

03

Fecha de presentación: diciembre, 2022

Fecha de aceptación: febrero, 2023

Fecha de publicación: abril, 2023

LAS INDUSTRIAS

CULTURALES CREATIVAS, DESARROLLO LOCAL Y MECENAZGO.
APUNTES PARA UN DEBATE

THE CREATIVE CULTURAL INDUSTRIES, LOCAL DEVELOPMENT AND PATRONAGE. NOTES FOR A DEBATE

Alicia de la Caridad Martínez Tena¹

E-mail: aliciadelacaridadmartineztena@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2119-2286>

Elpidio Expósito García¹

E-mail: elpidio@uo.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9311-5701>

Marcos A Campins Robaina²

E-mail: marcoscampins75@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6100-2769>

¹Centro de Estudios Sociales Cubanos y Caribeños/Universidad de Oriente. Cuba.

²Estudios Siboney de la Empresa de Grabaciones y Ediciones Musicales. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Martínez Tena, A. C., Expósito García, E., & Campins Robaina, M. A. (2023). Las industrias culturales creativas, desarrollo local y mecenazgo. apuntes para un debate. *Universidad y Sociedad*, 15(S1), 37-45.

RESUMEN

Las Industrias culturales y creativas, desarrollo local y mecenazgo. Apuntes para un debate ha devenido en uno de los temas recurrentes para los estudios sociológicos del programa doctoral en Ciencias Sociológicas que se imparte desde el año 2004 en el Centro de Estudios Sociales Cubanos y Caribeños Dr. José A Portuondo de la Universidad de Oriente, Cuba. Sus acercamientos y reflexiones han posibilitado abrir un campo para el ejercicio de la política cultural y la estrategia de desarrollo territorial de la ciudad de Santiago de Cuba, ciudad creativa en la música, declarada por la UNESCO en noviembre del año 2021. Las reflexiones y propuestas de nuevas políticas para la creatividad desbordan los límites de la geografía citadina y pueden ser referentes para estudios similares. El objetivo de este artículo es compartir reflexiones y puntos de vistas acerca de las relaciones industrias culturales creativas, desarrollo local y mecenazgo, que día a día se complementan y buscan puntos comunes para la construcción de visiones múltiples en la elaboración de nuevas políticas públicas inclusivas que estimulen los emprendimientos culturales para el desarrollo de las localidades, la ampliación de la base social de los actores y gestores de procesos.

Palabras clave: Industrias culturales creativas, desarrollo local, mecenazgo, emprendedores culturales, políticas culturales públicas inclusivas.

ABSTRACT

Cultural and creative industries, local development and patronage. Notes for a debate has become one of the recurring themes for sociological studies of the doctoral program in Sociological Sciences that has been taught since 2004 at the Center for Cuban and Caribbean Social Studies Dr. José A Portuondo of the Universidad de Oriente, Cuba. Their approaches and reflections have made it possible to open a field for the exercise of cultural policy and the territorial development strategy of the city of Santiago de Cuba, a creative city in music, declared by UNESCO in November 2021. The reflections and proposals of new policies for creativity go beyond the limits of city geography and can be benchmarks for similar studies. The objective of this article is to share reflections and points of view about the relations between creative cultural industries, local development and patronage, which complement each other day by day and seek common points for the construction of multiple visions in the elaboration of new inclusive public policies that stimulate cultural ventures for the development of localities, the expansion of the social base of the actors and process managers

Keywords: Creative cultural industries, local development, patronage, cultural entrepreneurs, inclusive public cultural policies

INTRODUCCIÓN

Las industrias culturales creativas. De Europa a Latinoamérica

La Industria Cultural (IC) es un concepto que, si bien hoy ocupa un lugar destacado en los análisis sociales y culturales, es de larga data. Desde su aparición, éste ha pasado por un proceso evolutivo que responde a los contextos socio-históricos e ideológicos de las sociedades modernas. Teorías e investigaciones han dado aportes interesantes para profundizar sobre esta concepción. La Escuela de Frankfurt, plural y diversa por las procedencias epistémicas de sus miembros, acuñaron el concepto (Horkheimer & Adorno, 1998), con el que explicaron las relaciones entre economía y cultura, los procesos del quehacer de la cultura condicionado por la lógica del capital, tipos de propiedad y sus efectos más inmediatos en los consumos de la cultura por los diversos segmentos de las sociedades de las primeras décadas del siglo XX. (Limia, 2022).

La aparición de la televisión reforzó los lazos entre industria y cultura y contribuyó a la utilización de este nuevo término ya referido: el de industria cultural. Los análisis realizados por esta escuela sobre los cambios culturales frente a las culturas tradicionales posibilitaron abrir un espacio para comprender el proceso de industrialización de la cultura como parte del afianzamiento del sistema capitalista y propia de la cultura de masas que afloraba de manera pujante. Con la IC, se situaron los conceptos de cultura de masa e ideología, una trilogía significativa para dar cuenta de sociedades con un sistema de dominación cultural, homogeneización de patrones y reproducción de estilos de vida acuñados por las élites y la propiedad privada. Para la escuela de Frankfurt, la IC “atrapó” un sistema de relaciones mercantilizadas y que modificaba sustancialmente, las tradiciones arraigadas (Puga & Moya, 2020). Las lecturas e incursiones gnoseológicas y empíricas realizadas desde este grupo multidisciplinario de pensamiento, permiten subrayar dos elementos sustantivos: la observancia y testigos del cambio cultural producido por la lógica de una sociedad industrializada que muy bien fuera analizada con nuevos conceptos y el posicionamiento de un pensamiento interdisciplinar necesario para el análisis de estos procesos de relaciones entre economía y cultura. Estos dos aspectos identificaron la producción intelectual y mantienen vigencias hasta la actualidad.

La IC fue ubicándose paulatinamente en otros espacios geográficos y en otras escuelas de producción de conocimientos sociales, entre ellas el Centro de Altos Estudios Culturales de Birmingham, Reino Unido, en los años 60

del pasado siglo. Las condicionantes socioculturales apuntaban a la presencia de pujantes industrias culturales de entretenimiento, entre ellas, la industria del libro, la radio, la televisión, las cuales comenzaron a reproducir un ecosistema con componentes organizativos y de gestión para la elaboración de nuevos productos culturales dirigidos a grupos receptores de los mensajes culturales. El valor económico y cultural de la producción de las artes -libro, diseño, moda, cine, revistas- y sus efectos, tuvieron en esta escuela de pensamiento un lugar relevante, desde los estudios de la comunicación, las audiencias y las agendas mediáticas. (Castillo, 2023). La industrialización de la cultura “alteró” no solo al sistema de instituciones donde el mercado del arte fue configurando nuevos actores que proyectaron el carácter autosuficiente de la cultura; también abrieron canales para la interpretación de un flujo de información y conocimiento basados en la creatividad y la cultura.

Una rápida reflexión de los campos de saberes que constituyeron bases para los análisis de la IC en las escuelas de Frankfurt y Birmingham permite aseverar que solo su estudio es posible, desde una visión interdisciplinaria; es uno de los conceptos más complejos de las ciencias sociales y muy difícil ubicarlo en una sola disciplina científica. De lo apuntado se colige la necesidad de préstamos, diálogos y complementariedad epistémica y metodológica. Las ciencias económicas, sociológica, de la comunicación, antropológica, semiótica, informática, otras, se presentan como corpus de entendimientos complejos que aportan herramientas para desentrañar sistemas, relaciones, prácticas, que son dadas en los procesos de producción, comercialización y consumo soportados en libros, diarios y revistas, discos y radio, televisión, cine, nuevos productos y servicios audiovisuales, fotografía, reproducciones de arte y publicidad, entre otros. (Campins, et. Al., 2021b).

El concepto de IC llega a América Latina en un escenario de multiculturalidad y diversidad cultural y mapas culturales muy plurales en un marco de relaciones de cultura y poder. Los investigadores latinoamericanos visualizamos nuestras realidades sociales como un amplio campo de prácticas intelectuales signadas desde las relaciones – primero metrópoli/colonia- hoy, norte/sur, en las que se enfrentan los poderes económicos, políticos y culturales. (Mato, 2002). Los procesos de producción de sentido son construidos dentro de una densa malla de relaciones dando lugar a mixturas, simbiosis, fracturas y reacomodos como resultado de los impactos producidos por los consumos culturales de productos principalmente foráneos y generados desde los llamados centros de

poder cultural: Estados Unidos, Europa y Corea del Sur. (Martínez & Expósito, 2022)

Los cambios culturales producidos desde los años 70 del finalizado siglo XX mostraron una expansión inusitada del mercado de la cultura como una forma específica de su extensión, con tipos de producción cultural y formas diversas de organización de esa producción. Las hibridaciones en el lenguaje, la música, las religiones populares se enfrentaron a los productos promovidos por las industrias del entretenimiento y más adelante, por las tecnologías de la información y la comunicación. (Gil de Zuñiga, et al. 2022)

El sector de la comunicación y la cultura comenzó a dialogar con los cambios importantes que en los últimos 40 años se ha venido suscitando en las sociedades latinoamericanas: mutaciones tecnológicas y productivas, apropiaciones de espacios plurales, multidiversos, donde se construye el sentido, catedrales del consumo cultural, fusiones entre los gigantes mundiales de la comunicación y las culturas locales, canales de producción, difusión y comercialización de productos facturados culturalmente desde los circuitos de dominación ideológica. El consumo cultural y las prácticas de socialización dan cuenta de nuevos mapas de desigualdades en los accesos a los servicios culturales. (Campins, et al., 2021d; Peters, et al., 2022; Martínez & Expósito, 2022; Hil de Zuñiga, et al. 2022)

Las IC irrumpen en Latinoamérica en un escenario de formación de la sociología científica, hecho que García Canclini ubica en la segunda mitad del siglo XX; una sociología cuyos estudios empíricos comenzaban a dar cuenta de las desigualdades generadas por los modelos de desarrollo de industrialización, urbanización y desterritorialización (García, 1991). Se está en presencia de una nueva escena sociocultural "Si se modificó el lugar de la cultura en la sociedad es porque, como revela este nuevo vocabulario, la industrialización de la producción cultural entrelaza a los bienes simbólicos con las innovaciones tecnológicas y con algunas de las zonas más dinámicas de la economía y las finanzas" (García, 1991, p.9).

El interés por las investigaciones culturales permitió una acumulación de datos empíricos sobre diversos procesos de rupturas y reconfiguraciones simbólicas mediadas por los impactos de las industrias del entretenimiento. Intelectuales y estudiosos de la sociología - José J Brunner; Renato Ortiz, Alain Basail, Gilberto Giménez- situaron herramientas para los análisis de relaciones entre economía y cultura, mercado y consumos, instituciones culturales y culturas populares, desigualdades y vulnerabilidades, tecnología e innovación, con lo cual, se fueron conformando visiones interdisciplinarias que han

favorecido las actuales incursiones en los estudios de las IC latinoamericanas.

Paralelo a los estudios que se realizan desde la sociología de la cultura, la UNESCO fue actualizando el concepto a partir de los procesos de innovación y creación de riquezas que generan ingresos a través de explotación de los activos culturales y de la producción de bienes y servicios basados en el conocimiento. Nos asomamos entonces a un fenómeno cultural que tiene que ver con la capacidad de creación de los procesos de producción, comercialización, distribución y consumo de bienes y servicios culturales y su lugar y papel en las economías locales. Cada vez es más significativa la pertinencia de la cultura en los destinos económicos de las naciones. Las ICC comienzan a aludir al conjunto de sectores encargados de la creación cultural, con lo que se amplían las bases conceptuales y las exigencias a las ciencias sociales en general y a la sociología en particular, en los hallazgos de respuestas a los imperativos del desarrollo de los territorios. El conocimiento y la innovación social abrieron campos para los análisis de políticas gubernamentales en el que se fueron fijando pautas a partir de la actuación del binomio economía y cultura. (Pérez & Lutsak, 2017; Feindt & Weiland, 2018).

Campins, et al., (2021a) afirman que "las ICC han transportado el arte a la esfera del consumo. Ello ha conllevado a establecer una estrecha relación entre el arte y el negocio del espectáculo, y se ha comenzado a subvertir la relación orgánica de ella para dar a paso a relaciones mercantiles. El producto cultural concebido está ahora sujeta a las leyes del mercado y su valor de uso se transforma, como el de toda mercancía, en *valor de cambio*" (p.86). Para los investigadores sociales la primera tendencia global en Latinoamérica es que las ICC han pasado a ser predominantes en la comunicación social y en la constitución de la esfera pública. Ello viene dado por la notable diversificación de la estructura del desarrollo cultural, con la expansión masiva de los las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, las que han generado nuevas identidades y nuevas segmentaciones desde los consumos culturales. (Campins, et al., 2021a)

Las ICC llegan a las ciencias sociales cubanas en un contexto de reacomodo del modelo económico y social, de nuevos replanteos de la política cultural y del sistema de instituciones y de la implementación de las estrategias de desarrollo territorial. Irrumpe en los debates que hoy se producen en torno al desarrollo local y comunitario, un concepto estratégico que sitúa un conocimiento plural, de enfoques, metodologías y datos ilustrativos de las realidades económicas y culturales de las localidades cubanas. La economía y la cultura comparecen entonces

como binomio que complementan, actualizan y direccionan las políticas públicas a la luz de nuevos actores locales desde el sector de los servicios y la creación cultural privados y estatales.

En los tiempos de globalización y pandemia (Martínez & Echavarría, 2021) de desafíos y oportunidades, las escasas industrias creativas en Cuba buscan abrirse paso por medio del acceso y empleo de las tecnologías de la comunicación, las que generan presencia y reconocimiento en el mundo por su potencial como impulsoras del desarrollo económico y el desarrollo humano y se presentan como un recurso altamente estratégico. Para Limia (2022) “este fenómeno conforma un marco de posibilidades sumamente amplio -básicamente inexplorado- para el impulso del desarrollo económico y social de nuestro país en las condiciones actuales” Desde la realidad social y acompañado del enfoque micro sociológico, comparecen nuevas coordenadas para estudiar a las ICC.

En los últimos cinco años -2017 al 2022- se ha comenzado a notar un importante movimiento del sector creativo del espacio institucional al privado; la apropiación de un lugar íntimo, familiar, al margen de las disposiciones institucionales y que han dado lugar al desarrollo de nuevas prácticas en el quehacer cultural; se construye un nuevo marco de creación cultural familiar y grupal; sociológicamente las ICC enfrentan un proceso de descapitalización del sector estatal, una “fuga” de capitales económico y simbólico y un incremento del número de actores culturales cuya creación deberá tener presencia en los análisis microeconómicos de las localidades. Se ha producido un giro cultural en los modelos teóricos de organización y nuevas exploraciones en las políticas de desarrollo gubernamentales (Hernández, 2017; Feindt & Weiland, 2018; Martínez & Echavarría, 2021; Castillo, et al., 2022)

Desde un enfoque microsocioal, a las ICC se le presenta un mapa culturalmente y económicamente diverso, plural y socialmente estratificado; hay nuevos actores en la escena sociocultural: los emprendedores culturales. La necesidad de oxigenar y reacomodar la economía local, llevo a la promulgación en el año 2021 del Decreto Ley 46/2021 para la creación de las pequeñas y medianas empresas (Mypimes). Se revelan rostros, voces, que fomentan el desarrollo local desde perfiles, prácticas y campos de actuaciones diversos. ¿Cómo disponer de estos actores y en qué medida ellos promueven su creatividad para un desarrollo local inclusivo?

DESARROLLO

Nuevas interrogantes ante el desarrollo local y las políticas públicas desde las ICC

En el contexto de una ciudad creativa como Santiago de Cuba, en el que la tradición del pensamiento social y cultural continúa estableciendo pautas para los análisis de políticas, el discurso de las industrias culturales creativas representa una respuesta y posición genuina y productiva ante el surgimiento de una sociedad del conocimiento. En esta idea se puede hallar una de las claves del por qué este es hoy un tema de alta gama.

¿Es posible desarrollar industrias culturales locales sostenibles en Santiago de Cuba?, ¿Pueden las ICC jugar un doble papel como modelo cultural y como impulsor económico de crecimiento local? ¿Pueden las políticas públicas promover el desarrollo dentro del sector? ¿Cuáles son las prácticas exitosas (y las menos exitosas) en el sector? ¿Está el comportamiento del sector vinculado a las colaboraciones público-privadas y/o internacionales? ¿Cuál es hoy el mapa que visualiza a los nuevos actores desde el emprendimiento cultural? ¿Qué dicen los datos que se publican acerca de los nuevos actores económicos?

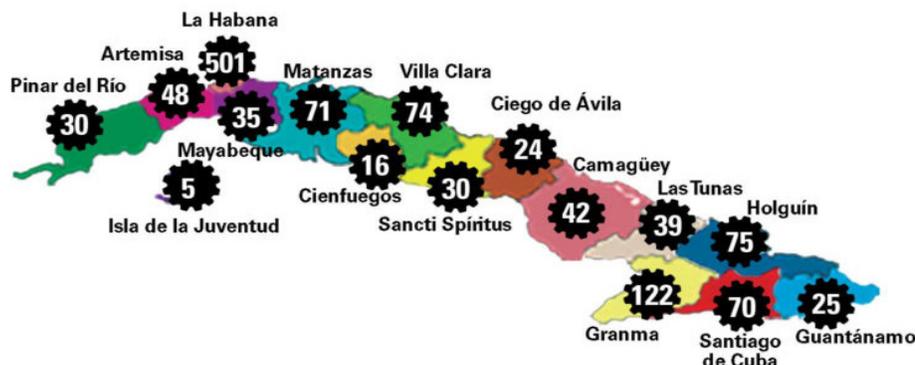


Figura 1. Actores locales. Sector privado.

Fuente: www.trabajadores.cu

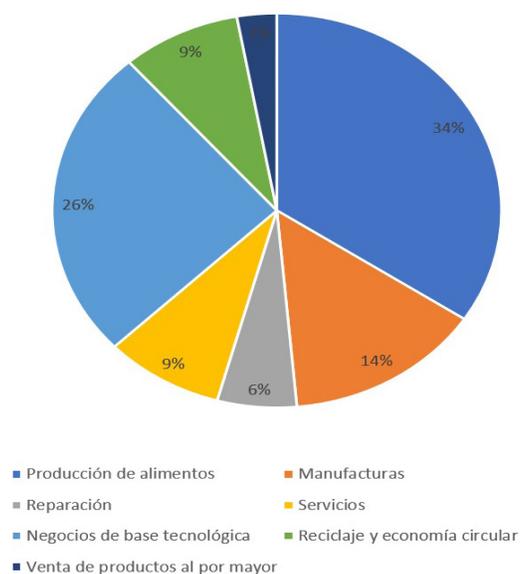


Figura 2. Mipymes en Cuba.

Fuente: www.mep.gob.cu

Detenernos en los datos que ilustran los gráficos nos asoman a una desproporción geográfica y por segmentos de los nuevos actores económicos (servicios, producción de alimentos, reparaciones, negocios de bases tecnológicas, manufacturas, reciclaje y economía circular, ventas de productos al por mayor); en su conjunto, esta tipología de actores, no cubre todo el espectro de posibilidades creativas que los territorios cubanos proyectan. Las culturas populares, las tecnologías de la información y la comunicación y la innovación no han desempeñado un papel activo en los procesos de gestación de una normatividad que regule el funcionamiento del sistema social. Se ha incorporado -hasta el momento en que se escribe el artículo- una denominación que deja fuera, los emprendimientos culturales y a sus gestores desde los campos de la creación cultural. ¿Dónde quedan?, ¿cuál es el concepto que nominalmente los describe, los agrupa, los designa?

Son estos grupos sociales que desde su creatividad y prácticas culturales diversas, amplias, en correspondencia con los campos de la creación cultural: diseño, libro, culinaria, artes visuales y escénicas, turismo, deporte, Industria de la Publicidad, Videojuegos, Software, Diseño, Soportes multimediales, patrimonio, otros, prestan servicios, generan empleos y valores, fomentan relaciones y participan en los destinos de sus localidades, muchos de ellos, de manera empírica y exentos de una legislación que ampare su presencia en los desarrollos locales. Las

variables que emanan del campo cultural y de la producción de bienes y servicios culturales, pueden ser consideradas una clave para revisar los criterios de agrupación y segmentación de los actores locales y sus correlatos con las características, potencialidades, exigencias y tradiciones de los diferentes territorios; pero también contribuiría a la elaboración de nuevos mapas culturales de las ICC, una herramienta de gran utilidad para los estudios de mercado, la elaboración de pronósticos y por consiguiente, los aportes al producto interno bruto. Hoy es aún deficiente la evaluación del papel de las ICC en los desarrollos territoriales y en las estrategias y enunciación de políticas públicas. Con ello, el par de concepto economía y cultura, comparecerían como ejes de discusión, análisis y puesta en valor de los insumos que potencialmente se hallan a nivel de familias y grupos de emprendedores culturales. Desde una reflexión proactiva y reflexiva, los datos ilustran vacíos y dejan fuera importantes segmentos que, con su creatividad, colocan conocimientos y valores reconocidos socialmente.

Santiago de Cuba, es una ciudad culturalmente pujante, segmentada no solo desde la gestión de las instituciones culturales, también, desde los imaginarios y repertorios simbólicos que colocan saberes y conocimientos para que la ciudad dinamice sus espacios y elementos que la distinguen. El contexto del COVID 19 trastocó el discurso y la práctica cultural institucional y la creatividad alcanzó espacios y difuminó nuevos estereotipos de los procesos de producción, circulación y consumo de productos culturales. (Campins, 2021d). A pesar de ello, las ICC se enfrentan hoy a un nuevo enfoque desde el modelo de desarrollo cubano plasmado en los lineamientos económicos y sociales del año 2017 (www.tsp.gob.cu) y que se expresan en las diferentes estrategias de desarrollo territorial.

El enfoque presupone un conjunto de aspectos de políticas, de innovación, de instituciones, de prácticas, de actores, que se entrelazan para proponer alternativas, sistemas, empleos, ocupaciones, con lo cual la perspectiva inclusiva es resultante de la construcción de sinergias. Desde un ideal, este enfoque inclusivo, de participación dialógica y de mezclas de expresiones, se enfrenta a estereotipos de resistencia al proceso de cambio cultural, lo que devela fuertes tensiones que obstruyen los ritmos en la implementación de un quehacer económico y cultural de nuevo estilo en el campo de actuación de las ICC para que puedan jugar un doble papel como modelo cultural y como impulsor económico de crecimiento local.

Las ICC para la ciudad de Santiago de Cuba constituyen un componente cada vez más importante en las economías locales basadas en el conocimiento; una segunda

clave de entendimiento para la actuación. No sólo contribuyen al crecimiento económico y la creación de empleo, sino que también actúan como elementos vehiculares en la transmisión de la identidad cultural, aspecto éste esencial en la difusión y promoción de la diversidad cultural ciudadana. El conocimiento hay que situarlo en las estructuras gubernamentales para la creación de capacidades las que puedan generar fórmulas y dispositivos de participación de las familias y grupos sociales que desde los espacios privados han comenzado a revelar una capacidad para la creación de bienes y servicios culturales, aún señaladas en la periferia, a lo que la sociología ha llamado industrias creativas periféricas.

A pesar del creciente interés que se ha despertado en los últimos dos años, acrecentado a raíz de la incorporación de Santiago de Cuba a la Red de ciudades creativas, este sector es todavía poco comprendido; quedando un largo camino para convencer a los gobiernos locales del gran potencial de las ICC en las actividades económicas del territorio. En la medida que crezca la demanda de estadísticas más sofisticadas se incrementará a nivel local, regional, nacional e internacional la necesidad de incorporar este sector en los análisis económicos y de políticas y se fomentarán iniciativas a partir del momento en que las ICC sean consideradas como un factor clave en el desarrollo económico local.

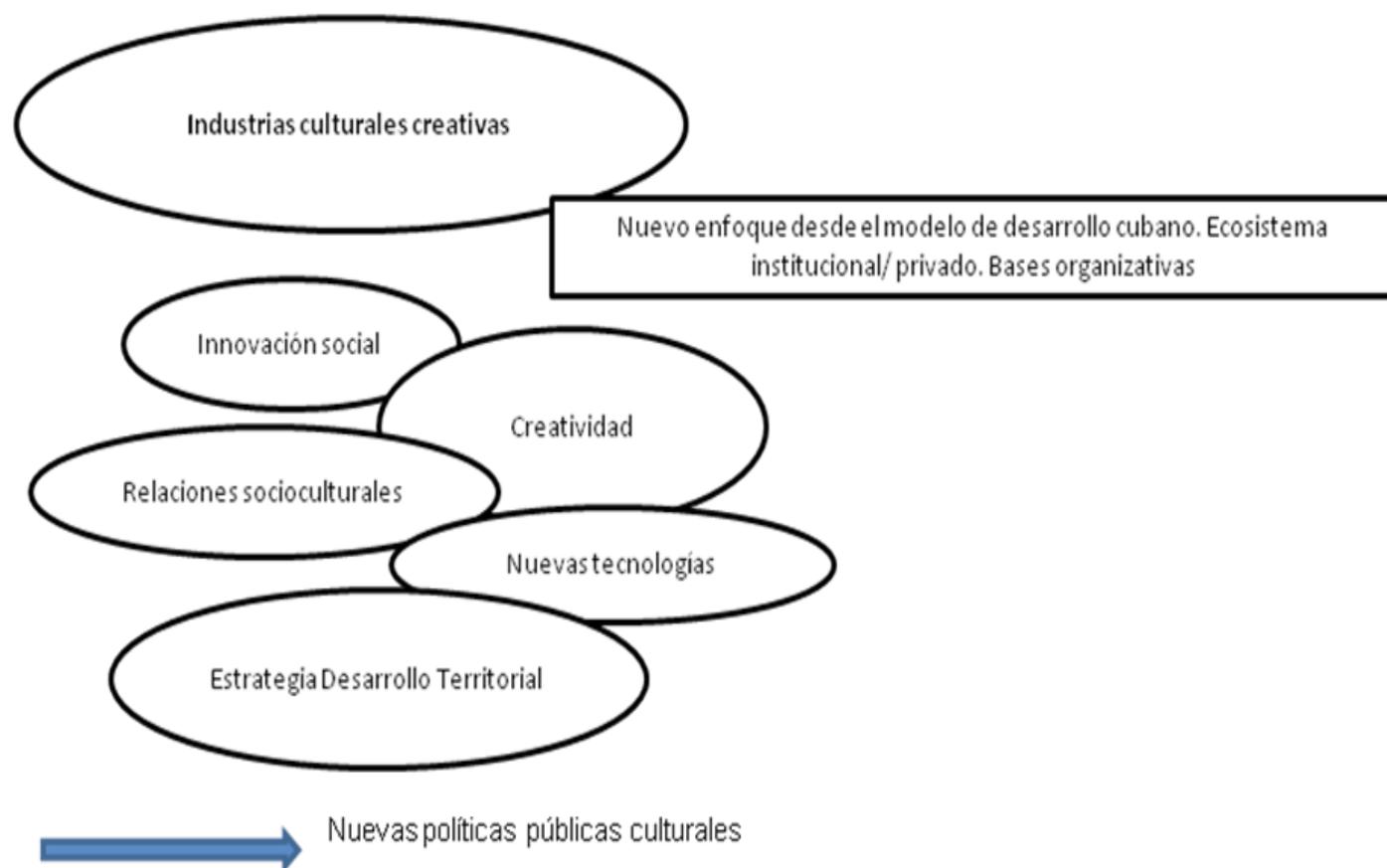


Figura 3 Ecosistema institucional/privado. Bases organizativas.

Fuente: Elaboración propia

El mayor desafío de este nuevo enfoque está en reforzar/estimular/difundir las capacidades locales, aquellas que se encuentran a nivel de familias, asociaciones, agrupaciones; mejorar el acceso de sus productos y servicios a los mercados locales, territoriales, internacionales, fomentar la colaboración de especialistas y expertos y lograr la defensa y reconocimiento de la propiedad intelectual; favorecer las mixturas, la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural.



Figura 4. Áreas de las ICC.

Fuente: Elaboración propia

Cada una de las áreas de las ICC representa economías basadas en la creatividad y el desarrollo cultural y generan prácticas exitosas que logren impactar en los ritmos de crecimiento de las localidades; el afianzamiento de relaciones y apropiaciones simbólicas que muestren reconocimientos sociales y a su vez, la ubicación de estas prácticas, en los mercados. Desde la historia cultural de la ciudad de Santiago de Cuba, las expresiones y manifestaciones de las culturas populares son reservorios y contenedores de una diversidad de prácticas referidas a la creación que pueden constituirse en incentivos para la búsqueda de insumos que impacten en la elevación de la calidad de vida de sus protagonistas.

Repensar las políticas culturales públicas para la inclusión de las ICC también desde el mecenazgo. Propuestas

A pesar de que en los dos últimos años se ha hecho visible una mayor atención a las ICC como un campo de interés tanto para los funcionarios y actores públicos, como para los académicos, aún no se perciben como sector estratégico. El resultado lo ubicamos en la asignación de bajos presupuestos para su desarrollo pues no son favorecidas en el reparto de los fondos públicos. La mayor dificultad y a su vez obtáculo, se halla en la no incorporación de ellas en la estrategia de desarrollo territorial y menor aún, su no comparecencia en las políticas culturales públicas. (Martínez & Carrasco, 2022).

Poner en perspectiva el valor económico de las ICC: aportes en el PIB; fuente importante de ingreso; generación de empleo; encadenamientos productivos; visualización de la imagen de la ciudad y nación; procesos de internacionalización de las actividades vinculadas a la producción cultural, son entre otros, elementos que pueden convertirse en catalizador del desarrollo local. Rastrearlas, conocerlas, identificarlas, clasificarlas, permiten la obtención de flujos de informaciones, y de intercambios. Pensar la cultura para el desarrollo local, permite ubicar también una perspectiva más atrevida que involucre los nuevos procesos y actores que sienten por la ciudad y sus identidades

“La ciudad de Santiago de Cuba y sus instituciones culturales se encuentran hoy ante obstáculos y perspectivas que exigen asumir retos y riesgos que deben ser enfrentados a través de una política cultural específica, más creativa (...) que orienten las acciones gubernamentales, como privadas (...) propuestas de iniciativas locales. (Martínez & Expósito, 2017, p.4)

Ante estas nuevas realidades, emerge un concepto que puede ser asumido como herramienta para dirimir obstáculos y favorecer entendimientos entre los sectores estatal y privado: el mecenazgo cultural, ante la no existencia de un régimen legal para el mecenazgo Ley 92 de 1982, Ley No 5 1983 y la Ley General de Protección al Patrimonio Cultural y al Patrimonio Natural de 2022; esta última, estratégica en la preservación de los valores patrimoniales para las futuras

generaciones de cubanos. En ninguna de ellas, el mecenazgo aflora como mecanismo gubernamental de fomento en las ICC. (Martínez & Expósito, 2017)

Pensar en una política cultural pública asentada en el mecenazgo puede ser considerada una plataforma estratégica para el desarrollo de la cultura y sus industrias: música, artesanía, productos digitales, culinaria, carnaval, patrimonio construido, por solo citar estas manifestaciones; una plataforma de bien común donde las sinergias entre los mecenas y creadores populares, estimulen la capacidad creativa y el despliegue de prácticas culturales que generen empleos y aporten al erario público. El mecenazgo cultural revelaría las interrelaciones entre el capital económico y el simbólico en el campo de la cultura para trasvasar flujos financieros que puedan sostener proyectos de desarrollo de los emprendedores culturales. De esta manera, el mecenazgo se erigiría como uno de los catalizadores de las actuales demandas que tal vez, el Estado no puede solventar. Con ello, se pudiera también fomentar políticas para la creatividad desde la estrategia de desarrollo territorial. En nuestro escenario cubano, con una determinante participación del Estado en la fijación de la política cultural, está en manos de este las competencias para determinar la utilización de los recursos que puedan asignar las organizaciones, fundaciones y agrupaciones a las actividades de mecenazgo cultural por lo que no existe el peligro de esos efectos negativos. (Martínez & Expósito, 2017, p.37)

Propuestas para el fomento de una política para la creatividad en la ciudad de Santiago de Cuba:

Dada las experiencias y recorridos realizados por los autores de este artículo en los temas de políticas culturales públicas, desarrollo local e ICC; los debates suscitados en los diferentes foros de reflexión académica y gubernamental y tomando en consideración las indicaciones/propuestas que desde la UNESCO se realizan, las siguientes propuestas, muchas de ellas, ya comenzadas a ser instrumentadas desde los espacios académicos y empresariales; ellas son:

- » Fomentar el desarrollo de investigaciones sociales como laboratorios para la innovación.
- » Elaborar un mapa con los sectores de actividad organizada que tengan como objeto principal la producción, la promoción, la difusión la comercialización de bienes y servicios culturales.
- » Diseñar políticas para la creatividad de los sectores que generan bienes y servicios culturales.

- » Crear espacios para el diálogo entre los creadores, académicos, políticos y actores gubernamentales que intencione el monitoreo de políticas para la creatividad.
- » Desarrollar ferias de las industrias creativas.
- » Elaboración de pautas para afianzar el desarrollo de las industrias culturales creativas:
- » Elaboración de una política para la creatividad de los diversos segmentos que generan bienes y servicios culturales donde la música continúe afianzando su papel y función social.
- » Propiciar, en lo posible, la creación de agencias, oficinas u otra estructura que desde los gobiernos locales propicien la presentación de proyectos conjuntos con las universidades desde la innovación social.
- » Propiciar el desarrollo de investigaciones científicas conducentes a la obtención de grados académicos y científicos en los temas de las industrias creativas, desarrollo local y políticas para la creación
- » Habilitar Foros permanente de discusión.
- » Realizar FERIAS de las ICC en la ciudad de Santiago de Cuba.
- » Crear espacios para la continua socialización de los resultados de investigaciones, proyectos desde las diversas plataformas de divulgación.

CONCLUSIONES

Las reflexiones y debates acerca de lo específico de los contextos y de los procesos económicos y culturales en que participamos, y de hacia dónde queremos ir nos lleva necesariamente a revisar las relaciones que hoy se fomentan desde los replanteos de conceptos y estrategias en los análisis sociales. La visibilización de las ICC en los actuales escenarios son determinantes para las explicaciones de las estrategias y políticas culturales públicas.

Pensar en una política cultural pública para la creatividad también desde el mecenazgo cultural, posibilitaría aunar recursos y capitales cultural y simbólico pujantes en los territorios cubanos, los que demandan activamente, iniciativas y nuevas prácticas para asumir a las ICC como claves del desarrollo local.

Elaborar guías para el desarrollo de las ICC conduce a la realización de mapeos, una herramienta de alto valor instrumental para los emprendedores culturales, directivos de industrias culturales y responsables de políticas de fomento del sector cultural, creativo y económico; facilitaría la obtención de datos necesarios para la generación de iniciativas y acciones locales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Campins, M., Martínez, A. & Expósito, E. (2021a). Santiago de Cuba, la industria de la música, ¿una ciudad musical? *Revista Perfiles de la Cultura Cubana*, enero-junio, 223-251.
- Campins, M., Martínez, A. & Expósito, E. (2021b). *Escenas y Consumos Culturales de la música. Miradas diversas*. Editora del Caribe.
- Campins, M., Martínez, A. & Expósito, E. (2021c). La ciudad de Santiago de Cuba. Componentes para una declaratoria de Ciudad Musical en el entramado sociológico. En, Arencibia, Y. & Salto, E. *Estudios socioculturales y de educación: puentes investigativos para (re)pensar desafíos actuales*. FUNIBER. Karywa
- Campins, M., Martínez, A. & Expósito, E. (2021d). La Covid y las plataformas digitales en la industria de la música cubana y su consumo. En, Martínez, A. & Echavarría, D., *Efectos del Coronavirus. Acercamientos plurales desde la sociología*. (392-401). RUTH CASA Editorial.
- Castillo, Y., Martínez, A., Villalón, G., & Ramírez, J. (2022). Comunicación y cultura en los procesos de inclusión social en las localidades. Experiencias en el oriente cubano. En, Zabala, M.; Fundora, G. & Peñate, A., *Nudos críticos del desarrollo en América Latina y el Caribe. Procesos de diálogo multiactorales*. (282-294). Ediciones Acuario.
- Castillo, Y., Martínez, A., Vilalón, G., Muñiz, V., Ramírez, J., Delgado, A., & Expósito, E. (2022). Investigar sobre comunicación en Cuba: contribuciones del Centro de Estudios Sociales Cubanos y Caribeños. *Revista Santiago, 75*, 284-301.
- Morente, F., & Ferràs, X. (2017). El giro cultural en la teoría organizacional. *Revista Prisma Social, 18*, 579-591.
- Gil de Zuñiga, H.; Mateos, A.; Imguanzo, I.; (2022). Repensando el capital social en la era digital y en sociedades diversas., *Revista Internacional de Sociología Vol 80 (4)*, e214.
- Horkheimer, M. & Adorno, T. W. (1998). *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. Editorial Trotta.
- Pérez, M. del C., & Lutsak, N. V. (2017). La producción científica sobre la innovación social para el desarrollo local. Una revisión bibliométrica. *Revista Prisma Social, 19*, 146-182.
- Feindt, P. & Weiland, S. (2018). Reflexive governance: exploring the concept and assessing its critical potential for sustainable development. Introduction to the special issue. *Journal of Environmental Policy & Planning, 20(6)*, 661-674.
- García, N. (1991). Los estudios culturales de los 80 a los 90: perspectivas antropológicas y sociológicas en América Latina. *Iztapalapa*. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades 24, 9-26.
- García, N. (2008). La nueva escena sociocultural. En, García, N. & Piedras, E., *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. Siglo XXI Editores.
- Limia, D. M. (2022). *El perfeccionamiento de las industrias culturales y creativas en Cuba. Más allá de la dialéctica negativa*. *Revista de Cultura Cubana*. <http://www.lajiribilla.cu/el-perfeccionamiento-de-las-industrias-culturales-y-creativas-en-cuba-mas-alla-de-la-dialectica-negativa/>
- Martínez, A. & Expósito, E. (2017). Cultura, mecenazgo y desarrollo local. *Revista Trabajo Social, 31(3)*.
- Martínez, A., & Expósito, E. (2022). Sociología y cultura. En, Leyva, A. & Martínez, A., *Sociología en Cuba. Reflexiones teóricas, investigación y enseñanza*. (328-352). Editorial de Ciencias Sociales.
- Martínez, A., & Carrasco, M. (2022). Las políticas culturales en el debate latinoamericano. Puntos de mira para una reflexión sociológica en las instituciones culturales. En, Madruga, D. T., Pérez, I. O. & Reyes, J., *Las políticas culturales públicas en Cuba. Una apuesta por la voluntad de resistencia cultural*. (20-29). Editorial Samuel Feijóo.
- Mato, D. (2002). *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Colección Grupos de Trabajo. CLACSO.
- Peters, T. S., Guell, P. E., Sotomayor, G. A. (2022). Nuevas y Viejas tendencias del consume cultural en Chile: desigualdades, prácticas emergentes y descripciones semánticas. *Revista Internacional de Sociología, 80(3)*, e212.
- Puga, I. & Moya, C. (2020). El mecanismo de inversión ideológica: sobre los procesos de legitimización del capitalismo. *Revista Internacional de Sociología, 78(2)*, e157.