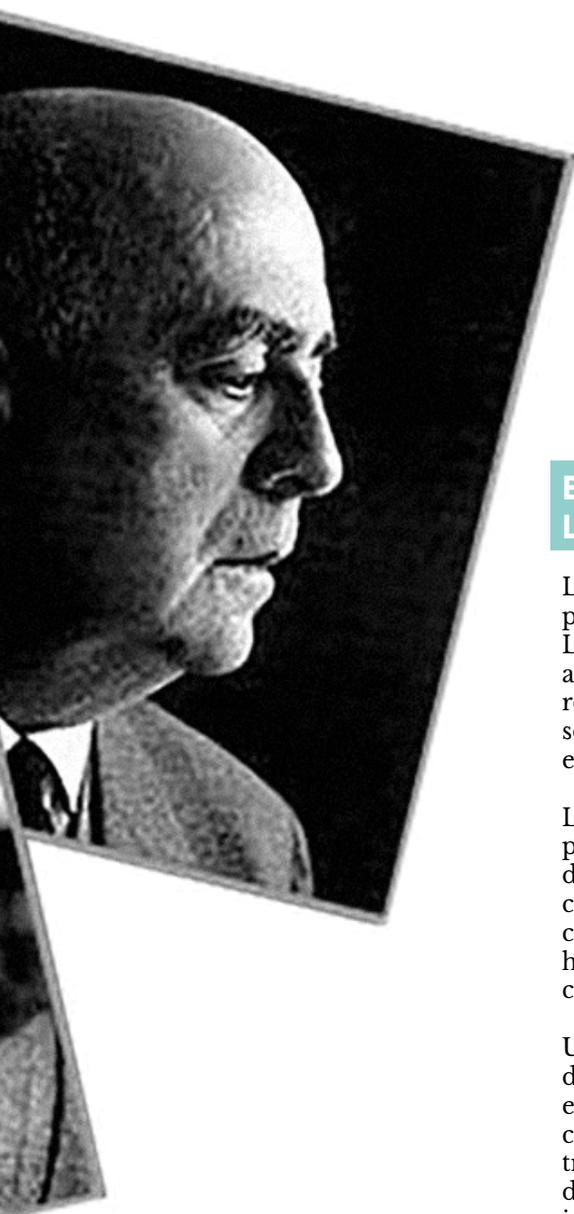
Murales de la Industria de Detroit (1932-1933), Diego Rivera



Theodor W. Adorno
Herbert Marcuse
Max Horkheimer
J. Habermas

Históricamente, el inicio de la producción industrial de la cultura data de mucho antes de las revoluciones industriales – la de la máquina de vapor entre 1760 y 1840 y la de la electricidad entre 1880 y 1914. El parteaguas histórico de la producción en serie de la cultura se ubica en el siglo XV con la invención de la imprenta por parte del orfebre alemán **Johanes Gutemberg**, que permitió la reproducción masiva de escritos y amplió las posibilidades de acceso a estos contenidos. Una ampliación siempre condicionada a las condiciones sociales tomando en cuenta que hace seis siglos era únicamente una pequeña parte de la población la que podía leer, igual que hoy, el acceso a la cultura está en realidad limitado por barreras económicas y culturales.

Entonces, la reproducción del arte y de la cultura puede ser analizada desde diferentes ópticas. Una de ellas alude a la posibilidad de incrementar el acceso a la cultura y de romper el determinismo en torno al consumo del arte por parte de las élites. Otra, se concentra en advertir el riesgo de banalización de la cultura y de su captura por los poderes dominantes/el *statu quo*. **La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica** (1936) es el ensayo icónico del filósofo **Walter Benjamin**, en el cual a partir del análisis de la posibilidad de una obra de arte de ser copiada o multiplicada mediante medios tecnológicos, plantea cómo ésta ha alterado su naturaleza y su relación con la sociedad, sometiéndose a una pérdida del “aura” de la obra (lo singular e irrepetible) y consecuentemente también de su politización.



EL AURA ARTÍSTICA Y ALIENACIÓN SOCIAL: LA CRÍTICA A LA INDUSTRIA CULTURAL

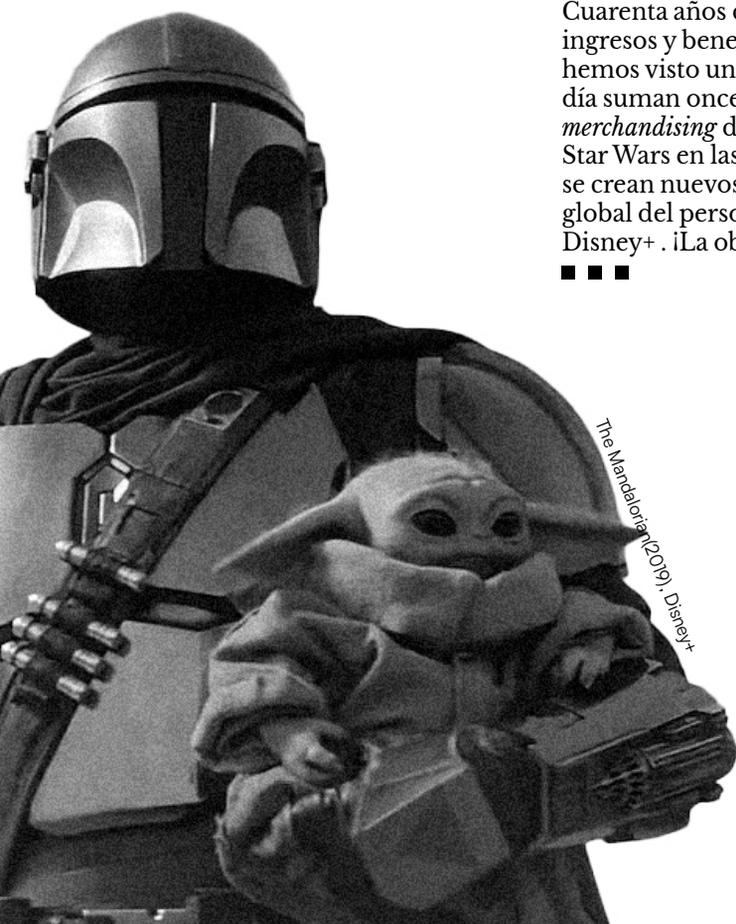
Las disyuntivas establecidas desde entonces entre la producción en serie y las promesas de democratización de la cultura han estado en el centro de debate. La crítica de la Escuela de Frankfurt – de robusta producción intelectual alrededor de la primera mitad del siglo XX- perdura en el tiempo como referente universal al cuestionar el rol que la cultura en serie provoca en las sociedades: la estandarización en la producción perjudica la originalidad. Bajo este enfoque, el término “industria cultural” se utiliza de forma peyorativa.

La Escuela de Frankfurt amplió su crítica: la mercantilización de la cultura priorizará el beneficio económico a la dimensión simbólica, la reproducción de la cultura provoca que su consumo sea pasivo e innecesario al igual que cualquier otra mercancía adquirida por pulsiones consumistas, la cultura se convierte en herramienta de control por parte de los centros de producción hegemónica, las periferias pierden progresivamente los rasgos de identidad cultural y la diversidad fenece frente a la homogeneización del “mainstream”.

Uno de mis ejemplos favoritos para ejemplificar la “reproductibilidad técnica” de una obra de arte -aunque ya un tanto *demodé* para la generación *centennial*- es la historia del filme Star Wars (La Guerra de las Galaxias, para quienes la conocimos en los años ochenta del siglo anterior). George Lucas produjo una trilogía de películas que para toda una generación constituyó una obra de arte de culto, un tratado filosófico-político sobre la democracia y el retrato del imperialismo utilizando los mejores efectos especiales vistos hasta entonces en la gran pantalla.

Cuarenta años después, la industrialización de esta propuesta sigue generando ingresos y beneficios para los actuales propietarios de los derechos de la obra: hemos visto una segunda saga de películas, y luego otras más que hasta hoy en día suman once, se han producido series y videojuegos asociados al producto, *merchandising* de todo tipo e incluso hemos podido encontrar las figuritas de Star Wars en las cajitas felices de **Mc Donalds**. Con este bombardeo comercial se crean nuevos referentes culturales, como fue el caso de la popularización global del personaje **Baby Yoda** de la serie **The Mandalorian** de la plataforma Disney+ . ¡La obra de arte que se desnaturalizó convirtiéndose en mina de oro!

■ ■ ■



The Mandalorian (2019). Disney+

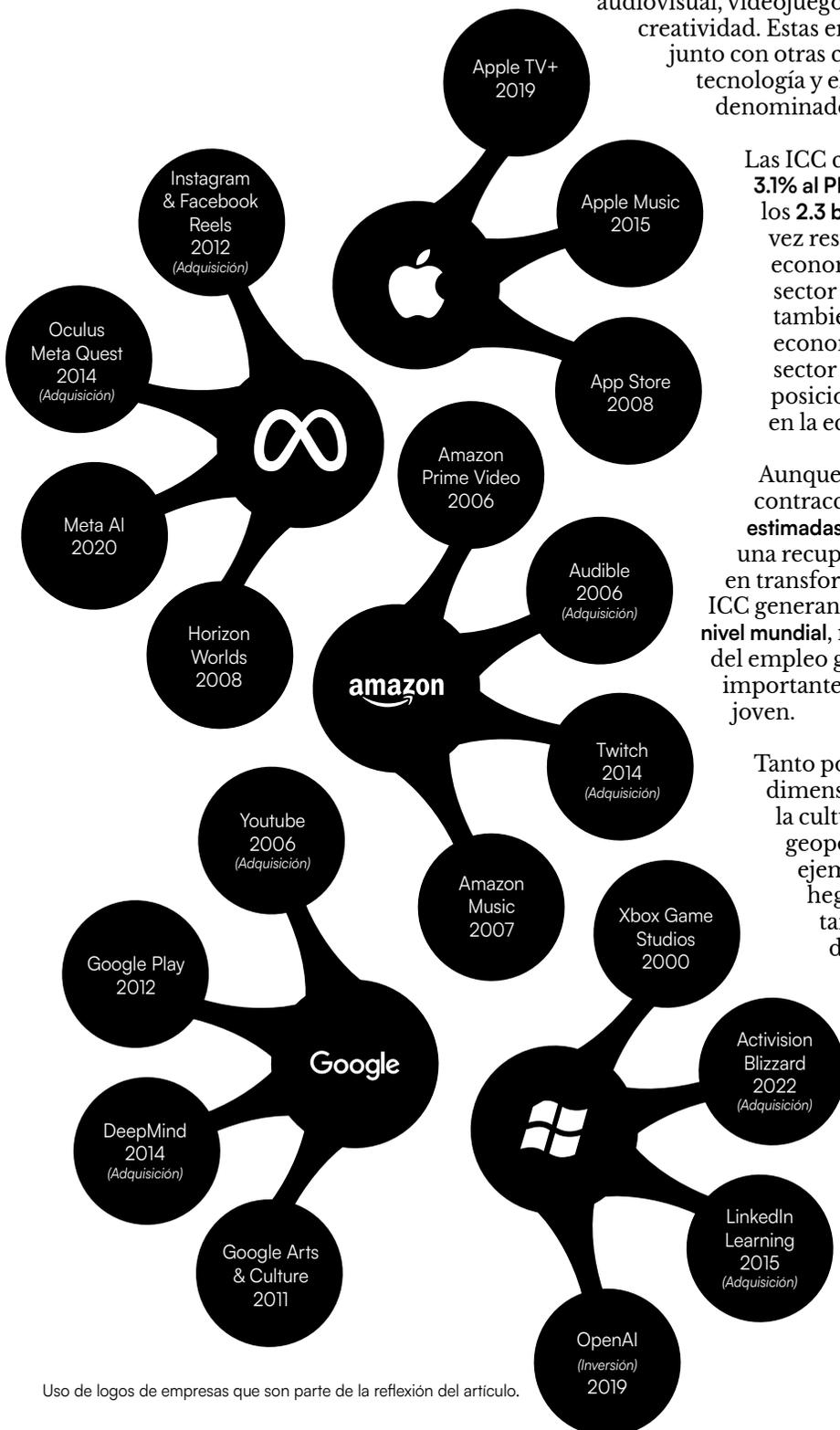
INDUSTRIAS CULTURALES Y ECONOMÍAS CREATIVAS: ESTADO DE SITUACIÓN

Las ICC hacen parte hace ya largo tiempo de algunas de las actividades económicas más prósperas y más influyentes del planeta. Apple, Alphabet (Google), Amazon, Microsoft y Meta (Facebook) – las ex GAFAM (por las siglas de las empresas madre) de la Silicón Valley- tienen inversiones directas en el sector creativo, ya sea a través de plataformas de contenido, producción audiovisual, videojuegos o inteligencia artificial aplicada a la creatividad. Estas empresas están a la vanguardia en Occidente, junto con otras cuyo campo de desarrollo es también la tecnología y el conocimiento como Tesla, lo que se ha denominado como la era del capitalismo cognitivo.

Las ICC contribuyen aproximadamente con un **3.1% al PIB mundial**, generando ingresos cercanos a los **2.3 billones de dólares** (UNESCO, 2022). Cada vez resulta más difícil calcular el aporte de las economías creativas, pues no solamente son un sector que se expande constantemente, sino que también existe una importante participación de economía informal. Antes de la pandemia, el sector creció a una tasa anual promedio del 7%, posicionándose como uno de los más dinámicos en la economía global.

Aunque la crisis del COVID-19 generó una contracción significativa, con **pérdidas de ingresos estimadas entre el 20% y el 40%**, el sector ha mostrado una recuperación desigual impulsada por la inversión en transformación digital. En términos de empleo, las ICC generan más de **30 millones de puestos de trabajo a nivel mundial**, representando aproximadamente el 6.2% del empleo global (UNESCO, 2023) y se destacan por ser importante fuente de oportunidades para la población joven.

Tanto por su dinamismo económico, como por su dimensión simbólica, las ICC -y más ampliamente, la cultura- son elementos estratégicos en la geopolítica global contemporánea. Uno de los ejemplos más representativos es que el modelo hegemónico norteamericano se ha sustentado también en lo cultural y en la promoción de la cultura mainstream, lo que en su momento se denominó el *American Way of Life* o *El Sueño Americano*. Estos fenómenos fueron muy bien retratados en el libro de investigación *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas* (Martel, 2011).



Uso de logos de empresas que son parte de la reflexión del artículo.

 **3.1%** al PIB mundial
 **2.3** billones de dólares
 **30** millones de puestos de trabajo a nivel mundial

El sistema industrial de la Silicón Valley es hoy en día la principal fuente del *softpower gringo* y sus tentáculos ya son deliberadamente expuestos en la reciente llegada al poder del estrambótico presidente Donald Trump, asesorado por el nuevo arquetipo del capitalismo global, el magnate libertario Elon Musk. La cultura de masas se reproduce vertiginosamente a través de los dispositivos electrónicos del planeta instalado sus imaginarios y valores, lamentablemente cada vez más reaccionarios: el saludo nazi de Musk en la posesión de Trump o el negacionismo de ambos ante el calentamiento climático son ejemplos hoy ineludibles para cuestionar -en palabras del del pensador francés Eric Sadin- *La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital* (Editorial Caja Negra, 2018).

INDUSTRIAS CULTURALES A LA ECUATORIANA

Para un país pequeño y periférico como el Ecuador, las industrias culturales representan tanto una oportunidad como una amenaza. Nadie puede desconocer la importancia de la producción industrial de la cultura para exponer el caudal creativo de un país y tampoco las posibilidades de activación de engranajes económicos alrededor de las ICC, pero tampoco se puede ignorar la amenaza que el extractivismo cognitivo y la cultura de masas dominante y - mayoritariamente importada- representa para diversas las culturas locales. Recordemos que las palabras intercultural y plurinacional habitan aún el primer párrafo de nuestra constitución, y por tanto es un mandato común que perseguir.

La voluntad de desarrollo local de las ICC debe por lo menos tener en cuenta que el escenario global no es necesariamente favorable -en el capitalismo frecuentemente el pez gordo come al pez pequeño, o lo que es peor aún, impide/boicotea su nacimiento/crecimiento- y que sí efectivamente la industria llega a consolidarse no debe anular o a su vez fagocitar la cultura no industrial, que es mucha y vital para todxs.

Este es el rol que debe tener en cuenta el regulador que es el Estado. ¿Cuál es la acción que recientemente han tenido nuestros países en América Latina en el campo de las ICC? ¿Qué perspectivas tienen los sectores de actividad relacionados con la creatividad en Ecuador? ¿Cuál es el equilibrio para un robusto desarrollo de las ICC de locales que no atente a las expresiones de la diversidad cultural? Algunas de las inquietudes a estas preguntas deberían ser respondidas a través de la Política Nacional de Fomento a sus Industrias Culturales y Creativas, expedida a inicios de este año. Quizás en una próxima oportunidad podamos utilizar este espacio para esbozar un análisis al respecto.■

por **Pablo Cardoso**

Doctor en Economía
 Director del Observatorio de Políticas y
 Economía de la Universidad de las Artes

Fuentes principales
 del artículo en:



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.*



¿CULTIVAR O FABRICAR?

La paradoja del arte y la cultura frente a la propuesta de “industrias culturales”

La palabra *cultura* es una palabra cargada. Hablamos de cultura y de culturas. Sin embargo, se hace necesario redefinir que es lo que llamamos *cultura*. Cicerón es el primero en definir lo que llamaría *cultura animi* usando así un término que venía del cultivo agrícola para definir la creación de algo sustancialmente humano. Una de las definiciones de la enciclopedia digital de masas Wikipedia dice así: “Una dimensión y expresión de la vida humana, se realiza mediante la utilización de símbolos y artefactos, en los que hay un campo de producción, circulación y consumo de signos y como una praxis que se articula en una teoría”. El término ha sido utilizado por la antropología estructuralista desde Levi-Strauss y ha sido definido también por el marxismo entre otros movimientos y por supuesto por Michel Foucault quien sostiene que la cultura es una herramienta utilizada por los poderes hegemónicos para perpetuarse en el poder, por sobre las clases no dominantes. En última instancia, y, a mi modo de ver, la más importante, es la definición de cultura como continuidad de la naturaleza. Por esto propongo la postura de Philippe Descola de la que habla en su libro *Más allá de Naturaleza y Cultura*.

En sus propias palabras:

En contraste al dualismo moderno, que depona una multiplicidad de diferencias culturales contra un fondo de naturaleza inamovible, el pensamiento Amerindio prevé el cosmos entero animado por un solo régimen cultural que se torna diversificado, si no por naturalezas heterogéneas, al menos por todas las formas diversas en que los seres vivientes se aprehenden los unos a los otros. El referente común para todas las entidades que viven en el mundo entonces no es el Hombre como especie sino la humanidad como condición.

Por tanto, en este ensayo, me voy a guiar por esta noción de continuidad de naturaleza y cultura pues me sirve para sostener la siguiente premisa. En el siglo XXI no podemos seguir argumentando que sólo el ser humano es portador y creador de cultura. Si bien es cierto que el cultivo y dominio de la naturaleza ha sido lo que la humanidad pretende hacer desde hace siglos, hoy en día, en vista de una inminente catástrofe causada por la explotación sin pausa de los recursos de la Tierra, no podemos seguir considerando que solo nosotros humanos somos ■ ■ ■

Fuentes principales del artículo en:



los únicos llamados a decidir por ella. Dicho esto, sostengo que aquello que se ha dado en llamar “industrias culturales” son una herramienta más del neoliberalismo capitalista que propone que toda manifestación, humana y no humana, es un producto a ser consumido y puesto a producir los más réditos posibles para bien de aquellos que detentan los medios de producción.

El ensayo de Theodor Adorno y Max Horkheimer titulado “La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas”, que fue publicado en 1947 en el libro *Dialéctica de la Ilustración*, describe los modos en que la cultura de masas, tanto en el fascismo alemán (del

cual ellos huyeron) como en el capitalismo estadounidense (con el cual se conformaron en los años treinta), produce su propio sistema totalizado. La industria cultural (hablan de una industria que pertenece al sistema en general), cuyo objetivo principal es vender productos a través de los medios de comunicación, tiene una función claramente ideológica: inculcar en las masas al mismo sistema y asegurar su obediencia a los intereses del mercado. Esto significa entonces, como lo propone Foucault que la brecha inmensa que existe entre los grandes bilionarios contemporáneos y el pueblo desposeído, seguirá creciendo exponencialmente con las implicaciones de inequidad violenta que eso presu-

pone. Una de las formas que tiene esta propuesta neoliberal de “industrias culturales” convierte a los creadores, artistas de todas las manifestaciones, en pequeños e industriosos productores de su propia miseria con todo lo que esto abarca de injusticia social y económica, pues presupone de antemano que si uno o muchos no pueden convertirse en productores exitosos, será “porque realmente no han puesto de su parte”. La retórica neoliberal propone que cada persona es artífice de su propia riqueza, sin tomar en cuenta desde dónde la han construido, si desde cuna de oro (petróleo o banana) o desde la más profunda miseria: “depende de ti” dicen en su constante propaganda. Así parecerían gritarles los



Fotografías: Mateo Herrera

grandes empresarios a los artistas que con enormes deudas por la educación que se han costado, o del taller y herramientas que pagan a crédito, tratan de abrirse campo en un mercado del arte casi inexistente en Ecuador, o migrando para ver si algo consiguen.

De acuerdo a la definición de la RAE la industria es la “[a]ctividad económica que tiene por objeto la obtención, transformación o transporte de productos naturales”. Entonces es una actividad esencialmente financiera. Siguiendo este cauce de pensamiento y juntando estas dos definiciones las industrias culturales son, pues, una actividad económica que tiene por objeto la obtención, transformación o transporte de productos naturales, en este caso, la dimensión y expresión de la vida humana, que se realiza mediante la utilización de símbolos y artefactos, en los que hay un campo de producción, circulación y consumo de signos y como una praxis que se articula en una teoría. Lo cual conforma en sí una tremenda contradicción. Si bien es cierto que la manera en que se realizan ciertos “productos naturales” (o culturales) puede asemejarse a una industria, digamos textil, su *poiesis*, su manera y su ser natural, el de la cultura y el arte, son esencialmente poéticos, y se asemejan más al cultivo dulce de la tierra que a una factoría que fabrica objetos a granel. El artista colombiano Andrés Matías Pinilla en su inspirador ensayo “Invocando el arte: espíritu-semillas. O de cómo hacer de la actividad artística una práctica de cuidado”, dice:

Al reconocer nuestras ‘obras de arte’ como espíritus-semillas, en lugar de simples objetos muertos o productos, introducimos un enfoque ontológico diferente que permite incorporar una dimensión de cuidado en la actividad artística; son cuerpos y están vivos, encarnan afectos y pensamientos, y, como tales, vibran, salpican y contaminan a otros.

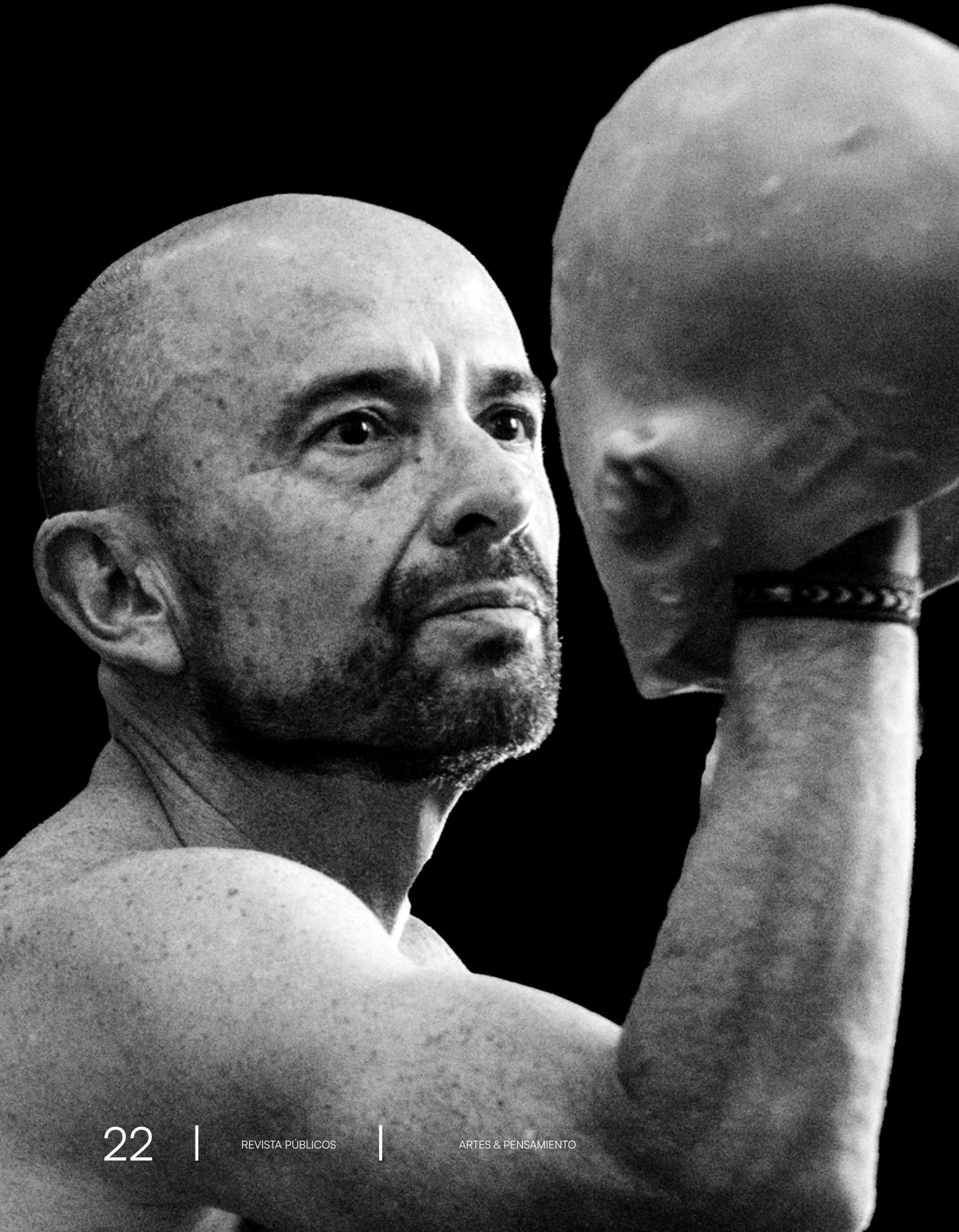
Se refiere también en el mismo ensayo a la alienación irrevocable que sentimos los artistas al ver que somos desechables para los poderes de turno si nos atrevemos a cuestionarlos y cómo se requiere de nosotros que nos conformemos con ser parte de la supuesta “industria” del arte y

la cultura para que podamos vivir de nuestras creaciones.

La propuesta de “industria cultural” la hace el estado neoliberal capitalista con la intención de que cada sector vea por sí mismo y se haga cargo de su supuesta producción de riqueza individual, sacándose la responsabilidad que tiene un estado, en el que sus ciudadanos pagan impuestos, de velar por la salud, la educación y la consecución de los derechos de los mismos. Al invocar un espíritu de obra de arte y de cultura que exista antes, después y más allá de la mera fabricación y producción de bienes culturales, invocamos (me uno a Pinilla) la posibilidad de corazonar, esa palabra tan bella que implica razonar con el corazón, un cultivo del arte como espíritu-semilla habitada por una noción ampliada de continuidad entre naturaleza y cultura. Desde una noción perspectivista, hablando desde el léxico de Eduardo Viveiros de Castro, cada obra de arte y cada artista tienen su espíritu propio y su perspectiva y se convierten en una semilla que cultivada con dulzura y respeto pueden dar deliciosos frutos; estos sí propicios para alimentar vidas humanas y no humanas por igual. Para terminar en una nota intensamente conmovedora, hago una cita de Glauber Rocha, uno de los prominentes directores del Cinema Novo brasileiro: “Una obra de arte revolucionaria debe actuar no solamente en una forma inmediatamente política pero también promover especulación filosófica, creando una estética del movimiento humano eterno hacia su integración cósmica”. Para que el arte y la cultura germinen no pueden ser puestos a producir en la banda transportadora de la industria, así las palabras “industrias culturales” suenan muy “cool” y muy “in”, es importante que el arte y la cultura mantengan su posibilidad de imaginar y proponer otros mundos y maneras de entender esos mundos. El potencial creativo de esa simbiosis naturaleza-cultura es imaginable desde la poética del cultivo y no desde la lógica de la fábrica.■

por Ana Fernández Miranda Texidor

Doctora en Filosofía, Estética y Teoría del Arte
Artista visual



La cultura y la creatividad de las comunidades y los territorios en el centro de las industrias culturales y la economía creativa

En las últimas décadas, el impulso de las industrias culturales y la economía creativa ha ganado protagonismo en las políticas de desarrollo cultural y económico de América Latina. La creatividad y la cultura además de expresiones y prácticas constitutivas desde los acervos históricos y contemporáneos de nuestras sociedades, se han movilizado como elementos clave en el crecimiento económico de la región, la cohesión social y sostenibilidad ambiental y territorial. En este contexto, el enfoque territorial adquiere especial relevancia, pues permite articular las industrias culturales y creativas con las dinámicas sociales, económicas y patrimoniales de cada región (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio y PUCV, 2023).

Este texto explora cómo las industrias culturales han evolucionado hacia una economía creativa con un enfoque territorial que pone en el centro los conocimientos y la creatividad de las comunidades y la importancia de modelos sostenibles de desarrollo local y regional en América Latina. Hoy, estrategias, políticas y experiencias territoriales en la región muestran desafíos de escalamiento y una amplia necesidad de nuevos consensos y acuerdos para agendas territoriales y de cooperación a 20 años de la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. ■ ■ ■

DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES A LA ECONOMÍA CREATIVA EN AMÉRICA LATINA

Las industrias culturales han sido históricamente concebidas como sectores orientados a la producción y distribución de bienes y servicios culturales con valor simbólico y económico (UNESCO, 2022). La Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales las comprende como “todas aquellas industrias que producen bienes y o servicios culturales” (Unesco, 2005: 5) entendiendo estos como actividades que encarnan o transmiten expresiones culturales con valor simbólico y comercial. Para Throsby, D. (2001), productos y actividades que transmiten ideas, símbolos y valores culturales, con una dimensión tanto económica como social.

Tradicionalmente hablar de industrias culturales incluyó los intercambios sostenidos en la producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales entre diversos agentes especialmente de las áreas como la música, el cine, la literatura, las artes escénicas (UNESCO, 2009), las artes de la visualidad. La emergencia de la economía creativa ha expandido esta noción, incorporando sectores que dependen de la creatividad, la innovación y la tecnología, como el diseño, la moda, el software y la publicidad (BID, 2020).

La economía creativa reconoce entonces las diversas actividades y expresiones que utilizan la creatividad y los conocimientos como motor de desarrollo (UNCTAD, 2018), y que para que sea sostenible requiere atender las cualidades, capacidades e intereses de las comunidades y sus territorios. En ello los patrimonios, como fuente de la creatividad, plantea Unesco en 2001, vienen a sumarse a las áreas centrales de valor social y económico en nuestra región por lo tanto el patrimonio material e inmaterial, las artesanías, gastronomía, paisajes y rutas culturales son parte de esta agenda.

En el mundo, el reciente informe de UNCTAD de 2024, expone la contribución de la economía creativa al Producto Interno Bruto (PIB), entre el 0,5% y el 7,3% del PIB y emplea entre el 0,5% y el 12,5% de la mano de obra; en América Latina, las cifras la economía creativa representa aproximadamente el 2.2% del PIB regional y emplea a más de 2 millones de personas, lo que evidencia su importancia estratégica para el desarrollo económico (BID, 2021). En ciudades como Bogotá hablamos de más del 5% del PIB.

No obstante, su crecimiento económico, el devenir la economía creativa va de la mano con desafíos estructurales para que la producción cultural y creativa navegue en ecosistemas sostenibles. Entre ellos los sistemas de incentivos y financiamiento para la diversidad de agentes creativos, la informalidad del sector y centralización de las políticas en las grandes ciudades y zonas urbanas. De esta forma, la consideración de las condiciones políticas, económicas, sociales y ambientales de los territorios donde se asientan estas políticas y las dinámicas en las que inciden parece, evidentemente, una cuestión fundamental. (Economía Creativa y Territorios, Mincap-PUCV, 2023).





LOS CONOCIMIENTOS Y CREATIVIDAD DE LAS COMUNIDADES EN EL CENTRO

En la región, uno de los asuntos centrales que atender ha sido que las políticas culturales y de la economía creativa han tendido a concentrarse en espacios urbanos y en capitales regionales, invisibilizando un abanico de prácticas, expresiones y producciones culturales y reproduciendo muchas desigualdades territoriales en el acceso y desarrollo de la cadena de valor de la cultura y las artes, desde la formación hasta el consumo y la participación cultural.

Casos como el de Manizales, Colombia, Zapopan, México, expuestos en el Estudio de Economía Creativa y Territorios del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile muestran que es posible articular industrias culturales y creativas con políticas de desarrollo local. En estos territorios, el reconocimiento de las capacidades y saberes locales, la inversión en infraestructura cultural, la capacitación y redes de colaboración ha generado ecosistemas creativos más dinámicos y resilientes ampliando las posibilidades de agentes culturales y creativos en la producción de bienes y servicios culturales, muchos de ellos en formato de obras, productos y servicios puestos en valor y en circulación en mercados locales, nacionales e internacionales; la producción del paisaje cafetero y sus oficios, las artesanías, el diseño anclado en un diálogo de prácticas tradicionales e innovaciones contemporáneas han amplificado las oportunidades del sector.

Visibilizar esas expresiones y acciones colectivas ha sido parte de una agenda descentralizadora de la política cultural, integrando el enfoque territorial como un pilar de desarrollo sostenible.

El enfoque territorial de la economía creativa subraya que la creatividad no es un recurso que se implanta en los territorios, sino que surge de los saberes, prácticas y tradiciones locales. En América Latina, comunidades indígenas, afrodescendientes y campesinas conviven habitualmente con estas expresiones culturales y modelos de producción creativa lo que constituye un capital económico y simbólico clave (UNESCO, 2022), de la mano de estrategias de comercialización justa, e innovación en los sistemas de mercados.

En ello, para garantizar la equidad y sostenibilidad en la economía creativa, es esencial fomentar la participación de las comunidades en la toma de decisiones. Modelos de gobernanza colaborativa han permitido integrar a actores locales en la planificación de políticas culturales, promoviendo la apropiación territorial y el fortalecimiento de identidades locales (BID, 2020).

El caso diversos territorios en Colombia como Medellín o Cartagena, con su modelo de distritos creativos, demuestra que por una parte inversión en espacios culturales autogestionados por la comunidad puede contribuir a la inclusión social y el empoderamiento económico desde el valor de la cultura y la creatividad. En Chile la Red Nacional de Territorios Creativos ha impulsado procesos de articulación e incidencia pública para la activación de ecosistemas culturales sostenibles a partir de una red nacional que liga actores y experiencias de todo el país. ■ ■ ■



EL ENFOQUE TERRITORIAL PARA UNA ECONOMÍA CREATIVA SOSTENIBLE

La economía creativa no solo impacta en la generación de empleo y crecimiento económico, sino que también contribuye a la sostenibilidad social y ambiental. La integración de la cultura en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) ha llevado a que los territorios exploren formas innovadoras de utilizar la creatividad para enfrentar desafíos globales como la crisis climática y la desigualdad social (UNESCO, 2022).

En ello, proyectos de regeneración urbana y territorial basados en la cultura han demostrado que la recuperación de espacios patrimoniales y la activación de industrias creativas pueden mejorar la calidad de vida de las comunidades y promover modelos económicos más sostenibles (BID, 2020) movilizando procesos como en la ciudad de Valparaíso Chile, desde: i) capacidad creativa local con productos innovadores, en el diseño y la recuperación textil como la Red de Recuperación Textil de Valparaíso; ii) la recuperación y revitalización del tejido social, en diálogo con la rehabilitación de espacios con el caso de Espacio Santa Ana; iii) o el futuro Destino Valparaíso, Museo del Inmigrante un espacio museal y de reunión de diversos servicios y productos culturales y creativos anclado en el Centro Histórico de Valparaíso Patrimonio de la Humanidad.

Lo anterior animando vínculos entre actores e iniciativas de espacios urbanos, urbano-rurales y rurales, tan propios de nuestra región latinoamericana, “aprovechando las potencialidades derivadas de dinámicas de sinergia y diálogo entre saberes, bienes y servicios territorialmente diferenciales con objetivos de innovación y sostenibilidad territorial” (Díaz y Leiva, 2024: 136). En el centro del enfoque territorial para la economía creativa están las y los creadores locales, principales promotores de la riqueza y diversidad cultural que especialmente empujan la idea de construcción de un propósito y un proyecto común que emerge y se gesta aprovechando los recursos, las potencialidades y los modos de hacer que le son propios y que han coevolucionado en la relación con el entorno natural y cultural.

En estos caminos persisten una serie de desafíos para nutrir el slogan de bienestar económico y social a los que contribuye la economía creativa. Entre ellos algunos como: i) La descentralización de las políticas de economía creativa a través de modelos descentralizados de política pública con un enfoque territorial que reconozca las particularidades culturales y económicas de diversos territorios, integrando especialmente los urbanos rurales de la región; ii) La for-



Fotografías: Ricardo Guanín

malización, protección y mejoramiento de las condiciones laborales del sector, atendiendo especialmente a mujeres artistas, artesanas y creadoras, que conforman un grupo protagónico del trabajo cultural; iii) El financiamiento y acceso a mercados, a través de fondos de inversión públicos, el fortalecimiento de alianzas público privadas y el incentivo de la inversión privada; iv) La atención de los procesos de transformación digital para la competitividad y nuevas posibilidades creativas del sector, atendiendo asuntos de desigualdad y ampliando las acciones no solo de alfabetización y capacidades, sino también de infraestructura tecnológica; v) Estrategias de puesta en valor de los patrimonios territoriales en diálogo con la producción cultural y creativa.

Lo anterior no será posible sin impulsar innovaciones en las gobernanzas territoriales e institucionales, que articulen políticas y acciones dentro de los ecosistemas creativos de manera intersectorial e interdisciplinar, expandiendo e incidiendo desde la cultura en diversos ámbitos de la vida social, económica y hoy más que nunca, ambiental.

Lo anterior no asegura indicadores de éxito, pero asienta mejores posibilidades de funcionamiento de ecosistemas culturales y creativos sostenibles que entrelacen potencialidades de sus agentes locales y pongan en diálogo y circulación equitativa su creatividad, marcando nuevas estrategias y políticas centrada en los derechos culturales, muchas veces ausente de esta conversación, y fundamentales en las nuevas preguntas para el sector cultural, sus dispositivos y estructuras. ■

por **Fabiola Leiva-Cañete**
Gestora e investigadora cultural

Fuentes principales del artículo en:



Apxel

Su propuesta de artes visuales y plásticas reúne el fenómeno de la gráfica social Latinoamérica, la ilustración editorial y los símbolos tradicionales como máscaras y artesanías. Como gestor cultural es afín al desarrollo autónomo de los procesos culturales comunitarios de los pueblos y comunidades rurales al que se acerca mediante sus viajes en el que conoce las festividades de cada lugar. ■



CULTURA



JUANA GUARDERAS

La sección “El Personaje” está dedicada a conversar con hacedores de las artes, las culturas y los patrimonios de esta ciudad, de este país. En esta ocasión, nos contactamos con Juana Guarderas, quien desde el primer momento fue generosa al escucharnos, atenta y apasionada con esta propuesta de diálogo, con este espacio para intercambiar ideas, puntos de vista y, lo más importante, plantear posibles acciones frente a un tema que se debe reflexionar en colectivo: las industrias culturales.

Juana, con su mirada penetrante y una cultura tonal que expresa su trayectoria en el teatro, más de una vez me dijo: no soy una experta en el tema. A lo cual respondí: ni en esta sección ni en esta revista existen voces “expertas”, existen voces humanas, reflexivas y críticas, y en esta sección en particular voces y rostros que son inspiración no solo por su talento y trayectoria, son inspiración porque en la gestión y desarrollo cultural no se rindieron, siempre lucharon y lo siguen haciendo.

Y así, en una tarde de febrero, fría y lluviosa, en el Patio de Comedias, se dio esta charla reflexiva y divertida en la que inicio preguntándole **¿cómo entiende las industrias culturales en el Ecuador?**

Ella, con fuerza y determinación, responde: las industrias culturales en Ecuador necesitan ser analizadas, tal vez existe algo de industria cultural desarrollada en el turismo y en la gastronomía, pero no es mi sector, no soy cercana a esos procesos. En nuestro vecino país, Colombia, sí podríamos

hablar de industrias culturales. El sector audiovisual es una industria en ese país. El contexto ecuatoriano es muy complejo. Yo pongo en duda que el concepto de industrias culturales está en construcción, incluso.

En Colombia existe mercado, solo en Bogotá debes tener al menos unos 50 sets o estudios de grabación. Están los estudios de RCN, Sony, Netflix. Su producción es amplia: series, películas, novelas y todo lo relacionado a una producción audiovisual que es una industria, que tiene un mercado nacional e internacional. Ecuador tiene otra realidad, acá el Estado y las instituciones públicas, creo, aún están en deuda.

No solo se trata de crear leyes y normativas, sino de comunicarlas adecuadamente -cosa que todavía no existe-, de lograr que las empresas privadas se interesen. Por ejemplo, el 150% de deducibilidad para el sector cultura debe ser entendido por la empresa privada para que funcione. Los artistas no tenemos condiciones reales para ejercer nuestro trabajo. Para empezar, no constamos en un código de trabajo como otros profesionales. Ese discurso de emprendedores, en el que somos nuestros propios jefes -entre comillas-, no es cierto.

No tenemos seguro social para artistas -como ocurre con los campesinos o los artesanos- y nuestra estabilidad financiera es incierta, y no porque no trabajemos lo suficiente. Esa es la realidad que vivimos.

En este país aún no se entiende nuestro oficio.

Juana, con la pasión del histrionismo que habita en todo su ser, toma como referencia otros países y leyes, señala que la constitución francesa entiende que el trabajo de los hacedores de la cultura es intermitente, que no tienen sueldo fijo. En el teatro -y también en lo audiovisual-, por ejemplo, señala que tienen procesos creativos y una producción que va por temporadas, que su economía se organiza y planifica distinto, pero sin certezas. Aquí la institución responsable de nuestro sector no ha hecho lo suficiente para que otras instituciones del mismo Estado entiendan esta realidad. ■ ■ ■



“El país necesita hacer terapia, tenemos mucho complejo, y para esa terapia sería ideal contar con las expresiones artísticas”



Fotografías: Paula Parrini

Enfatiza -con su particular acento- que sin condiciones dignas para los trabajadores de la cultura no pueden existir industrias culturales en el país. Además, añade que la educación es fundamental en la formación de públicos. Con determinación señala que su principal cómplice es su público. Más de 45 años de vida tiene el Patio de Comedias, el teatro tiene 100 butacas porque es la intimidad que me gusta y es el público que puedo sostener y me sostiene.

¿Cómo se forman y sostienen los públicos?, cuestiono a propósito de lo que menciona.

Con los espacios culturales, afirma Juana, han sido años de sostener y resistir en el Patio de Comedias. El Estado debería estar presente no solo con los espacios culturales públicos, debería estar presente con todos, también con la gestión cultural independiente. Estos espacios dan vida a la ciudad, a las comunidades, a sus habitantes. Estos espacios independientes, salas de teatro, centros culturales, son los que difunden el patrimonio intangible, el patrimonio vivo de las ciudades. Desde estos espacios sostenemos los procesos de memoria e identidad. Esa memoria e identidad que te hace sentir orgulloso, que te hace sentir parte de un todo, te hace vivir en comunidad.

Hoy más que nunca debemos entender las dinámicas y procesos de los espacios culturales, levantando normativas para fomentar y facilitar su existencia. El país se nos está desgranando y solo lo podremos sostener si nos unimos y trabajamos juntos, fortaleciendo nuestra autoestima e identidad. Debemos replantear los procesos de educación, no podemos seguir pensándonos desde las carencias y el resentimiento. Recuerdo que cuando

fui estudiante -en el colegio- me torturaron 3 años con una materia “Historia de Límites”, donde lo importante era conocer todo lo que perdimos y esa era la forma en la que nos reconocíamos, como perdedores. Eso hay que cambiar. Debemos recuperar la autoestima -el orgullo de ser ecuatorianos- y para eso la cultura es fundamental y debe estar presente en nuestra cotidianidad. Me imagino una ciudad activa, segura, en la que se tome el Metro para ir al Centro Cultural Metropolitano, al Teatro Capitol, al Teatro México, al Teatro Nacional, al CAC, al Patio de Comedias, a las ferias, a todos los espacios, a todas horas. Eso haría que habitemos el espacio público y vivamos la ciudad y así evitar darle más espacio a la violencia.

¿Qué crees que podría ayudar a que Ecuador tenga una industria cultural?

El país necesita hacer terapia, tenemos mucho complejo, y para esa terapia serían ideales las expresiones artísticas, la industria cultural pensada en el buen sentido -reflexiona Juana-. Pero para esto debemos cambiar de mentalidad, debemos empezar por amar este país, sentirnos orgullosos de decir que somos ecuatorianos, y que no todo mundo piense en la opción de irse o sacar su capital afuera. Y para esto se debe empezar por crear condiciones entendiendo la realidad de las ciudades y las comunidades. El Estado es responsable y debe invertir en esto. Menos tanquetas, menos militares y más arte en las calles, es en lo que debería trabajar.

Cuando se pueda articular de manera afectiva y efectiva los procesos culturales desde la educación, desde la salud, desde los derechos, desde el sentido de bienestar, podremos ir generando nuevas miradas y reflexiones, una nueva sociedad.

Solo como referencia y reflexión traigo a colación lo que pasa en el sistema educativo. Los estudiantes -desde hace algunos años ya- no pueden salir a un teatro, a disfrutar de una obra por temas de “seguridad”, no pueden pagar -aunque sea simbólico- una obra de teatro, de danza, un libro nada que esté relacionado al trabajo cultural... ¿cómo se construye la relación de los estudiantes con la cultura desde estos espacios?

Los artistas somos sensibles a la realidad de las familias, de los barrios, de las comunidades -pertenece a estos espacios y realidades-, pero hay que empezar por cambiar la mirada y la forma con la que nos relacionamos con la cultura y sus trabajadores. Lo que hacemos es un trabajo y debe ser remunerado. Mientras esto no suceda muy difícilmente podríamos hablar de industrias culturales en el país.

Y así recorrimos, desde la mirada, la pasión y el cariño de Juana, su espacio, su casa, el Patio de Comedias. Con preguntas y reflexiones más fuertes sobre este concepto tan amplio y ambiguo como es el de las “industrias culturales”. Al final nos quedamos con la pregunta si es posible en este país, donde la incertidumbre y el miedo acechan, pensar en industrias culturales, y sí, es posible siempre y cuando todos nos sumemos desde las diferencias, pero sobre todo desde lo que nos une, el amor y la pasión por el arte y por esta tierra. ■

por Públicos

Revista de artes y pensamiento

Crear más allá de la “inspiración”

Siempre me ha abismado la superficialidad con la que la academia aborda la búsqueda de inspiración para la creación de colecciones de moda. En la mayoría de los casos, la inspiración se impone desde la dirección de la escuela como un “tema central”, y cada estudiante debe encontrar un punto de interés, siguiendo un proceso estructurado: investigación, conceptualización, desarrollo creativo, técnico y, finalmente, la materialización de las piezas. Esta fórmula se repite de manera casi automática, como si el acto de crear fuera un proceso unidireccional aprendido, cuyos resultados varían en la forma más no en la profundidad del contenido.

Este vacío académico, que da lugar a colecciones estéticamente atractivas pero carentes de sentido de fondo, marcó mis 13 años de experiencia universitaria. Durante ese tiempo, sentí una constante frustración que me llevó a cuestionar el orden preestablecido. Así, de manera autodidacta, comencé a explorar nuevas formas de creación. En algunos de mis experimentos opté por trabajar primero con el material, en otros di inicio al proceso desde el patronaje priorizando los aspectos técnicos antes de integrar el contenido simbólico. Fue entonces cuando descubrí que las fases del proceso creativo no tienen por qué seguir un orden fijo. A medida que avanzaba en mis estudios, me percaté de que no existía una verdadera diferencia estructural entre inspirarse en un animal marítimo o en un movimiento artístico como el futurismo, temas propuestos por la escuela. La única variación radicaba en las formas y colores que cada inspiración aportaba a las piezas.

A lo largo de mis experimentos, las respuestas que encontraba siempre traían consigo nuevas preguntas. Esto despertó mi interés por la psicología, lo que me llevó a estudiar el imaginario y la imaginación, entendiendo las ideas como contenedores de simbolismos personales y colectivos. Fue

entonces cuando comprendí que cada persona tiene su propio “antes” y “después” en el proceso creativo, lo que lo hace único. Durante este periodo, mis creaciones personales se transformaron, alimentadas por universos internos contruidos a partir de recuerdos y sueños. De esa etapa solo quedan bosquejos en papel, ya que mi principal interés no era tanto el resultado final, sino entender lo que ocurría en mi mente cuando creaba.

Mi búsqueda de sentido como diseñadora y la oportunidad de trabajar en vestuario para Ópera iO me llevaron a explorar el vestuario desde la dirección conceptual del director, donde las prendas cobraban vida más allá de su funcionalidad y comunicaban ideas. A lo largo de varias producciones de artes escénicas en el país como vestuarista, esta experiencia transformó mi manera de percibir una prenda.

Paralelamente, al regresar a mis propias creaciones y con la inquietud de comprender cómo los artistas encuentran inspiración, me enfrenté a una diferencia estructural: mientras el diseño sigue una metodología, el arte concibe la inspiración como una conexión casi divina entre el artista y su obra, un impulso o brote de creatividad. Aunque esta visión me resultaba desafiante e intrigante, nunca logró integrarse completamente en mi proceso, pues la funcionalidad seguía siendo un principio esencial en mi perspectiva. No se trataba necesariamente de una funcionalidad utilitaria, sino de un sentido más profundo que traspase lo personal. De lo contrario, sentía que podía dar lugar a obras profundamente personales, pero desconectadas de su contexto social. ■ ■ ■





EN AMÉRICA TODOS TENEMOS SANGRE ORIGINARIA UNOS EN LAS VENAS OTROS EN LAS MANOS

Esta inquietud me impulsó a crear mi primera colección, *Sangre*, que surgió de un «brote creativo» al encontrar una mancha de sangre de mi infancia entre mis cuadernos, un elemento recurrente desde niña. La colección toma la mancha como un símbolo formal, explorándola desde el subconsciente y fusionando su forma con recuerdos abstractos de mi niñez. Fue en esta búsqueda donde comencé a conectar con el contexto social a través del uso de una técnica ancestral de teñido (con cochinilla), que vincularía a la colección con las tradiciones culturales ecuatorianas.

Al comprender que la inspiración va mucho más allá de un solo concepto, entendí que el verdadero reto consiste en articular ideas personales con imaginarios colectivos. Fueron los diálogos con mi hermana mayor los que terminaron de moldear mi comprensión sobre la trascendencia de una obra. Junto a ella, comprendí que el acto de crear es filosófico: no solo aborda lo personal, sino también el contexto que nos rodea.

Este entendimiento de la creación como un acto de pensamiento, llevó a que mi segunda colección, *Nila*, tuviera un proceso más profundo de investigación conceptual. Inspirada en mi tía abuela, la colección nació del deseo de rendir homenaje a su sutil presencia en nuestras vidas. Sin embargo, al adentrarme en los objetos que heredamos tras su fallecimiento y explorar el arte como un medio para trascender lo individual, terminé sumergiéndome en la cultura que emergió tras la colonización y el mestizaje en América Latina. Así, sin ser creyente, la colección se construyó a partir de elementos relacionados popularmente con la religión en latinoamérica.

Con la experiencia de haber construido colecciones más complejas y desafiantes, tanto para mí como para el espectador, comencé a buscar referentes distintos a los occidentales que nos enseñaban en la universidad. Fue entonces cuando me di cuenta de que la historia latinoamericana era la clave para marcar esa diferencia y que la creación, además de ser un proceso íntimo, es un diálogo constante con el pasado, el presente y el futuro colectivo.

Respirar, mi tercera colección, amplió esta perspectiva al dejar de lado lo personal para profundizar en el lenguaje histórico del color en las culturas andinas. No se trató de una apropiación superficial ni de replicar literalmente sus tejidos -como suele hacerse en muchas propuestas que reducen lo latinoamericano a lo folclórico/estético- y no de comprender la historia y resignificarla.

Fue en esta colección donde me enamoré de la historia. Reflexioné sobre lo poco que se conoce sobre la historia latinoamericana y lo mucho que se difunde la llamada «historia universal», que sistemáticamente anula las realidades paralelas a las europeas. Esto llevó a preguntarme: ¿Qué significa inspirarse en nuestra historia sin caer en estereotipos? ¿Cómo diseñar desde América Latina sin replicar las mismas lógicas occidentales de producción y narración?

Al responder estas preguntas, entendí que mi trabajo debía traspasar lo estético, posicionándose de manera crítica. Así, mi enfoque decolonial es tanto un cuestionamiento a las estructuras impuestas por la moda global como un rescate de narrativas, técnicas y procesos propios de nuestra región. No se trata de un rechazo absoluto a las influencias occidentales, se trata de un diálogo en el que la historia latinoamericana no es un agregado, sino el punto de partida.

Inspirarse es mucho más que extraer ideas o vivir un momento efímero de sensibilidad. Crear va más allá de ser un proceso o una técnica; es un cuestionamiento constante de lo que nos rodea. Más aún, es una forma de posicionarse en el mundo con otras perspectivas hacia el futuro.

Avance, mi cuarta colección, continúa este camino. ■

por **Lía Padilla**
Diseñadora

El arte de hacer arte Tejiendo desde la misma madeja

Nos encontramos en una realidad llena de propuestas que ponen en cuestionamiento quiénes somos y qué tanto podemos ofrecer. Día a día nos vemos bombardeados por contenido que desafía nuestra realidad, visión y presupuestos.

Particularmente en Ecuador, -por mucho tiempo- las oportunidades y plazas de trabajo han sido escasas. Esto sin contar que, muchas profesiones creativas son tratadas como un hobby; sin contratos de por medio, sin seguro de salud, sin beneficios corporativos o estabilidad laboral. Nuestro conocimiento ha sido menospreciado y los talentos que hemos albergado y cultivado han sido tratados como mera intuición sin mérito propio. Claro está que es una generalización, sin embargo, es la realidad diaria de innumerables creativos que viven de pago en pago para poder salir adelante.

La creatividad es un derecho, es una de las expresiones más puras para comprender el mundo, la existencia misma, y, nuestro camino para conocer cuál es el espacio que habitamos; y tan

solo por ese hecho, aquellas nociones con las que crecimos por tanto tiempo sobre el estereotipo de lo que es un artista, son caducas y erróneas.

Sin embargo, durante los últimos años se ha generado una ola creativa impulsada por las nuevas generaciones. Gestores culturales dispuestos a apostar por la expresión y demostrar el potencial tan grande que reside en el talento local. Los espacios autogestionados, las ferias, revistas independientes, galerías autónomas y las mismas redes sociales, han creado nuevos lugares para la difusión del arte en toda su gama de posibilidades. Mientras la lucha por los derechos de los creadores sigue viva y en constante evolución, estas plataformas han permitido crear una base para la democratización del arte en el país, al dar una voz a aquellos que, por falta de recursos, o conexiones, se encontraban excluidos de participar en el discurso cultural.

Y gracias a este fenómeno, el crecimiento profesional, la educación y visibilidad de grupos marginados; ha crecido exponencialmente generando atención en la importancia del arte.

He trabajado en esta industria por trece años, experimentando de primera mano la lucha constante por el respeto, el trato y la compensación justa.

He podido acceder a la educación pública, llena de profesores ególatras que quiebran las ilusiones de cada generación al no poder ver más allá de sus narices, bolsillos o intereses; con falta de liderazgo y participación.

Citando a Allen Ginsberg:

“Vi las mejores mentes de mi generación destruidas por la locura, hambrientas, históricamente desnudas, arrastrándose por las calles”.

Por supuesto, había el otro lado del espectro, un grupo de profesores apasionados, que han dedicado su vida a guiar, alentar y alimentar el crecimiento individual y colectivo de cada generación que ha pasado por sus aulas. A ellas y ellos, les dedico mi profundo agradecimiento. Son las personas que mantienen el espíritu del arte vivo, siempre cambiante y desafiante. Como debe ser. ■ ■ ■





Viviendo estas experiencias, el poder observar y participar en el surgimiento de nuevos espacios y propuestas, me ha generado ilusión por el futuro del arte en el país.

Por mucho tiempo vivimos bajo el régimen de monopolios extranjeros que dictaminaban los conceptos de belleza y los procesos laborales a seguir. Sin embargo, ahora –mientras aquellos monopolios siguen presentes– contamos con marcas locales que contratan mano de obra nacional con un trato y paga justa. Que abogan por la expresión de nuestra realidad política y social, demostrando el talento, historia y cultura artesanal llena de riqueza; y, además celebran la identidad propia y única de nuestra región.

Es una rebelión que busca redefinir el mercado y sus procesos.

Gracias a estas iniciativas, los recursos con los que contamos se han ido multiplicando. Tan solo hace diez años, se esperaba que el creador fuese un “todólogo”. Personalmente, trabajando en gran parte como fotógrafo, se esperaba de mí, saber: maquillar, peinar, producir, estilizar, construir sets, gafear, ser diseñador gráfico, marketero, fotógrafo, editor, entre otras cosas en una lista interminable. Está muy bien saber sobre todos estos aspectos para poder dirigir un equipo de trabajo con eficiencia y liderazgo, sin embargo, realizar el trabajo de veinte personas por uno solo, es desgastante. Tan solo sugerir tener una persona extra para

asistencia durante aquel entonces –y que hoy por hoy, todavía sucede–, era considerado como un “gasto innecesario” y extravagante.

Ahora, gracias a la especialización de las artes y la difusión de los procesos de trabajo, el flujo de producción es mejor, existe una valoración y necesidad de profesionales dedicados a un área específica, y, la calidad del trabajo es significativamente superior al contar con un equipo concentrado en tareas individuales para dar vida a una visión. De igual manera, hacer una exposición solía ser un espacio reservado a un puñado de artistas. Ahora existen varios lugares con la apertura a recibir variadas propuestas, sin la necesidad de contar con portafolios extensivos



o conexiones. Sé ofrecen convocatorias abiertas con diferentes temáticas y que cuentan con un público dispuesto a consumir arte por su significado e impacto. Las galerías ya no son tan solo mercados elitistas, son lugares de conversación, discusión y valorización de ideas.

Todos estos factores han contribuido a generar una nueva realidad de oportunidades para la expresión artística y su importancia. Este capítulo abre la puerta a la exploración, no tan solo basada en tendencias y contenido, si no, concentrada en el acto de la creación por la creación misma. Es una invitación a navegar a través de la sensibilidad, el gusto, la ingenuidad, la importancia y gozo de hacer arte. Es

una etapa de cambio con una mentalidad enfocada en fomentar y aprovechar estas nuevas herramientas.

Como toda revolución, puede ser de provecho para nosotros y las generaciones por venir mientras mantenemos la mira en el avance y la evolución, impulsada por la historia y acciones de nuestros predecesores.

Sin embargo, no es hora de bajar la guardia. Existe una lucha constante por una mejor educación, por condiciones laborales justas, por nuevas políticas de inclusión y fondos de desarrollo para los artistas locales, y, generar nuevos espacios de exploración y expresión libre. El arte no es contenido desechable y de consumo rápido, es la materialización de todos los conceptos

que nos conforman como sociedad a través del tiempo. Es la belleza que nos nutre, la violencia que nos cuestiona, la implosión o explosión que nos inspira. Es el legado de nuestra realidad personal y colectiva, y, debemos continuar luchando para que nuestros derechos sean respetados y escuchados. Es momento de levantar la cabeza con orgullo y seguir creando. ■

por Narcis Herrera
Artista multidisciplinario



Un ensayo visual: el lenguaje de las manos que crean

En un taller, el ritmo de las manos parece llevar su propia música. El movimiento de los dedos es una conexión especial, algo que se aprende desde joven, heredado de padres y abuelos, como si fuera parte de la sangre. Los dedos se deslizan con la confianza de quien ha repetido el mismo gesto miles de veces, pero siempre se sorprenden ante la singularidad de cada pieza.

En Huarmi Maqui - Casa Matico, el taller de Matilde Lema, el aire huele a plantas teñidoras y sanadoras, a hogar. Los colores no solo tiñen las fibras que creó; se quedan en la memoria. Cada tono tiene su historia, una receta que le fue transmitida y que ella ha enseñado a otros. De las manos de Matilde surge una conversación íntima entre el pasado y el presente, un proceso único.

Este diálogo no se limita a un solo taller. En San Antonio de Ibarra, Mateo Pomasqui trabaja el vidrio con fuego, creando ojos que parecen capturar la esencia de la vida. Cada pieza, delicada y precisa, está destinada a dar expresión a esculturas de madera. En Nabón, Rosa Ordóñez trabaja la arcilla con una paciencia infinita, como si cada vasija llevara un pedazo de su alma. Y en Cuenca, Saúl Benalcázar talla la madera hasta darle voz y sonido. Cada uno de estos espacios es un testimonio de resistencia, de dedicación. Aquí, el tiempo no es una prisa, sino un aliado.









Entrar en estos talleres es como asomarse a un mundo íntimo. No se trata solo de ver herramientas gastadas o manos curtidas; es presenciar el tiempo en acción. El sonido del hilo entrelazándose, el olor de la madera y la fragilidad de la viruta que se desprende por todos lados, la textura áspera de la arcilla: cada sentido se activa en este ritual. Aquí, cada error es parte de la belleza, cada repetición es una forma de aprendizaje, y cada creación es una historia que se cuenta con las manos.

Fotografiar estos espacios es más que capturar una imagen; es darles el lugar que merecen. No para romantizarlos, sino para reconocer su valor. Estos talleres son el sustento de familias enteras, el latido de comunidades que han encontrado en su oficio una forma de resistir. En cada pieza hay una historia, no solo de quien la elabora, sino de un país que, en sus texturas, fibras y colores, sigue narrando su identidad.

Al final, estos saberes nos llaman a mirar más allá de lo visible, a escuchar lo que no se dice, a reconocer lo que suele mantenerse oculto. La artesanía es, sobre todo, memoria viva. Es el reflejo de una identidad que se niega a desaparecer, un legado que se teje, se talla, se moldea y se transmite. Y en un mundo que a veces olvida el valor de lo hecho a mano, estos talleres son un recordatorio de que la belleza está en lo imperfecto, en lo único, en lo que lleva consigo el alma de quien lo creó. De norte a sur en Ecuador, solo hay que observar mejor para encontrarlos.■

por **Andrea Valdiviezo J.**
Fotógrafa





**JD FERAUD
GUZMÁN,
UN RECUERDO
INDUSTRIAL
NECESARIO**

Hacer música en Ecuador puede verse, por no decir oírse, como un «one hit wonder» que nunca deja de sonar. Desde los vinilos hasta el actual streaming, la industria musical ha tenido vaivenes permanentes. Un hito en nuestra historia ocurrió en 1916 con el nacimiento del almacén de música J.D. Feraud Guzmán, que marcó la comercialización musical del país. Más tarde, su filial Fediscos lanzó el sello Onix, grabando a grandes artistas nacionales e incluso obteniendo los derechos exclusivos en Latinoamérica de estrellas como Olivia Newton-John y Donna Summer.

Sin embargo, el tiempo empezó a ser complicado para esta industria musical, como en los años 80, cuando la

llegada del casete golpeó la producción de vinilos, marcando una crisis en la industria discográfica. Así, de tumbo en tumbo, hasta que los formatos de streaming cambiaron las reglas del juego, permitiendo que cualquier músico ecuatoriano llegue al mundo con un solo clic, mientras que la industria que no logró adaptarse a la nueva era, quedó atrás, estancada en el tiempo de JD Feraud Guzmán.

Ahora parece que los vinilos volverán con fuerza, y con la digitalización en ascenso. Ecuador busca consolidar su industria musical ¿podrá exportar su talento a gran escala? ■

por Públicos

Revista de artes y pensamiento

Cuando el arte deja de ser arte: el activismo por encima del acto de creación

*Una aproximación desde el pensamiento de
Gilles Deleuze y Frederic Jameson*

En un momento histórico donde las fronteras entre el arte y las ciencias sociales se han vuelto difusas, es pertinente cuestionar el papel del arte en la actualidad. Bienales, premios y convocatorias destacan cada vez más propuestas artísticas con un rol activista, que promuevan el cambio y fomenten la reflexión sobre temas como ecología, feminismo y colonialismo, entre otras problemáticas actuales de interés social. Sin embargo, este giro ha generado una paradoja: las instituciones que legitiman el arte parecen priorizar enfoques antropológicos e históricos sobre la potencia propia del lenguaje artístico. Esto conlleva el riesgo de limitar qué tipo de prácticas son consideradas relevantes, reduciendo el arte a un medio de comunicación o a una forma de activismo temático. Por esta razón, es fundamental diferenciar entre reconocer la relevancia del arte político y reducir el arte a un medio de comunicación social.

Sin duda, las problemáticas sociales son urgentes y necesarias, especialmente en un contexto en el que enfrentamos transformaciones políticas y una creciente conciencia sobre distintas luchas. No se trata de negar la importancia del arte activista, sino de evitar que el arte sea legitimado por abordar ciertos tipos de discursos. Resulta riesgoso validar una propuesta de arte principalmente por abor-

dar ciertos temas. Si bien el arte activista puede ser una propuesta relevante y significativa dentro del mundo del arte, su valor no radica exclusivamente en el discurso que plantea, sino en los aspectos propios del arte –que veremos más adelante–. Al encerrar al arte por lo que dice, se lo está reduciendo a un medio de comunicación como cualquier otro. Esta aproximación resulta contraproducente, ya que despoja al arte de su verdadera potencia de actuar política que trasciende una narrativa explícita. Al reducir el arte a un vehículo de mensajes, se lo integra dentro del mismo sistema que se quiere desafiar, tomando en cuenta que la comunicación y el control pertenecen al orden de control y a las dinámicas de poder.

Es relevante, por tanto, mencionar lo que Gilles Deleuze plantea al respecto. En su texto ¿Qué es el acto de creación? (1987), el filósofo afirma que la creación es un acto de resistencia, ya que no pertenece a la orden de la comunicación, el medio de control en la actualidad. Comunicar implica ejercer cierto poder: establecer discursos, definir verdades, marcar límites. El arte, por el contrario, resiste a ello, implica proponer nuevos imaginarios, nuevas miradas y nuevos mundos. Por lo tanto, el carácter político del arte no solo radica en su contenido, sino en el acto mismo de crear. Según él, “la obra de arte no es un instrumento de





comunicación. La obra de arte, estrictamente, no contiene la mínima parte de información. Por el contrario, hay una afinidad fundamental entre la obra de arte y el acto de resistencia” (p. 5). Esta afirmación subraya que la función del arte no se limita a transmitir un mensaje claro o dictar lo que debemos ver o pensar.

Ahora, si el arte no tiene relación al comunicar, ¿en qué reside la esencia misma de la creación (de la verdadera obra de arte)? ¿Qué significa, entonces, resistir, sino es hablar estrictamente de los discursos en cuestión? Es pertinente, por tanto, referirnos al concepto de perceptos y afectos, los cuales son desarrollados en *La lógica de la sensación* (1984) del mismo autor. En este trabajo, se argumenta que el arte no se reduce a la transmisión de un contenido explícito, sino que tiene la capacidad de generar sensaciones complejas y transformadoras que exceden lo evidente. El arte opera desde el exceso, desde lo que desborda y escapa lo evidente. El arte nos mueve, nos saca de lo familiar, de lo panfletario y lo publicitario. Desde esta lógica, la potencia política del arte no está en la exposición directa de problemáticas, sino en su capacidad de desestabilizar las formas establecidas y expandir nuestra manera de percibir el mundo mediante perceptos y afectos que atraviesan nuestros sentidos.

Por esta razón, es imprescindible que no se borren las líneas entre lo que consideramos arte y lo que son los activismos o las luchas sociales, políticas y económicas. No hay que caer en la instrumentalización del arte, pretendiendo que este adopte un rol que no le pertenece. (Filippo, 2012), argumenta que el arte “...funciona en y sobre el espectáculo y la lógica del sentido dominante, y que se sirve de sus propias representaciones para deformarlas permitiendo la emergencia de la sensación, proceso que no es absoluto, sino que está siempre contaminado por un resto, deformado y convertirlo en otra cosa”. (p.43). En consecuencia, el arte es un acontecimiento. Este no representa el mundo, sino que lo transforma, nos irrumpe de lo ordinario y nos confronta con lo inesperado. El arte no debe decirnos algo, sino modificarnos. Es una experiencia que nos desestabiliza, que nos afecta de manera impredecible. En este sentido, el arte más allá de ser una herramienta para transmitir mensajes ideológicos, es un espacio donde la sensibilidad se despliega sin necesidad de una justificación discursiva evidente.

Siguiendo las premisas del filósofo Jacques Rancière, (Portilla y Ruiz, 2018), señalan que en la obra de arte hay otro tipo de expectativas, “aquellas que dan al arte la tarea de la creación de lo nuevo. El espectador espera que algo nuevo pase, que frente a una obra sea sorprendido”. También sostienen que debe existir

“...un fenómeno de exceso en las obras de arte relevantes, algo que excede al discurso dominante, que desborda el sentido de lo que se denomina arte. Solo así ocurre lo nuevo. Si los artistas buscan remediar los males de nuestro tiempo desde el arte, no lo conseguirán dando soluciones prácticas para la transformación social, sino instaurando preguntas, cuestionando lo que se nos dice acerca de lo que es el mundo” (p.12).



Dados los argumentos anteriores, se pueden cuestionar las expectativas de la industria cultural e instituciones del arte, a nivel local como global, en las que no está claro qué es lo que se entiende por arte y qué es lo que se espera de las propuestas artísticas en la contemporaneidad. Tomando como ejemplo el contexto ecuatoriano, instituciones como el Centro del Arte Contemporáneo de Quito, presentan en su página web la siguiente información:

El Centro de Arte Contemporáneo (CAC) es un espacio que busca acoger las prácticas artísticas y las culturas contemporáneas en su amplia y compleja diversidad. Entendemos al arte como un lugar de encuentro, diálogo y reflexión que articula la construcción colectiva, afectiva y efectiva de nuevos conocimientos desde la educación no formal como una práctica radical que estimula el pensamiento crítico contemporáneo.

Sin embargo, ciertas convocatorias recientes dan a entender que el criterio de selección se enfoca prioritariamente en la pertinencia del tema abordado, dejando de lado “la amplia y compleja diversidad” del arte. La mayoría de propuestas que se muestran en este espacio suelen estar vinculadas principalmente a cuestiones comunitarias, sociales, de género y políticas. Esta orientación está claramente respaldada en la misma página web, que enfatiza esta conexión temática activista.

El CAC maneja exposiciones temporales durante todo el año; estas, abordan temáticas ligadas al género, ecofeminismos, descolonización del pensamiento, interculturalidad, territorialidad, conciencia y justicia social.

¿Surge entonces una priorización de ciertos ejes temáticos por encima de la creación artística? Es importante enfatizar nuevamente que el problema no radica en los discursos que se abordan – los cuales son, de hecho, necesarios -, sino que la validez de una obra se mida primordialmente por estos, como si se estuviese pensando al arte como un ente educativo/informativo/comunicacional, relegando la naturaleza artística de la obra a un segundo plano.

Ahora bien, este tipo de enfoque no es casual, sino que responde a dinámicas más amplias dentro del sistema de consumo, y las sociedades de control, concepto dado por Gilles Deleuze. Como ya hemos mencionado, en estas, el control se ejerce a través de la información. Vivimos en un mundo saturado de contenido mediático: los algoritmos, las tendencias y los discursos hegemónicos moldean lo que se considera relevante. En este contexto, la industria y las instituciones artísticas, corren el riesgo de caer en esta misma lógica y dinámica determinando qué se consume, qué se lee, que se ve, qué se discute, privilegiando propuestas fácilmente digeribles y alineadas con los discursos preestablecidos. Aunque las intenciones de los actores culturales y las instituciones puedan estar alejadas de ello,

es claro que el sistema –particularmente el capitalismo y la posmodernidad– tiene la capacidad de absorber incluso estas esferas. Es aquí donde radica el riesgo.

A esto se suma la necesidad de clasificar el arte bajo categorías específicas; arte ecológico, arte feminista, arte decolonial, entre otras. Si bien estas corrientes responden a problemáticas urgentes y necesarias, su institucionalización dentro de un sistema de mercado genera una crisis. En lugar de que el arte sea un espacio de protesta o vía para desafiar el sistema, se convierte en un producto cultural que debe ser legible, medible y vendible. Este proceso no solo homogeniza las prácticas artísticas, sino que también condiciona la producción, empujando a los artistas a vincularse con discursos que quizás no forman parte de sus intereses genuinos, pero que son los que garantizan financiamiento, exhibiciones y reconocimiento institucional. Esto nos plantea otra pregunta: ¿En qué medida la industria y las instituciones realmente promueven el avance del arte en la contemporaneidad, o terminan configurando un sistema limitado? Si el arte se ve comprometido por la necesidad de encajar dentro de ciertas narrativas, entonces este deja de ser un espacio de resistencia y corre el riesgo de volverse parte del mismo sistema que busca criticar. (Jameson, 1991), sostiene que:

Un nuevo arte político –si tal cosa fuera posible– tendría que arrostrar la posmodernidad en toda su verdad, es decir, tendría que conservar su objeto fundamental –el espacio mundial del capital multinacional– y forzar al mismo tiempo una ruptura con él, mediante una nueva manera de representarlo que todavía no podemos imaginar: una manera que nos permitiría recuperar nuestra capacidad de concebir nuestra situación como sujetos individuales y colectivos y nuestras posibilidades de acción y de lucha, hoy neutralizadas por nuestra doble confusión espacial y social. Si alguna vez llega a existir una forma política de posmodernismo, su vocación será la invención y el diseño de mapas cognitivos globales, tanto a escala social como espacial (p.61).

En relación con la cita anterior, podemos destacar el papel del arte como herramienta para confrontar la realidad actual, utilizando formas de representación que están aún por imaginar. Jameson nos invita a pensar en nuevos mapas cognitivos, como medios que nos permiten orientarnos en un contexto marcado por estructuras complejas y difusas del capitalismo tardío. Estas estructuras, propias de la posmodernidad, generan un escenario donde las relaciones sociales, políticas y económicas se vuelven difíciles de percibir y comprender en su totalidad. Desde esta perspectiva, se puede argumentar que el arte emerge como un ente crucial para superar esta confusión espacial y social, proporcionando nuevas formas de ver y entender la realidad, sin necesariamente recurrir a una representación directa de las problemáticas.

Esto no significa que el arte deba ser desvinculado del contexto social y sus discursos. Todo lo contrario: a lo largo de la historia, el arte ha sido un motor de cambio y concienciación. Sin embargo, su función principal no es

reafirmar lo que ya sabemos ni limitarse a la transmisión de un mensaje evidente, sino abrir preguntas e incomodar. Ejemplos como Tucumán Arde en Argentina o Arte Factoría en Ecuador evidencian cómo el arte puede dialogar con la realidad social sin perder su naturaleza simbólica. Tucumán Arde (1968), por ejemplo, no solo denunció la crisis económica y la censura en Argentina, sino que también subvirtió los espacios tradicionales del arte, integrando fuertes cargas simbólicas a través del performance, el happening y el arte conceptual que propusieron nuevos imaginarios y maneras de experimentar la realidad de ese entonces. Se puede conocer más sobre esto en la Entrevista con Graciela Carnevale (2019).

Asimismo, La Artefactoría (1980) en Ecuador fue un colectivo artístico que se destacó por obras que combinaban una profunda crítica política, con una verdadera preocupación de desafiar las convenciones artísticas de la época, incorporando elementos visuales y conceptuales que invitaban al espectador a reflexionar sobre la realidad sociopolítica de Guayaquil y del país en general. “Matilde Ampuero, curadora de la muestra retrospectiva que el grupo montó en el MAAC, sostiene que La Artefactoría contribuyó a la construcción de un espacio de concientización, que, aunque pudiera identificarse como político, se asentó sobre una estética ligada a la fertilidad de los cambios históricos que se producían en el país y la región” (Díaz y Flores, 2017).

Aunque en el presente artículo no trato de analizar a profundidad estas propuestas, es importante recalcar que más allá de su discurso o finalidad activista, estos proyectos no renunciaron a la potencia del arte en sí mismo. No se trató de artistas que adoptaron un rol exclusivamente antropológico, histórico o comunitario, sino de propuestas que expandieron los límites del arte, sin reducirlo a una herramienta de comunicación. Es por esto que trabajaron en colaboración con actores de otras ramas –periodistas, historiadores, sociólogos– quienes sí tienen una responsabilidad informativa. De esta manera, el arte mantuvo su autonomía y capacidad de crear nuevos imaginarios y nuevas formas de ver la realidad, en lugar de documentar la ya existente.

En este contexto, y a partir de las tensiones entre el arte y los discursos activistas que hemos explorado, es relevante reflexionar brevemente sobre cómo estos planteamientos han influido en mi propio proceso creativo. En mis últimas obras, he realizado un salto técnico y conceptual desde lo que venía trabajando en años anteriores. En mi reciente exposición No Se Si Te ha Pasado a Ti, junto a la artista Polett Zapata, comienzo a expandir mis horizontes más allá de la pintura, territorio que conozco. Evidentemente, esta es una experimentación y exploración que recién inicia. Mis preocupaciones se han trasladado más a lo femenino y vivencial. Reconozco que es a partir de experiencias personales e íntimas que vienen mis inquietudes de hacer obra al respecto. En estas obras, trabajo en torno al cuerpo, la enfermedad, la violencia del sistema de salud y el control sobre el cuerpo femenino y el aparato reproductor. Sin embargo, entiendo que la importancia de mi obra no radica en el discurso netamente. Aunque es un tema de suma relevancia y que me ha impactado de forma significativa, pues para hacer una denuncia, puedo comunicarlo de una manera más efectiva.

No pretendo “contar mi historia”, o solucionar algo que les pertenece a otros hacerlo, sino generar preguntas, inquietudes, pero más que nada, impactar la experiencia del espectador, generando incomodidad, inquietudes que atraviesan los sentidos. Más allá de representar un problema, mi preocupación como artista está en pensar en él a partir del exceso que plantea el arte. En este caso, por ejemplo, construyo instalaciones con telas que han sido intervenidas desde un lado muy performático, desde pintarlas con mi cuerpo, manchándome excesivamente de pintura roja, como quien se mancha con la menstruación, con la sangre, quemarlas con fuego, como el doctor que cauteriza la piel, las heridas.

Imagino ciudades y montañas de cúrcuma, como quien se obsesiona con disminuir la inflamación. Trabajo con tubos de ensayo, imaginando fluidos de todos los colores. En fin, mi papel como artista no es analizar mi propia obra ni definir si lo que propongo es arte o no. Tampoco está en incursionar en algo solo por encajar dentro de un modelo institucional, pues si algo debe ser el arte es sincero. Ha sido interesante, sin embargo, presenciar y oír las distintas lecturas de quienes han observado mi obra, los imaginarios que han generado y las memorias e historias que les ha evocado.

Para concluir, lejos de ofrecer verdades absolutas, es importante seguir cuestionando y reflexionando sobre el papel del arte en el contexto contemporáneo. A lo largo de este análisis, se ha puesto en duda cómo las instituciones y la industria cultural configuran y limitan la práctica artística, enfocándose a menudo en el contenido discursivo –específicamente

con roles activistas– a expensas de la propuesta artística en sí misma. A partir de las reflexiones de pensadores como Jameson y Deleuze, hemos planteado que el arte no debe ser simplemente un medio para transmitir mensajes predefinidos o para encajar en categorías de consumo, sino que debe seguir siendo una forma de resistencia, capaz de generar nuevas formas de pensar y de relacionarnos con nuestra realidad a través de sensaciones complejas que nos atraviesen. El arte no debería limitarse a prácticas artísticas específicas ni restringirse a solo ciertos discursos; debe mantenerse abierto a toda forma de expresión posible. En definitiva, es crucial recordar que el arte no es político únicamente por abordar temas de carácter político y social, sino por el mero hecho del acto creativo, con las cualidades y aristas que se han mencionado. Asimismo, es esencial evaluar el arte activista por su poder transformador – o solo desde el discurso que defiende– sino por su capacidad para generar preguntas y desafiar las ideas normativas, abriendo nuevas posibilidades para pensar y ver el mundo. En lugar de conformarnos con respuestas fáciles, el arte debe desafiar las estructuras convencionales, ofreciendo visiones que nos permitan superar las reglas que nos caracterizan.■

por **Mikaela Montenegro**
Artista visual e investigadora



Estación Alameda

Estación Quitumbe



Arte, cultura e historia

en los espacios públicos de Quito

Estación San Francisco



Estación El Labrador



Estación El Labrador



Recorriendo el Metro de Quito y sus estaciones que conectan a la ciudadanía con el arte y sus creadores.■

por Públicos

Revista de artes y pensamiento



Gracias ☺

**PÚ
BLI
COS** Revista
de artes y
pensamiento