

UCLV
Universidad Central
"Marta Abreu" de Las Villas



FH
Facultad de
Humanidades

TRABAJO DE DIPLOMA

Título: Industrias Culturales y Creativas en la ciudad de Cienfuegos

Autora: Daniela Valdivieso Pérez

Tutora: Lic. Ana Isabel Balmaseda Álvarez

Comunicación Social

Año: 2023

Santa Clara
Copyright©UCLV

UCLV
Universidad Central
"Marta Abreu" de Las Villas



FH
Facultad de
Humanidades

DIPLOMA THESIS

Title: Cultural and creative industries in the city of Cienfuegos

Author: Daniela Valdivieso Pérez

Thesis Director: Lic. Ana Isabel Balmaseda Álvarez

Social Communication

2023

Santa Clara
Copyright©UCLV

Este documento es Propiedad Patrimonial de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, y se encuentra depositado en los fondos de la Biblioteca Universitaria “Chiqui Gómez Lubian” subordinada a la Dirección de Información Científico Técnica de la mencionada casa de altos estudios.

Se autoriza su utilización bajo la licencia siguiente:

Atribución- No Comercial- Compartir Igual



Para cualquier información contacte con:

Dirección de Información Científico Técnica. Universidad Central “Marta Abreu” de

Las Villas. Carretera a Camajuaní. Km 5½. Santa Clara. Villa Clara. Cuba. CP. 54 830

Teléfonos.: +53 01 42281503-1419



**ACTA DE CONFORMIDAD PARA ESTUDIANTES DE
PREGRADO**

Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas

Por una parte: Daniela Valdivieso Pérez estudiante de la carrera de:
Comunicación Social

en la facultad de: **Humanidades**, en lo adelante EL ESTUDIANTE. Con número de
identidad permanente: 99010411955 o pasaporte:__. Y por otra parte Ivis
González Pereira Jefe del Departamento Docente de: Comunicación Social en la ya
mencionada facultad, en lo adelante EL JEFE DE DEPARTAMENTO, y
Ana Isabel Balmaseda Álvarez profesor(es) encargado(s) de
tutorar el Trabajo de Diploma DEL ESTUDIANTE, en lo adelante EL TUTOR.

Reconocen que:

- I. A **EL ESTUDIANTE** se le ha aprobado como tema de investigación para su Trabajo de Diploma el titulado: Industrias culturales y creativas en la ciudad de Cienfuegos.
- II. **EL ESTUDIANTE** no divulgará información concerniente a la investigación, tanto durante el desarrollo como tras la culminación de esta sin la debida autorización **DEL TUTOR** o **EL JEFE DE DEPARTAMENTO**.
- III. Que el Trabajo de Diploma fruto de la labor investigativa de **EL ESTUDIANTE** y la asesoría de **EL TUTOR**, resulta de **TITULARIDAD EXCLUSIVA** de la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas.
- IV. **EL ESTUDIANTE** una vez aprobada su tesis para la defensa, depositará una copia electrónica de la misma en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.
- V. A partir de la defensa y aprobación del Trabajo de Diploma, la publicación total, parcial o la elaboración de cualquier obra que se derive de esta investigación por parte de **EL ESTUDIANTE**, contará con la coautoría de **EL TUTOR** y viceversa, resultando de referencia obligada esta obra en cualquier otra que se elabore. El incumplimiento de esta cláusula, puede llevar consigo el inicio de procesos de plagio. Todo lo anterior de acuerdo a la normativa de Derecho de Autor vigente en Cuba.

Y para que así conste se firma la presente en la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, a los 12 días del mes de diciembre del año 2023.

EL ESTUDIANTE

JEFE DE DEPARTAMENTO

TUTOR

TUTOR

Exergo

*“Con los horizontes hay que hacer algo más que mirarlos desde lejos, hay que caminar
hacia ellos y conquistarlos...”*

Julio Cortázar

Dedicatoria

A mis padres, por darme alas para soñar alto...

A Maru, porque sé que estarías muy orgullosa.

Agradecimientos

A mi tutora Ana Isabel, por la confianza, por elegirme, por abrirse paso junto a mí en este proyecto a pesar de los obstáculos; por los saberes, la certeridad, su paciencia y dedicación, consejos; por enfrentar juntas el desafío de esta investigación; porque sin ella este proyecto no fuera posible; porque este logro es nuestro.

A mis profesores de la carrera; por sus conocimientos, por contribuir a mi formación.

A mis padres, por su incondicional apoyo, los sacrificios, por dejarme ser.

A Firu, por estar siempre; por aparecer y cambiar mi mundo...

A la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas, porque esta tesis no es más que el resultado de mi formación adquirida en esta Casa de Altos Estudios; por estos 6 años de experiencias, de amistades que aún perduran desde el comienzo; por los que permanecen en mi vida, gracias por su ayuda, por hacer suyos mis retos

A todos los que contribuyeron y fueron pilares de esta investigación, gracias por la disposición y profesionalidad.

A mis compañeros de aula, porque todos dejaron su huella... A mi florecita por el placer de haberte conocido, por la amistad.

Resumen

Este estudio posee como objeto diagnosticar las Industrias Culturales y Creativas en Cienfuegos, con el fin de comprender la situación actual de las mismas en términos de su contribución económica, social y cultural. Ello incluye analizar la diversidad y alcance de estas industrias, identificar sus fortalezas y debilidades, y evaluar su impacto en la ciudad en términos de talento creativo, turismo, desarrollo urbano, innovación y conexión social. En relación al tema, sus referentes se concentran en el ámbito anglosajón, aunque existen investigaciones avanzadas en América Latina. En Cuba las experiencias son relativamente escasas, a pesar de que se trata de un factor esencial para el desarrollo local-territorial a partir del trabajo con las administraciones locales y la ciudadanía. Se desarrolló un análisis de las potencialidades históricas, culturales, y sociales del territorio a través de una metodología mixta, y un diseño multinivel. La estrategia de investigación fue trazada a partir de un estudio de caso, para lo que se emplearon la muestra gris, y un muestreo regente por bola de nieve. Los hallazgos fundamentales se centran en la definición de la historia y la cultura como atributos villaclareños en función de la proyección de su identidad. Una fase superior de la investigación consiste en la generación de una narrativa que utilice eficientemente estos atributos.

Palabras Claves: Industrias Culturales y Creativas (ICC), Economía Creativa, sectores creativos, innovación, desarrollo.

Abstract

This study aims to diagnose the Cultural and Creative Industries in Cienfuegos, to understand their current situation in terms of their economic, social, and cultural contribution. This includes analyzing the diversity and scope of these industries, identifying their strengths and weaknesses, and evaluating their impact on the city in terms of creative talent, tourism, urban development, innovation, and social connection. About the topic, its references are concentrated in the Anglo-Saxon sphere, although there is advanced research in Latin America. In Cuba, few experiences are identified around this topic, even though it is an essential factor for local-territorial development based on work with local administrations and citizens. An analysis of the historical, cultural, and social potential of the territory was made through a mixed methodology and a multilevel design of study. The research strategy was drawn from a case study, for which the gray sample, and the snowball sampling. The main findings focus on the definition of history and culture as attributes of Villa Clara based on the projection of its identity. A higher phase of the research consists of generating a narrative that efficiently uses these attributes.

Keywords: Cultural and Creative Industries (CCI), Creative Economy, creative sectors, innovation, development

Índice

Introducción	1
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
Capítulo I: Marco teórico del estudio.....	4
1.1 Nociones en torno a la creatividad	4
1.2 Economía Creativa	6
1.3 Industrias Culturales y Creativas.....	10
1.4 Ciudades Creativas.....	14
1.5 Las Industrias Culturales y Creativas (ICC) en las ciudades. Clase Creativa	17
Capítulo II: Marco Referencial	20
2.1 Las Industrias Culturales y Creativas (ICC) a nivel global.....	20
2.2 Industrias Culturales y Creativas en Cuba	21
2.3 Escenario de Investigación.....	23
Capítulo III: Referentes metodológicos de la investigación	25
3.1 Alternativa metodológica	25
3.2 Diseño de la investigación.....	26
3.3 Estrategia de investigación.....	27
3.4 Definición de la categoría de análisis: Industrias Culturales y Creativas	27
3.5 Descripción de las decisiones de muestreo	28
3.6 Técnicas e instrumentos de investigación	30
3.6.1 Análisis documental	30
3.6.2 Entrevista semiestructurada.....	31
3.6.3 Cuestionarios	32
3.7 Descripción de los procedimientos de investigación	32
3.8 Limitaciones de la investigación	35
3.9 Consideraciones éticas del estudio.....	35

Capítulo IV: Análisis de Resultados	36
4.1 Fase 1: De la Entrevista a Informantes Claves.....	36
4.2 Fase 2: Entrevista estructurada a Informantes Claves.....	42
4.2.1 Atributos representativos de la ciudad	42
4.2.2 Sectores más representativos de la ciudad	43
4.2.3 Aspectos de la cultura más relevantes.....	44
4.2.4 Mayores obstáculos para ampliar el acceso a la cultura en la ciudad. Su superación	45
4.2.5 Plataformas de difusión de las Industrias culturales y creativas	46
4.2.6 Programas o actividades que se implementan para el desarrollo de las industrias culturales y creativas en la ciudad de Cienfuegos.....	47
4.2.7 Principales desafíos de los artistas locales en la ciudad.....	47
4.2.8 Estrategias para promover a la ciudad como Industria Cultural y Creativa	48
4.2.9 Contribución de la educación en el desarrollo de las industrias culturales y creativas en la ciudad	49
4.2.10 Instituciones y sitios emblemáticos que tributan al desarrollo de las industrias culturales y creativas	49
4.3 Fase 3: Cuestionario a la ciudadanía.....	49
4.3.1 Familiarización con el concepto de industrias culturales y creativas.....	50
4.3.2 Vinculación de la población con los sectores creativos en la ciudad	50
4.3.3 Espacios creativos más populares entre los sectores de la ciudad.....	51
4.3.4 Formas de interacción entre sectores creativos que benefician a la ciudad.....	52
4.3.5 Principales espacios y centros creativos de la ciudad	53
4.3.6 Tendencias creativas que emergen en la ciudad.....	53
4.3.7 Impacto de los sectores creativos en la economía local de la ciudad.....	54
4.3.8 Formas de colaboración entre sectores creativos y comunidades locales en la ciudad	55
4.3.9 Industrias Culturales y creativas latentes en la ciudad	56
4.3.10 Atributos representativos de la ciudad	57
4.3.11 Sectores que impulsan la actividad creativa en la ciudad.....	57
4.4 Fase 4: Entrevista en Profundidad a Informantes Claves.....	58

4.4.1 Sectores creativos básicos	58
4.4.2 Sectores creativos intermedios	62
4.4.3 Sectores periféricos	65
4.5 Discusión.....	67
Conclusiones	72
Recomendaciones.....	73
Referencias bibliográficas	74
Anexos.....	81
Anexo 1. Modelo de los círculos concéntricos.....	81
Anexo 2: Protocolo de entrevista semiestructurada a informantes claves	82
Anexo 3: Protocolo de entrevista estructurada a sujetos tipo.....	83
Anexo 4: Cuestionario a la ciudadanía.....	84

Índice de gráficos

Ilustración 1: Atributos representativos de la ciudad	Error! Bookmark not defined.
Ilustración 2: Sectores más representativos de la ciudad	Error! Bookmark not defined.
Ilustración 3: Aspectos culturales más relevantes de la ciudad....	Error! Bookmark not defined.
Ilustración 4: Plataformas de difusión.....	Error! Bookmark not defined.
Ilustración 5: Vínculo de los ciudadanos con sectores creativos .	Error! Bookmark not defined.
Ilustración 6: Espacios creativos más reconocidos	Error! Bookmark not defined.
Ilustración 7: Formas de interacción entre sectores creativos que benefician a la ciudad ...	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
Ilustración 8: Principales espacios creativos en la ciudad.....	Error! Bookmark not defined.
Ilustración 9: Tendencias creativas emergentes más importantes	Error! Bookmark not defined.
Ilustración 10: Impacto de los sectores creativos en la ciudad.....	54
Ilustración 11: Colaboración Sectores creativos-comunidades....	Error! Bookmark not defined.
Ilustración 12: ICC latentes en la ciudad	Error! Bookmark not defined.
Ilustración 13: Atributos más representativos de la ciudad.....	Error! Bookmark not defined.

Introducción

En septiembre de 2015 fue aprobada la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y sus 169 metas significaron el compromiso de todos los países con la búsqueda de un nuevo paradigma de desarrollo. Con la misma, se reconoce el papel crucial de la cultura y la creatividad en el desarrollo sostenible, y se tributa al fortalecimiento de las ciudades en sus políticas culturales y creativas, además de que ofrece oportunidades de financiamiento y colaboración para su crecimiento y sostenibilidad.

Con el fin de seguir estas pautas, la doctrina del Plan Especial de Desarrollo Integral se afilia al criterio de garantizar un desarrollo holístico, próspero y sostenible. Asimismo, se considera la cultura como un eje vertebrador del desarrollo, y al ser humano como sujeto fundamental de la obra rehabilitadora. Por ello parte de la base de definir cinco dimensiones estratégicas: la sostenibilidad institucional, cultural, social, económica y medioambiental, que devienen pilares del desarrollo urbano integral. La identificación de áreas prioritarias de desarrollo proporciona una hoja de ruta para el estudio de una región.

El Plan Nacional de Desarrollo Económico Social (PNDES), con enfoque sistémico, integral y sostenible; responde a una visión estratégica y consensuada a mediano y largo plazos. El establecimiento de políticas, programas y proyectos a través de este plan, promueve el crecimiento de las industrias culturales y creativas en las ciudades cubanas, lo que a su vez contribuye a establecer objetivos específicos para el desarrollo de estas industrias y su impacto en una comunidad.

Como puede apreciarse, Cuba se encuentra inmersa en un proceso que sienta las bases para la promoción del desarrollo local, la participación ciudadana y la transferencia de atribuciones a los municipios, en la búsqueda de un desarrollo próspero y sostenible. Con las industrias culturales, las transformaciones y cambios en la sociedad se aproximan a obtener como propósito fundamental la producción, reproducción, promoción, distribución y comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial. La creatividad es aquí un motor de innovación, pues puede contribuir a la diversificación como una herramienta para el desarrollo de una economía basada en el conocimiento.

El principal desafío de una ciudad reside en aprovechar la creatividad como un medio para cambiar su realidad económica y social, aprovechando sus propios recursos y saberes. Ello fomenta la preservación de la identidad y sus tradiciones, algo necesario en épocas donde las tecnologías ocupan un lugar significativo, además de fenómenos que se gestan desde lo social, económico, cultural, físico y lo espacial, por lo que su ordenamiento urbano y diseño no deben estar ajenos a la creatividad.

El estudio de las industrias culturales y creativas ha sido un tema de interés creciente en las últimas décadas, por su rol en la economía global. Sus antecedentes se concentran en investigaciones sobre su impacto económico, la evolución de las políticas públicas en este ámbito, el papel de la tecnología en su transformación, y su relación con el desarrollo urbano. Numerosos estudios han demostrado su contribución a la creación de empleo, la generación de ingresos, a la diversidad cultural, investigaciones en relación a estrategias de fomento y apoyo por parte de gobiernos y organismos internacionales, la distribución y consumo de contenidos culturales, la revitalización de espacios urbanos, la atracción del turismo cultural, así como el mejoramiento de la calidad de vida en las ciudad, son algunos que abarcan una amplia gama de temas. Por ello, en medio de contextos cada vez más exigentes dentro de las mismas, se busca entender el impacto económico, social y cultural en la ciudad, lo cual permita identificar fortalezas y debilidades en sus sectores, las áreas en las que son más y menos dinámicas, el reconocimiento de estos, así como distinguir sus ámbitos creativos que sirvan como base a estrategias y políticas públicas que fomenten su auge.

La profundización en torno a su campo académico y profesional proporciona una comprensión más honda de su impacto. Esto permite a los académicos y profesionales investigar y desarrollar teorías sobre su funcionamiento, distinguir tendencias y retos que enfrentan, además de analizar y promoverlas en beneficio de la sociedad en su conjunto. Así, el trabajo en y con estas industrias estrecha el vínculo entre la academia y las instituciones, lo que permite el desarrollo de estrategias comunicativas que funcionan como generadores de percepciones positivas sobre el territorio. Por su parte, se convierte en un punto clave para la transferencia de los resultados a otros contextos, y el uso de experiencias en función de su aplicación en otras provincias cubanas cuyo impacto no ha sido explorado al máximo, y que pueden otorgarle valor en cuanto a la proyección de su identidad en torno a los atributos que las distinguen.

El centro histórico urbano de la ciudad de Cienfuegos ostenta la categoría de Patrimonio Cultural de la Humanidad que otorga la Organización de las Naciones Unidas para la Educación Ciencia y la Cultura (Unesco) y Patrimonio Mundial, y posee, por esta causa, numerosas aproximaciones a la creatividad en sus procesos de gestión de ciudad. Desde hace algunos años cuenta con una marca ciudad y es reconocida internacionalmente por la preservación de su patrimonio tangible e intangible. En el marco de estas capacidades, se han desarrollado investigaciones notables que constituyen antecedentes asociados a la investigación que se presenta. Tal es el caso de *Patrimonio urbano y alojamientos turísticos en Cienfuegos (Cuba)*, de Rodríguez-Rodríguez, González-Herrera y Domínguez-Mujica (2021), que ofrece un acercamiento desde el punto de vista de la rehabilitación urbana a algunos asentamientos de la ciudad; el *Diseño de producto turístico-cultural en Cienfuegos-Cuba: la ruta de las artes*, de Arias, Batista, Palmero y Hernández (2023), en el que se hace hincapié en la revitalización turística de la ciudad a partir del diseño de un producto turístico basado en la cultura. Además de ello, se toma como punto de partida esencial para comprender esta categoría en el país la investigación de Rodríguez Alomá (2009): *Gestión del desarrollo integral de los centros históricos. La Metodología “Tesis” — Temáticas Emergentes y sus Signos de Integralidad y Sostenibilidad—*, por la importancia que reviste para la gestión territorial a nivel cultural, arquitectónico, patrimonial y estratégico en función del desarrollo urbano y social en Cuba.

Para el desarrollo de esta investigación, se ha planteado como problema científico:

¿Cómo se estructuran las industrias culturales y creativas en la ciudad de Cienfuegos?

Objetivo General: Diagnosticar las industrias culturales y creativas en la ciudad de Cienfuegos

Objetivos Específicos

1. Identificar los sectores creativos que interactúan en la ciudad de Cienfuegos.
2. Determinar los ámbitos creativos básicos presentes en la ciudad de Cienfuegos.
3. Jerarquizar las industrias culturales y creativas en la ciudad de Cienfuegos.
4. Describir las interrelaciones existentes entre las industrias culturales y creativas en la ciudad de Cienfuegos.

Capítulo I: Marco teórico del estudio

1.1 Nociones en torno a la creatividad

En la actualidad, se considera importante estimular la creatividad, a través de estrategias que se apeguen a las disciplinas que sirven de guía a las diversas propuestas o teorías desarrolladas para tal fin. Una gran parte de estudios que se realizan sobre el tema, destacan la importancia de la creatividad en áreas como la filosofía, el arte, la administración, la política, la psicología y la educación. Algunos de estos son los desarrollados por Amabile (1998), Sánchez (1976), Sternberg (2003), y Robinson (2001). De esta forma, ha aumentado el interés de los investigadores en facilitar un mayor acercamiento del concepto de la creatividad con aspectos como la inteligencia, personalidad, y motivación. El vocablo creatividad ha sido comúnmente empleado como sinónimo de inventiva, inspiración, ingenio, fantasía, genialidad (RAE, 1970); además de otras diversas orientaciones teóricas que confirman, como es visible, la polisemia y la multiplicidad de usos del término.

Para Lamber (2001) la creatividad se expresa a través de un vasto campo de posibilidades, que van desde las manifestaciones más ordinarias a las más originales. Desde su punto de vista, pueden resultar creativas todas las realizaciones derivadas de procederes mentales específicos o de procesos dinámicos adaptados a exigencias más o menos conflictivas. La vida diaria ofrece disímiles expresiones de actos o comportamientos creativos, ya que es en situaciones determinadas donde se revela la creatividad. En circunstancias cambiantes, los procederes creativos estarían asociados a la adaptabilidad, la resiliencia y la satisfacción de las necesidades en todos los niveles. A decir de Trejo, Teculatl, Jiménez y Muriel (2005) la creatividad evolucionó con el tiempo y no solo se relacionó con el arte o las manualidades, también se reconoció como un proceso mental complejo. Según estos autores, desde la psicología se desarrollaron importantes aproximaciones a este fenómeno, como la “prueba de asociación remota para analizar los niveles de creatividad”, propuesta de Mednick, quien, desde el planteamiento de la teoría asociativa, “afirmó que la resolución de problemas está determinada por la asociación que se haga de las ideas” (en Trejo et al., p. 22).

El estudio de este fenómeno, por su complejidad intrínseca, ha despertado interés educativo, ocupacional, organizacional y científico. Esta variedad de contextos en los que la investigación de la creatividad ha tenido cabida, ha generado, a su vez, gran cantidad de definiciones cuyos respectivos enfoques dependen de los fundamentos teóricos y filosóficos que les sirven de base, así como de los intereses metodológicos.

La perspectiva de Goñi (2000) resulta ilustrativa de este planteamiento. El autor expone que la creatividad es una forma ideal de comportamiento y se centra en la capacidad de las personas talentosas, quienes pueden contribuir significativamente, tanto en la sociedad como en la vida misma. Asimismo, Trigo y de la Piñera (1999) afirman que “la creatividad es una capacidad humana que, en mayor o menor medida, todo el mundo posee” (p. 25). Con ello concuerda Menchén (2001), quien plantea que la creatividad es una característica natural y básica de la mente humana y que se encuentra potencialmente en todas las personas. Como puede apreciarse, el carácter exclusivamente humano de esta cualidad es un elemento relevante -y recurrente- en las concepciones de los autores.

Por su parte, Monreal (2000) opina que este término “se aplica tanto a las personas (creadores, creativos) como a los productos (ideas u obras creativas) o a los procesos creadores o a los entornos y ambientes (educación creadora, familia creativa) y son muchos los componentes que la integran” (p. 46). Para Corbalán, Martínez y Donolo (2003) es una integración de algunas habilidades (imaginación, percepción, memoria, atención, y pensamiento divergente), según ciertas condiciones e interrelaciones. Estas habilidades pueden ubicarse, según los autores, desde un plano cognitivo, socio-emocional, educativo o de dominio de destrezas, entre otros aspectos.

En 1995 Rodríguez estableció seis etapas del proceso creativo. En su propuesta, el autor concibe el Cuestionamiento como la primera etapa, en la que denota la capacidad para percibir más allá de lo que las superficies y apariencias ofrecen; el Acopio de datos, donde fundamenta en la búsqueda de la información para que la mente tenga sobre qué trabajar; la Incubación, a la que considerada un periodo silencioso, en el cual aparentemente no está pasando nada, pero en definitiva se da una intensa actividad, ya que las ideas se dirigen hacia fantasías; la Iluminación, concebida por este como una reestructuración del campo perceptivo y la solución del problema; y por último la Elaboración, que por lo general es trabajo de tecnología, en la que dicho autor se refiere

a dar a conocer lo nuevo, a ser una difusión de lo creado. En esta estructura lineal del proceso se esclarecen las fases generativas y divulgativas como comienzo y final de un ciclo creativo que es, en sí, un ciclo productivo.

Como es natural, las definiciones del proceso creativo suelen responder al momento histórico en el que se originan, así como a la formación de concepciones de autores que las sustentan, que tributan a su vez en indicadores para desarrollo de esta categoría. Tal y como señala Mitjás (1995), debido a que existen más de cuatrocientas acepciones diferentes del término, no es menos relevante que, la constante en todas ellas es la novedad y la aportación, que necesariamente implican un proceso por demás sofisticado y complejo en la mente del ser humano.

Se concibe entonces a la creatividad como la capacidad de generar ideas nuevas y originales, combinando elementos de forma innovadora para crear algo diferente y útil. Es una habilidad que se puede desarrollar y mejorar a través de la práctica y la exploración de nuevas experiencias. A su vez, permite encontrar soluciones innovadoras a problemas complejos, crear productos y servicios únicos, y expresar ideas de manera original y efectiva, como han ilustrado los autores.

1.2 Economía Creativa

En el año 1994 Australia define una estrategia de estado que apuesta por la creatividad como motor para el desarrollo de la nación, declarándola como alternativa para el crecimiento económico, fundamentalmente en sectores que se basan en la generación de nuevas ideas como herramientas para el desarrollo. A esta acción política se le denominó como Creative Nation (Nación Creativa), proyecto que marcó un hito en el papel que juega la creatividad y la cultura en la economía como generadora de riquezas y que constituye un ejemplo del protagonismo estratégico que le otorga un gobierno para el desarrollo de un país.

A raíz de esto, y tomándolo como inspiración varios años después, John Howkins desarrolla el concepto de la Economía Creativa (EC) en su libro *La Economía Creativa: Transformar una idea en beneficios* (2001). Actualmente esta se refiere a un sector social y económico que engloba a las industrias creativas, que se caracterizan por generar riquezas a través de la creatividad, la innovación y el conocimiento.

Es entonces que a partir de la interacción con las industrias culturales y creativas, surge la construcción del término, acuñado inicialmente por John Howkins (2001), quien teóricamente lo definió como:

La transacción de productos creativos, los cuales poseen dos valores complementarios, por un lado el valor de lo intangible y la propiedad intelectual y por otro el valor del soporte físico o de la plataforma en la cual se manifiesta, tales como la arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos. (p. 54)

No obstante, no fue hasta el 2008 en el informe sobre la EC elaborados por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (Unctad) y el Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas (PNUD) que se intenta identificar y entender su funcionamiento como una variante del pensamiento reciente (ONU, 2008).

Algunos autores como David Throsby, y el propio Howkins alegan que las industrias creativas y culturales impulsan su crecimiento a través de la creación de valor, pero que, también, se han convertido en elementos claves del sistema de innovación de toda la economía. Los informes mencionados (ONU, 2013) muestran que la inversión en cultura y creatividad constituye una poderosa herramienta para el desarrollo, pues, a pesar de la grave recesión reciente, en países del Sur Global la EC ha mantenido su crecimiento a raíz del desarrollo tecnológico, el reconocimiento e importancia de la creatividad en dicha economía, así como la inversión en educación, el apoyo gubernamental y el fomento del emprendimiento y la innovación.

En su informe del 2010, la Unctad definió la EC como un concepto más claro y entendible a nivel mundial, basado en los recursos creativos que generan desarrollo y crecimiento económico potenciales a través de vínculos económicos transversales a niveles macro y micro. La Unctad cataloga a la misma como el “conjunto de actividades que generan ingresos a través de la creatividad, el conocimiento y las habilidades individuales” (Unctad, 2011., p 2). En la EC se fomenta la generación de ingresos, la creación de empleos y la exportación e inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano; al tiempo que engloban aspectos económicos, culturales y sociales que interactúan con la tecnología, la propiedad intelectual y el turismo (Ídem).

En 2012, Ángel Moreno incorpora el valor social al término, al definir que el propósito de las EC es “mejorar los ingresos y la calidad de vida de las comunidades, teniendo como condición fundamental el reconocimiento de la diversidad cultural, los derechos culturales y la valoración del patrimonio cultural de las mismas” (Moreno, 2012, p. 6). Un año después, Buitrago y Duque adecúan este término a la región latinoamericana y la precisan como la necesidad de encontrar nuevos cauces que estimulen la creatividad y la innovación, con el objetivo de lograr crecimiento y desarrollo sostenible, equitativo e inclusivo. Según los autores, el color naranja se asocia a la cultura, la creatividad y la identidad, y se califica como Economía Naranja al conjunto encadenado de actividades que permiten transformar ideas en bienes y servicios culturales con valor simbólico agregado al comercial y determinado por su contenido de propiedad intelectual (Buitrago y Duque, 2013).

Economía Naranja es también un término polémico y abierto a la diversidad de interpretaciones, aunque ya se puede afirmar que existe cierto consenso con respecto al término. En este sentido, la Unesco ha normalizado su definición, y refiere que se trata de “aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (Unesco, 2013., p 24).

Con el fin de generar desarrollo y crecimiento económico, esta forma de economía debe adecuarse al escenario local. Como tendencia mundial, la EC se ha aplicado y formulado espontáneamente, sin incluir programas gubernamentales que avalen su éxito como nueva tendencia económica. Ello ha generado que cada vez más gobiernos y actores económicos estén reconociendo su importancia y trabajen activamente para fomentar su desarrollo e integración en el sistema económico global (Unesco, 2013). Su significado actual, en cambio, asume una doble dimensión de cultura y economía, y varias expresiones ya han sido acuñadas para referirse a este tipo de economía: economía creativa, industria cultural, industria creativa, e incluso industria cultural y creativa, son etiquetas que se corresponden con diferentes posturas analíticas y aspectos ideológicos, y que son utilizadas según la región y los intereses de los territorios y espacios en que se implemente el concepto. No obstante, continúan siendo referentes las posturas de John Howkins (1994), Richard Florida (2009), Charles Landry (2010), Ana

Carla Fonseca Reis (2013), Edna Dos Santos (2018), y Buitrago y Duque (2013). Estos autores han enfatizado en el rol de la creatividad en el desarrollo económico, la generación de empleo, la creación de valor en territorios económicamente vulnerables, la revitalización urbana y el desarrollo sostenible, y el impacto económico de las industrias creativas en el contexto global.

La EC ha derivado en nuevos conceptos como distrito cultural, distrito creativo y clúster creativo, enmarcados en la ciudad como espacio vivo:

Los distritos culturales, de acuerdo con Herrera, Bonilla y Molina (2013), son aquellas zonas en las que se concentran bienes, servicios y/o actividades culturales, por lo que es un término muy amplio que puede incluir tanto un área con una significativa presencia de inmuebles de valor arquitectónico, como un espacio donde se aglutinen actividades económicas de origen cultural.

Las zonas donde se agrupan instituciones investigativas o educativas o centros artísticos se reconocen como distritos creativos, según considera Fonseca (2013). A decir de la autora estos suelen ser áreas revitalizadas o reconvertidas que buscan promover la integración entre la cultura, la creatividad y la economía con el fin de generar un impacto positivo en el desarrollo local. Su concepción se basa en la idea de que la concentración de actividades creativas en un espacio determinado puede potenciar el desarrollo local, fomentar la innovación y fortalecer la identidad cultural de una comunidad.

Por otra parte, el clúster creativo es un espacio de la ciudad relativamente pequeño. Incluso puede ser solo un edificio, un barrio, que cuente con una aglomeración de negocios pertenecientes a una misma rama de actividad creativa (Méndez, Michelini y Prada, 2012). Las actividades que conforman un clúster pueden derivarse tanto de pequeños emprendimientos como de empresas o industrias interrelacionadas por sus procesos productivos, que generalmente colaboran e interactúan entre sí, “permitiendo que sus recursos se sumen para optimizar su capacidad de crear bienes y servicios” (Buitrago y Duque, 2013, p. 156)

A nivel internacional, las EC representan una doble faceta, como recurso económico y como fuente de identidad y cohesión social; por tanto, poseen un doble enfoque: Por un

lado, buscan el máximo aprovechamiento de sus aptitudes para contribuir al desarrollo de la economía y, por otro, que su afianzamiento económico favorezca la creatividad y la diversidad cultural (Buitrago y Duque, 2013).

En el mundo actual, según ha manifestado Payá (2017), la Economía Creativa se ha convertido en una fuerza transformativa poderosa. Su potencial para el desarrollo es inmenso y se encuentra aún a la espera de ser desbloqueado. Es uno de los sectores que más rápido está creciendo en la economía mundial, no solo en términos de generación de ingresos, sino también en lo que respecta a la creación de empleos y el aumento de los ingresos en exportaciones. Pero ello no es todo, se invierte una proporción mucho mayor de los recursos creativos e intelectuales del mundo en industrias de base cultural cuyos resultados, en gran medida intangibles, son tan “reales” y considerables como los de otras industrias.

Por consiguiente, liberar el potencial de la economía creativa implica promover la creatividad general de las sociedades, afirmando la identidad distintiva de los lugares donde prospera y se agrupa, mejorando la calidad de vida, la imagen y el prestigio local, y fortaleciendo los recursos para imaginar nuevos futuros diversos. En otras palabras, la economía creativa es la fuente, metafóricamente hablando, de una nueva “economía de la creatividad”, cuyos beneficios van mucho más allá del ámbito económico.

1.3 Industrias Culturales y Creativas

El concepto introducido por los teóricos alemanes Theodore W. Adorno y Max Horkheimer en el texto *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas*, escrito por ambos entre 1944 y 1947, y publicado en el libro *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos o Dialéctica del Iluminismo*, en otra traducción; supone una mirada crítica y profundamente pesimista sobre la función de los medios de comunicación (cine, radio, fotografía), que estaba consolidándose en las sociedades desarrolladas luego de la Primera Guerra Mundial. Ambos autores analizan especialmente la industria del entretenimiento en Estados Unidos, donde se encontraban exiliados, como efecto del avance del nazismo en su Alemania de origen. Su visión invita a reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación y la cultura popular en la formación de la opinión pública, la construcción de identidades y la reproducción

de desigualdades sociales; anima a cuestionar la influencia de estos en la conformación de una visión del mundo, así como decisiones individuales y colectivas.

A decir de Portillo (2021) la industria cultural o economía cultural se refiere a la capacidad de la economía capitalista, una vez desarrollados ciertos medios técnicos, para producir bienes culturales en forma masiva. En una definición más amplia, es el sector de la economía que se desarrolla en torno a bienes culturales tales como el arte, el entretenimiento, el diseño, la arquitectura, la publicidad, la gastronomía y el turismo.

En este sentido, desde el concepto de industria cultural de los años cuarenta puede observarse que existe un recorrido en el cual se van transformando las posturas acerca de lo que el arte y la cultura posibilitan. Los usos del concepto de industria cultural por parte de los autores alemanes tienen una orientación crítica con respecto a la producción cultural de su época al rechazar la progresiva mercantilización de la cultura pero además establecen una valorización radical de la sociedad burguesa poniendo en cuestión el mito de la emancipación, como remarcan Arduino y Azeves (2021).

Consecutivamente la crítica pareció haberse diluido, y el concepto de industria cultural giró primero hacia el de industrias culturales y en los últimos años, hacia el de industrias creativas, ambos con una visión instrumental de la articulación entre economía y cultura (Bustamante, 2009).

La gradual transición entre el concepto de industrias culturales hacia el de las industrias creativas tuvo su inicio en la década del noventa en Gran Bretaña, Australia y Nueva Zelanda, para luego expandirse hacia el resto del mundo. “Las ahora vigentes industrias creativas suponen e implican un conjunto más amplio de actividades en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo sustancial (...) ya sean espectáculos o bienes producidos individualmente”. (Unesco, 2008., p 8)

La Unesco reconoce el papel fundamental de las industrias creativas en el desarrollo económico, social y cultural. Las mismas representan una evolución de las industrias culturales hacia un enfoque más extenso que valora y promueve la creatividad como motor de desarrollo económico y social.

En tal sentido, Miege (2017) sostiene que puede resultar complejo elaborar una distinción determinante entre industrias culturales y creativas que, cada vez más, dejan

una influencia clara sobre perspectivas de integración en estrategias de desarrollo locales y regionales. Los dos enfoques no son mutuamente excluyentes, sino útiles para fines diferentes. Las industrias creativas constituyen un componente cada vez más importante en las economías actuales, sobre todo las que se basan en el conocimiento. No solo contribuyen al crecimiento económico y la creación de empleo, sino que también actúan como elementos articuladores y generadores de entornos que son propensos a la transmisión de la identidad, aspecto esencial en la difusión y promoción de la diversidad cultural.

Según Carballo (2022), un concepto como industrias creativas puede resignificar lo que se entiende por cultura, pues no solo se plantea como el modo de producción y reproducción de la vida espiritual de los seres humanos, sino como medio de producción material de la vida desde las potencialidades que los sujetos populares desarrollan en los territorios.

La transformación sufrida en las industrias culturales hasta llegar a las industrias culturales y creativas deja marcados ciertos contrastes, que demandan lecturas críticas, dada la gran variedad de términos y definiciones desde aristas culturales, económicas y enfocadas también en la propiedad intelectual.

Investigaciones recientes tienden a unificar ambos términos, entendiendo las industrias culturales y creativas como aquellos sectores de actividad que tienen como propósito fundamental la producción, reproducción, promoción, distribución y comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial. (Alabarces, 2020, p. 8)

Como medio para proporcionar un entendimiento sistemático de las características estructurales de las industrias culturales y creativas, se han desarrollado numerosos modelos. En este contexto, según aporta la Unesco (2013), como medio para proporcionar un entendimiento sistemático de las características estructurales de las industrias culturales y creativas se han desarrollado un número de diferentes modelos. Entre estos se encuentran el Modelo DCMS, el Modelo de Textos Simbólicos, el Modelo de los Círculos Concéntricos, el Modelo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), el Modelo del Instituto de Estadísticas de la Unesco y el Modelo de Americanos por las Artes.

A decir de Unesco (2013) se hace posible establecer una breve noción sobre algunos de estos modelos. El Modelo de Textos Simbólicos según Fletcher (1988) surgió a finales del siglo XX en el ámbito de la crítica literaria la teoría literaria. Consiste en analizar y comprender las representaciones simbólicas presentes en diferentes expresiones culturales, por lo que busca desentrañar su influencia en la construcción de significados valores en una sociedad. Constituye una herramienta analítica que permite examinar críticamente la influencia y el impacto de los textos simbólicos en la vida cotidiana, la cultura y la sociedad en general. Su desarrollo ha sido fundamental para el estudio interdisciplinario de la cultura y los medios de comunicación, así como para comprender cómo las representaciones simbólicas moldean nuestra comprensión del mundo. Entre sus autores principales se encuentran Stuart Hall, Richard Hoggart, y Raymond Williams.

Por su parte, el modelo del Departamento de Digital, Cultura, Medios de Comunicación Deporte del Reino Unido (DCMS), cuyo desarrollo se les atribuye a los expertos y profesionales que contribuyen a su conceptualización y aplicación, consiste en analizar las representaciones simbólicas que se encuentran presentes en diferentes expresiones culturales. El mismo proporciona una visión integral de las industrias culturales y creativas, en favor de permitir comprender su funcionamiento y su relación con el entorno en el que operan. (Fletcher, 1988)

El Modelo de Círculos Concéntricos más reciente es el propuesto por la Work Foundation en Reino Unido (Anexo 1). Tiene sus raíces en el campo de la comunicación y las relaciones públicas y fue desarrollado en la década de 1960. Su utilización está dada con el fin de comprender las diferentes audiencias y su relación con una organización cultural. El modelo sitúa útilmente la noción de “valor expresivo” en el centro. Incluye, además, varios elementos: valores estéticos, sociales, espirituales, históricos, simbólicos y de autenticidad. Unesco (2013) El mismo establece una distinción entre las industrias culturales y creativas, ambas comprendidas dentro de la economía como un todo. También tiene la ventaja de plasmar la estrecha conexión entre la expresión creativa y la propiedad intelectual.

David Throsby propone que las industrias culturales y creativas pueden ser agrupadas en 4 círculos concéntricos conformados por las Industrias creativas centrales (dentro de las cuales están la literatura, la música, las artes escénicas y las artes visuales); Otras

Industrias Culturales Centrales (con el cine, los museos, galerías, bibliotecas, fotografía); Industrias Culturales más amplias (dentro de las que estarían los servicios de patrimonio, edición y medios impresos, televisión y radio, grabaciones de audio y videojuegos), y por último Otros Sectores Productivos (conformados por la publicidad, arquitectura, diseño y moda). Cada uno de estos grupos presentaría características similares entre ellos y complementarios entre grupos. Así, las ideas creativas se originan en el núcleo de las artes creativas y estas ideas e influencias se hacen difusas a medida que se alejan del centro a través de una serie de capas o círculos concéntricos. (Unctad, 2010., p 32).

En este modelo las fronteras entre los círculos son porosas y los círculos sucesivos están, cada vez más atravesados por atributos estéticos y simbólicos. Asimismo, el término “artes creativas principales” utilizado en el círculo central por Throsby, aquí presentado como “expresiones culturales principales”, no significa que los artistas individuales estén en la cúspide de la jerarquía creativa. Al principio de la cadena de valor cultural, los artistas individuales y trabajadores creativos son, a menudo, parte de una organización más amplia, cuyo proceso es iniciado por gerentes, emprendedores, productores, intermediarios, etcétera. Dependen pues de comunidades de práctica. Este es sobre todo el caso en entornos no occidentales en los que la noción moderna del individuo, dotado de extraordinarios poderes de expresión autónoma, no suelen poder ser aplicados. En su lugar, la expresión cultural surge como un proceso social (la creatividad en sí es social) que se elabora en contextos comunitarios, así que el círculo central debería ser rebautizado como “expresión cultural central” (Unesco 2013).

1.4 Ciudades Creativas

Las ciudades desempeñan un rol fundamental como espacios de influencia cultural, inclusión social y de desarrollo económico de una región, incluso de un país (Cassián, 2012). Un aspecto relevante para su dinamización es la creatividad tanto en la creación de espacios recreativos, actividades culturales y de ocio, así como una mayor infraestructura en la que se pueda ofrecer mayores facilidades a los pobladores y su seguridad; es decir, todo lo que conforma un ambiente urbano sostenible (Ídem).

El papel de la cultura en el medio urbano ha adquirido relevancia a nivel mundial. Organismos internacionales y gobiernos locales han mostrado su preocupación por el

crecimiento incesante de las ciudades y los problemas económicos, sociales y medioambientales que la misma acarrea. Es en esta instancia, por tanto, que el arte adquiere una importancia en cuanto a su función de catalizador de la regeneración urbana, al abarcar no solo los valores comunitarios, sino además el diseño urbano en aspectos tales como los medioambientales y los propiamente culturales (Throsby, 2001).

La creatividad en las ciudades favorece al dinamismo urbano, debido a que hoy en día las mismas se enfrentan a períodos de transición afectadas por el cambio de la globalización, por lo que unas se debilitan y otras se potencian, a raíz del cambio de su base productiva tradicional hacia una mayor inversión en capital intelectual aplicado a los productos, procesos y servicios (Fleming, 2009; Unctad, 2010). Es así que, en el siglo XXI, el motor del crecimiento es el proceso mediante el cual una economía crea, aplica y extrae valor de su creatividad y del consiguiente conocimiento (Landry, 2010).

Florida (2010) explica que existe una geografía de la creatividad, en el que las compañías se mueven en busca de la gente y no la gente hacia los lugares de trabajo. Para ello, se concibe la necesidad de que las ciudades creen un buen entorno y clima empresarial, a partir de una buena gobernanza local con la aplicación de políticas de planificación urbana para atraer a la clase creativa (Krueger y Buckingham, 2009; Ratiu, 2013).

A través de los años el acervo bibliográfico sobre ciudades creativas ha ido aumentando. En los estudios de *Partners for Livable Communities*, se inició la tendencia de utilizar nuevos recursos para el desarrollo comunitario y económico. Más adelante, Landry y otros autores desarrollaron proyectos enmarcados en la creatividad de las ciudades, siguiendo con Harvey S. Perloff, quien desarrolló un proyecto con el objeto de documentar el valor económico de los servicios culturales y el diseño en la economía regional (en Maldonado, 2012).

En tal sentido crece el interés por desarrollar estudios y proyectos relacionados a las industrias culturales, la economía del arte, la economía creativa y las ciudades creativas, así como los estudios de Landry y Bianchini (1995), quienes afirmaron que los recursos culturales son la materia prima de la ciudad. Posteriormente los trabajos de Florida (2002, 2010) acentuaron mucho más lo concerniente a los estilos de vida, la tolerancia,

la diversidad, la infraestructura urbana y los entretenimientos, como recursos impulsores del desarrollo económico en las ciudades.

Es preciso comprender el concepto de Ciudades Creativas; el cual indica que el motor de impulso son las industrias creativas, donde se despliegan actividades que generan gran potencial para la población, que se sostienen en políticas públicas que dinamicen dichas actividades y otorguen beneficios tangibles como intangibles en un el marco de la tolerancia, y que a su vez buscan promover la inclusión social y el desarrollo socioeconómico. (Ratiu, 2013)

El concepto de ciudades creativas se relaciona directamente con el turismo cultural, tal como lo indica Correa (2010). A partir de la vinculación entre el turismo y los bienes culturales, resultan en un buen anclaje para el desarrollo preservando la identidad de los pueblos.

Ana Carla Fonseca Reis reflexiona sobre la ciudad creativa, y presenta una visión de la misma que desborda los límites de propuestas como las de Richard Florida y Charles Landry. La autora intenta llevar el concepto al plano práctico y a su aplicación en todas las regiones del mundo, no solo en países altamente desarrollados. Para empezar, comenta: “Cuáles son exactamente las características de una ciudad creativa es una pregunta sin respuesta definitiva. Afortunadamente. No hay mejor manera de matar un paradigma embrionario que apretarlo en un molde” (Fonseca y Kageyama, 2009, p. 15).

Fonseca plantea con ello que las características de una ciudad creativa son difíciles de definir, y que esto es algo positivo. Al no tener una respuesta definitiva se permite que las ciudades tengan la libertad de desarrollar su propia identidad creativa sin estar limitadas por un molde preestablecido. Al apretar un paradigma embrionario a un molde se limita su potencial de crecimiento y desarrollo, por lo que es importante permitir que las ciudades creativas evolucionen de manera orgánica y única.

Algunos de los elementos subrayados por Fonseca Reis reflejan los ya identificados por la economía creativa, como la importancia de la arquitectura patrimonial y los acontecimientos urbanos (festivales y carnavales, etcétera.) como impulsores del turismo, y como fuente de trabajo, arraigo e identidad para los ciudadanos; o el fortalecimiento de las industrias creativas y culturales como generadoras de bienestar

económico y social para una amplia capa de la población (Fonseca y Kageyama, 2009). Sin embargo, un aspecto de importancia capital es la conexión de la ciudad con el mundo, con la región, con el territorio.

Florida (2010) considera que solo las grandes ciudades pueden ser creativas, y que su diversidad, densidad e interacción social fomentan a la creatividad. Landry (2010) por otro lado, no establece como límite la escala de una ciudad para que esta sea creativa, por lo que sostiene que la creatividad puede florecer en ciudades de cualquier tamaño siempre que exista un entorno propicio para la innovación.

De modo general, el desarrollo teórico de la ciudad creativa encauza una serie de fenómenos económicos que suceden actualmente en muchas ciudades del mundo, que contribuyen a modelarlas y definirlas en sus aspectos físico-espaciales. La ciudad creativa es un nuevo paradigma para el diseño y la planificación urbana que surgió de las ciencias económicas, y en la que urge que se estudien, analicen, reformulen e integren sus postulados; para que el diseño de la ciudad sea consecuente con las fuerzas económicas y culturales que la sustentan, y contribuya con su fortalecimiento, en vez de insistir en “diseñar” que es la economía creativa. (Landry, 2008)

1.5 Las Industrias Culturales y Creativas (ICC) en las ciudades. Clase Creativa

En el panorama actual, las Industrias Culturales y Creativas se presentan como modelos de desarrollo necesarios dentro de mercados económicos competitivos. La evidencia de su aporte en el crecimiento económico, que se muestra en las tasas de empleo y su contribución en él, confirman que no se trata de un mercado emergente, sino de uno de los principales sectores de producción de bienes y servicios que engloban mercados culturales, creativos, innovadores, sociales, sostenibles y tecnológicos. (Miege, 2017)

Desde el ámbito urbano y de desarrollo de posturas sociales como las de Florida, Landry, entre otros, las ICC permiten fomentar un modelo de ciudad inteligente, que se caracteriza por emplear las TIC para afrontar los desafíos de una ciudad convencional, y apunta hacia un desarrollo competitivo y sostenible por medio de la participación del ciudadano inteligente en la toma de decisiones y la planificación colectiva de la ciudad (Gomes, 2015).

Es por ello que resulta necesario considerar las actividades creativas para una mejor comprensión de la interacción e interrelación en la producción y la economía de las ciudades.

En este sentido, y a raíz de lo expuesto por Gomes (2015), se concibe la existencia de un gran potencial para que las ICC contribuyan no solo al desarrollo social y cultural, sino también a la diversificación económica, la innovación y la creación de empleo en los países de América Latina y el Caribe. El empleo en la industria manufacturera, incluso en los países en desarrollo, ya ha alcanzado su punto máximo y la cuarta revolución industrial de la inteligencia artificial, la robótica, el aprendizaje automático y el Big Data también desplazarán los trabajos rutinarios de oficina. En este contexto, la creatividad, la interacción social y el tipo de procesos de trabajo no rutinarios (o creativos) que están integrados en gran parte de las ICC serán vitales para mantener el empleo. (Gómez, 2015., p 20)

El término clase creativa fue contrastado por Richard Florida, quien consideraba que la ciudad se compone por un conjunto de profesionales, científicos y artistas, quienes a través de la creación de nuevas ideas, tecnologías y contenido creativo generaban dinamismo económico, social y cultural a las zonas urbanas. Los trabajadores de las urbes comparten valores y actitudes que se caracterizan por la individualidad, diversidad, transparencia y la meritocracia (Unctad, 2011).

Por un lado, es cierto que en las ciudades existe una gran variedad de personas con trasfondos culturales, sociales, económicos, lo que puede fomentar la individualidad y la diversidad. Sin embargo, también es importante reconocer que las ciudades pueden ser lugares donde la desigualdad y la exclusión social son muy marcadas, lo que puede limitar la verdadera inclusión y diversidad. En cuanto a la transparencia y la meritocracia, resulta importante considerar que en muchas ciudades existen estructuras de poder y sistemas que pueden limitar la transparencia y favorecer el favoritismo sobre la meritocracia. Por tal motivo resulta vital analizar críticamente si estas actitudes realmente se aplican de manera generalizada en las ciudades o si son más bien ideales a los que se aspira.

Para Richard Florida (2005) a principios del presente siglo ya el mundo se encontraba en la era creativa. Consideraba que la clave del crecimiento económico de las naciones

se definiría por los avances de las tecnologías, el talento y la tolerancia. Esto resume su teoría de las 3T, en la que genera un índice de creatividad, el Global Creativity Index (GCI, por sus siglas en inglés). En el mismo, Florida expone factores como el crecimiento económico, la productividad, el espíritu empresarial, la competitividad, la prosperidad, el desarrollo urbano y humano.

Landry (2008), por otro lado, establece una serie de indicadores que deberán contemplarse en la aplicación de nuevas herramientas para la planeación urbana creativa y el desarrollo económico. Con el fin de demostrar la contribución del sector creativo a la vitalidad económica de las ciudades en términos de producción, se utilizan indicadores como el valor agregado, ingresos y empleo que ponen de manifiesto en la relación de las ciudades creativas a las iniciativas de la economía creativa (Stam, De Jong y Marlet, 2008). Estas, a su vez, pueden analizarse desde tres ámbitos principales: arte y patrimonio cultural, medios de comunicación e industrias de entretenimiento y los servicios creativos, con los que se agrega valor a la cadena (Newbiggin, 2010), además del diseño, la publicidad, actuando como impulsores de innovación y a los cuales Landry (2008) los denomina economía de la experiencia. (Unctad, 2011)

La Red de Ciudades Creativas es una plataforma a través de la cual se promueve la cooperación entre ciudades que identifiquen la creatividad como como factor estratégico de desarrollo urbano sostenible, en este sentido, actualmente 246 ciudades del mundo conforman esta red, en la cual cada país postula a la ciudad que cuente con las características señaladas. Unesco (s.f.)

Capítulo II: Marco Referencial

Debido a que el escenario de investigación se inserta en la ciudad de Cienfuegos resulta conveniente dedicar este capítulo a contextualizar las industrias culturales y creativas en la esfera global, en el contexto cubano, así como a precisar cuestiones importantes sobre las mismas en dicho contexto investigativo.

2.1 Las Industrias Culturales y Creativas (ICC) a nivel global

Desde los años 60, se ha descubierto una clara diferencia del consumo cultural entre países más pobres y países ricos. Podemos remontarnos al año 1948, cuando la ONU redactó la Declaración de los Derechos Humanos, en la que se fijó que todos tenemos derecho a expresarnos libremente y podemos tener acceso a toda información y diferencia de ideas, por lo que se decide que sea el Estado, el que se encargue del sector cultural en los países, para que sea de igual disfrute por los ciudadanos de una nación.

Las Industrias Culturales y Creativas tienen su máximo exponencial entre los años 70 y 80, cuando se apuesta por la creación y su comercialización, aunque poco a poco se le da más importancia a que en este sector haya varios medios de creación y producción cultural. No fue hasta los años 90, o incluso 2000, cuando hubo un verdadero aumento de la cultura ligada a la comunicación, destacando las empresas estadounidenses, aunque también destacan zonas como Japón, Europa o zonas de América Latina (Herman y McChesney, 1997., p.155).

Desde el 2005, con la UNESCO, se quería acabar con las diferencias entre naciones y promover la expansión y comunicación cultural, así como reconocer el trabajo del artista o creativo con los derechos de autor, queriendo extender una ideología de economía creativa a los países del mundo (Albornoz, L.A., 2011). Además, esta Organización Internacional, ha puesto de manifiesto la importancia de preservar los productos y prácticas culturales a través del tiempo, para mantener la diversidad cultural de las distintas sociedades del mundo.

La aplicación de las ICC es muy diferente dependiendo del país en el que uno se encuentra, ya que es un sector que depende de la sociedad y de su historia. Un término que ponen en común todos los países en los que estas actividades tienen importancia, es el de “creatividad” como herramienta para la innovación y el desarrollo de la economía.

Dependiendo del valor que se le dé a esta industria y las herramientas que se utilicen para su impulso, promoviéndolo entre las personas y favoreciendo una sociedad creativa, se desarrollará de mejor forma, o se expandirá más o menos (Herazo Avendaño, C., et al., 2017).

Las ICC están bajo las Administraciones Públicas para ofrecer bienes y servicios públicos o semipúblicos, como pueden ser un museo o una biblioteca. Se podría decir, que si queremos mantener la identidad de una sociedad (expresándolo a través de su cultura), deben tener financiación y si no, estas organizaciones pueden llegar a estar en peligro de desaparecer. A su vez, la sociedad tiene que mostrar interés y colaborar en estos proyectos (An y Liu, 2014).

Resulta inevitable no unir las ICC con la comunicación, ya que las actividades culturales participan en esta, donde podemos encontrar la publicidad, el diseño, el cine, lo editorial, etc., los cuales forman parte de esa comunicación de masas y contribuyen al cambio y desarrollo de la sociedad (An y Liu, 2014). Experiencias como la visita a un museo o un edificio histórico, pueden suponer una herramienta educativa, a la vez que expande los valores históricos y estéticos de esa sociedad. Estas actividades culturales, potencian a su vez, el turismo en ciertos lugares, lo que también afecta positivamente a su economía, con una reciprocidad entre los habitantes del territorio y los turistas. Estas experiencias pueden ser una salida de la monotonía, de las que hacen uso las personas que buscan satisfacción inmediata. Según la UNESCO, las ICC, son sectores que dan importancia a la producción de servicios y productos creativos, culturales o artísticos, para su posterior difusión y comercialización, dentro de la economía, la cultura y la política, protegidas por la propiedad intelectual y es complicado hacer una anticipación de su demanda. Cada vez con más peso en la economía, son generadores de conocimiento e innovación (Unesco, 2010). Genera valor a marcas, genera turismo, e innova el urbanismo de las ciudades. A nivel social, la cultura permite la representación de pueblos y hace que estemos más unidos (Martín Mesonero, M., 2019).

2.2 Industrias Culturales y Creativas en Cuba

En Cuba, el acercamiento al tema de las Industrias Culturales y Creativas es relativamente reciente y aunque aparentemente existe consenso acerca de la importancia de su contribución, no es absolutamente así. Su interpretación por parte de académicos y

funcionarios no ha sido siempre homogénea ni convergente, aunque los diferentes criterios han ido evolucionando y acercándose en los últimos años.

De manera general, todos coinciden en la importancia de la cultura para el desarrollo económico y social, por lo que ésta ocupa un lugar importante en la estrategia de desarrollo del país, con un apoyo indiscutible del Estado al proceso creativo. Son reconocidos el sistema nacional para la enseñanza artística, sobre todo en los niveles medio y superior, los mecanismos establecidos para la protección del patrimonio cultural, el respaldo a creadores y proyectos culturales a través del presupuesto nacional, entre otros aspectos.

Hoy existe consenso entre académicos, políticos y artistas, en que los bienes y servicios culturales son una importante fuente de ingresos, pero que la rentabilidad no debe ir en detrimento de la calidad ni de los propósitos primarios del arte, que debe ser educativo, estético y protector de los valores patrimoniales.

También se ha experimentado una evolución en cuanto a circunscribir la economía de la cultura sólo al ámbito de la comercialización y el mercado. Desde los 90, y con más énfasis en los 2000, se han producido transformaciones para favorecer el crecimiento y desarrollo del sector. Se ha producido una apertura de mayores espacios de mercado para promover los mejores valores de nuestra cultura a la par que genere ingresos económicos (Pérez Paz, 2014), no solo en el exterior sino también en el mercado interno, de modo que se han dado pasos para facilitar el acceso de la población a la producción cultural y creativa, a la vez que se ha puesto énfasis en la educación cultural del pueblo.

Como resultado de los esfuerzos realizados a lo largo de todo el proceso revolucionario, el sector cultural cubano cuenta con un entramado de instituciones (rectoras, administrativas, educativas, culturales y empresariales), creadores y artistas, y otro personal calificado, que le han permitido al país obtener logros importantes en esta esfera.

Existe además una red de instalaciones culturales de carácter estatal, sobre todo en la capital y capitales provinciales, con extensión hacia los municipios, que si bien de los años 80 a la actualidad se ha reducido de manera considerable, como sucede con las

salas de cine y galerías de arte; en otros ha aumentado, como es el caso de las salas de video, y de teatro, bibliotecas, librerías y casas de cultura. (ONEI, 2019)

Esta red se complementa con otras entidades que contribuyen a que el arte y la cultura llegue a los barrios. Entre ellas, ONG que tienen larga experiencia en el trabajo comunitario, así como otras estructuras formales e informales que organizan talleres, imparten clases para aficionados, etc. Es de destacar el trabajo de los instructores de arte en escuelas, casas de cultura y otros espacios.

En los últimos años se añaden otras entidades no estatales como galerías privadas, talleres de artistas y centros culturales, que generan una oferta alternativa ampliando las posibilidades del público de acceder a la producción artística nacional, sin embargo, no se dispone de datos oficiales al respecto.

De todos modos, si se compara con la población total a la que debe dar servicio, el actual sistema de instituciones de la cultura resulta aún insuficiente tanto en cantidad como en distribución territorial. (García Lorenzo, 2016)

En cuanto a los recursos que destina el Estado para financiar las actividades del sector de la cultura y el deporte, puede decirse que no son despreciables, teniendo en cuenta los escasos recursos de que dispone el país, así como las elevadas sumas que dirige a las actividades de salud pública y asistencia social; educación; seguridad social; y administración pública. Al deporte y la cultura se destinan el 2.7% del total de los gastos del presupuesto del Estado y el 5.6% de los del presupuesto de los Gobiernos Locales. (ONEI, 2019)

No obstante, a pesar de los logros obtenidos y de los esfuerzos del gobierno y las diferentes instituciones por mejorar el desempeño del sector, aún se necesitan acciones para perfeccionar la política cultural y su funcionamiento en aras de potenciar su desarrollo futuro.

2.3 Escenario de Investigación

Cienfuegos es la única ciudad cubana y de América del siglo xix fundada por descendientes de franceses bajo la corona española, colonos procedentes de Burdeos y

antiguas colonias de origen galo como Nueva Orleans y otros territorios, que conformaron el núcleo poblacional que dio origen a la también llamada Perla del Sur.

Uno de los objetivos primordiales, que constituye el eslabón fundamental de la provincia, es precisamente la conservación, protección y rehabilitación del patrimonio cultural de la ciudad histórica, representado por la herencia arquitectónica y urbanística, en el que la creación de nuevos espacios y funciones garantizan la evolución del contexto y la permanencia de un conjunto de significativa calidad e identidad.

Especial atención se dedica a preservar la relación entre la población y el Centro Histórico, donde edificaciones y habitantes confluyen en esa necesaria convivencia armónica para recuperar y mantener el fondo construido, que forma parte inseparable de esa imagen urbana que hay que preservar e integrarlo, una vez rehabilitado, a la contemporaneidad de la sociedad que la mantiene viva, como el rostro que la diferencia y la hace auténtica.

Su relación con la Bahía, la conectividad con el resto de la ciudad y su funcionamiento como punto de confluencia, acentúan su condición de centralidad. Los efectos del proceso rehabilitador permiten vislumbrar nuevas oportunidades para el fomento de las economías creativas, que ayudarán al reforzamiento del carácter central del territorio, teniendo en cuenta su valioso patrimonio cultural y su condición de centro habitado.

Cienfuegos posee una rica tradición cultural y un floreciente sector de industrias culturales y creativas. Aunque aún falta mucho por hacer, se pretende que las mismas enriquezcan la vida de los residentes, contribuyan al atractivo turístico y al desarrollo económico de la ciudad. Su principal reto es aprovechar la creatividad presente en la región como un medio para cambiar su realidad económica y social, aprovechando sus propios recursos y saberes. Como estrategia busca fomentar la preservación de la identidad y sus tradiciones, algo necesario en épocas donde las tecnologías se erigen como plataformas de valor.

Capítulo III: Referentes metodológicos de la investigación

3.1 Alternativa metodológica

Para diagnosticar las industrias culturales y creativas de la ciudad de Cienfuegos se precisa entender el papel que desempeñan las mismas en la economía local y regional, y analizar las relaciones que se establecen entre dichas industrias, así como los diferentes sectores que conforman las mismas; como el diseño, la música, el cine, la literatura, entre otros, su impacto en la cultura local, además de identificar oportunidades en pos de mejorar la competitividad de estas industrias y su contribución al desarrollo de la ciudad.

El análisis de las industrias culturales y creativas de la ciudad de Cienfuegos exige una alternativa flexible que permita la construcción del conocimiento en el proceso de investigación, además de que las mismas son útiles cuando se requiere de una comprensión más profunda y completa del fenómeno estudiado y se busca involucrar a los participantes en el proceso de investigación y toma de decisiones.

En este sentido se asume la alternativa mixta como perspectiva de trabajo con las industrias culturales y creativas, ya que facilita la interpretación de los datos a partir de su significación para luego traducirlos en acciones propias de la estrategia. Al respecto, Hernández-Sampieri, Baptista y Collado, 2014a señalan que:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (p. 534)

El empleo de este método ofrece la posibilidad de explorar tanto la frecuencia como la naturaleza de un fenómeno, además de la verificación y validez de resultados utilizando una variedad de multimétodos de análisis y fuentes de datos, según explican los autores. En el caso de la investigación que se presenta, se hace necesario tener en cuenta la multiplicidad de factores que inciden en el reconocimiento de las industrias creativas y culturales en una ciudad, además del comportamiento de esta última en tanto

ecosistema, es decir, un ente vivo, cuya subjetividad colectiva puede condicionar y limitar los fenómenos que tienen lugar en su interior.

3.2 Diseño de la investigación

Respecto a este particular, es necesario establecer algunos aspectos determinantes: en primera instancia, el diagnóstico de industrias culturales y creativas se inscribe en la metodología establecida por la Work Foundation (2007), que constituye una derivación del Modelo de los Círculos Concéntricos de Throsby (Unesco, 2013). Su carácter multinivel sienta las bases para un análisis paulatino, con procedimientos (puros o híbridos) que se adapten a la propia progresión del modelo.

En segundo lugar, los actores que se implican en un estudio como este forman parte de distintos sectores sociales (dígase académicos, líderes de opinión, las administraciones públicas, la ciudadanía, los grupos de interés y otras instancias). El análisis transversal del escenario de investigación resulta de las inferencias e interpretaciones que puedan realizarse en la mayoría (si no en todas) las esferas sociales involucradas.

Por este motivo, se estima pertinente emplear un diseño de investigación que se ajuste a las características del objeto investigado. Hernández-Sampieri et al. (2014a) establece un marco para solucionar problemas de investigación en los que se requiere “buscar información en diferentes grupos o niveles de análisis” (p. 564). A este tipo de diseño lo denomina Diseño Incrustado Concurrente de Varios Niveles (Diacniv).

En los estudios sobre las industrias culturales y creativas se utiliza este diseño para recopilar datos cuantitativos sobre el impacto económico de estas industrias a nivel local, así como datos cualitativos sobre las experiencias de los trabajadores creativos y las percepciones del público a nivel individual y comunitario. La combinación de estos diferentes niveles de análisis permite una comprensión más completa y detallada del impacto de las industrias culturales y creativas en diferentes contextos y niveles.

Como puede apreciarse, el Diacniv provee un marco potencialmente beneficioso para alternar las aproximaciones cualitativas y cuantitativas, de manera tal que estas estén ajustadas al carácter del universo estudiado y las posibilidades que ofrecen las técnicas e instrumentos de investigación propias de cada enfoque. De esta manera, la investigación se ve beneficiada de la profundidad de ambos enfoques.

3.3 Estrategia de investigación

Entender un territorio como objeto de una investigación conlleva necesariamente la comprensión de que los procesos que se llevan a cabo a lo interno de este poseen un rasgo esencial: su carácter holístico y sistémico. Ello implica entonces una visión que desplace las perspectivas fragmentarias y observe a la ciudad de Cienfuegos como un ente que desarrolla su vida económica y sociopolítica en constante interacción con el contexto. Por ende, contemplar la realidad en un sentido amplio y desde una visión de particularidad y unicidad conlleva el desarrollo de una estrategia de investigación basada en el estudio de caso.

El estudio de caso “se centra en la descripción y el examen o análisis en profundidad de una o varias unidades y su contexto de manera sistémica y holística” (Hernández-Sampieri et al., 2014b, p. 2). Su uso no resulta privativo de una u otra alternativa metodológica, debido a la posibilidad de adaptación que ofrece a los distintos objetos de estudio. La bibliografía denota que “entre más concreto y único sea este, y constituya un sistema propio, con mayor razón podemos denominarlo estudio de caso” (Ídem).

El estudio que se propone se proyecta en función de esta estrategia de investigación debido a que resulta oportuno para analizar el objeto de investigación, el cual no es posible abordar en toda su amplitud a través de otros diseños. Esta estrategia implica una investigación profunda y exhaustiva sobre un caso específico, además del trabajo empírico, así como la revelación de datos profundos sobre el imaginario colectivo del territorio, con el propósito de obtención de información y precisa sobre el mismo. Sin embargo, sus resultados no pueden generalizarse a otras situaciones similares, ya que se basan en un caso particular. Por ende, es importante considerar los objetivos de una investigación antes de considerar dicha estrategia.

3.4 Definición de la categoría de análisis: Industrias Culturales y Creativas

La Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (Unctad) establece una sistematización de las terminologías asociadas a dicha categoría. A partir de ello, se establece que las industrias creativas y culturales se definen como: aquellos sectores de actividad que tienen como fin principal la producción, promoción y difusión de bienes, servicios o actividades de contenido cultural y creativo, incluyendo el sector económico que abarca lo simbólico, la expresión sensible y la estética; los cuales

estimulan la innovación y generan un impacto significativo en la identidad cultural y el patrimonio de una sociedad (2013).

Dimensiones de la Categoría de Análisis

1. Sectores creativos

- 1.1. Literatura
- 1.2. Música
- 1.3. Artes escénicas
- 1.4. Artes visuales

2. Industrias culturales

- 2.1. Patrimonio
- 2.2. Medios de comunicación
- 2.3. Grabación de audios
- 2.4. Videojuegos y juegos de computadora

3. Industrias creativas principales

- 3.1. Cine
- 3.2. Museos
- 3.3. Galerías y bibliotecas
- 3.4. Fotografía

4. El resto de la economía

- 4.1. Publicidad
- 4.2. Arquitectura
- 4.3. Diseño
- 4.4. Moda

3.5 Descripción de las decisiones de muestreo

La selección de la muestra estuvo encaminada a una recolección minuciosa de datos, de modo que arrojasen la información que se precisaba para dar cumplimiento a los objetivos con que fueron aplicados los distintos instrumentos. En los estudios mixtos la selección de la muestra contempla los criterios propios de las alternativas cuantitativa y cualitativa, de manera que ambos coexistan de forma armónica y tributen con efectividad a la determinación de cierto tipo de muestra. Hernández Sampieri, et al., (2014a) señalan que en las investigaciones mixtas “la muestra pretende lograr un equilibrio entre la “saturación de categorías” y la “representatividad” (p. 567).

En ese sentido el estudio se basa en un muestreo concurrente, el cual “supone conducir las etapas o componentes de manera independiente, y los datos obtenidos de las unidades que conforman la muestra son recolectados al mismo tiempo o con alta proximidad” (Hernández Sampieri, et al., 2014b, p. 22).

En este sentido, resulta importante puntualizar que las decisiones de muestreo estuvieron dirigidas por el muestreo en cadena o “bola de nieve” (Hernández-Sampieri et al., 2014, p. 388). Esta estrategia se basa en la identificación de participantes potenciales con un nivel de información determinante para la investigación, y de este punto de partida se hacen derivaciones hacia otros participantes individuales o muestras colectivas (sujetos adicionales) (ídem). En el caso de la presente investigación, se trata inicialmente de un muestreo no probabilístico cuyo carácter se modifica en la medida en que transcurre el diseño multinivel elegido.

Se trate de una técnica de muestreo de redes de referencia, empleada, sobre todo, en investigaciones en las cuales los grupos estudiados resultan en general de difícil acceso para el investigador (Bockorni; Gomes, 2021).

Por las características de la investigación que se presenta, la conformación de las muestras se desarrollará conjuntamente con la exposición de los procedimientos de la investigación.

Además de la estrategia de muestreo regente, se emplea la muestra gris para viabilizar el análisis concurrente de la información. La utilización de este tipo de muestra permite lograr solidez y un mayor estudio de la información. En este caso la mayor parte de esta se concentró en fuentes primarias como libros, revistas e informes, mayoritariamente disponibles en Internet, así como el acceso a publicaciones de artículos en la propia web. Igualmente, se obtuvo información sobre otros documentos a partir de fuentes secundarias como reseñas y algunos índices de contenido sobre publicaciones específicas.

El fin de emplear una muestra bibliográfica o gris en este estudio consiste en la sistematización de referentes que revelen los atributos de la ciudad de Cienfuegos. Ello posibilita difundir el trabajo con los sujetos y otorgarle al estudio una base confiable. La recopilación de información se adquiere además en el trabajo con sujetos tipo; aunque

este tipo de muestra permite el análisis concurrente de la información o guarda relación con el caso que se investiga, lo cual resulta vital para la comprensión del fenómeno desde varios aspectos.

3.6 Técnicas e instrumentos de investigación

3.6.1 Análisis documental

El análisis documental es una técnica cualitativa que frecuentemente utilizan los investigadores, pues posibilita la recopilación de información sobre el objeto de estudio y su contexto. La misma se emplea al inicio de la investigación debido a que “este constituye el punto de entrada al dominio o ámbito de investigación” (Sandoval, 2002, p.137).

Asimismo, ayuda a comprender mejor el fenómeno que se aborda al permitir “conocer los antecedentes de un ambiente, así como las vivencias o situaciones que se producen en él y su funcionamiento cotidiano y anormal” (LeCompte y Schensul, 2013; Rafaeli y Pratt, 2012; Van Maanen, 2011; y Zemliansky, 2008, citados en Hernández Sampieri, et al., 2014a).

Como ya se ha dicho, análisis documental es el punto de partida para desarrollar la sistematización de los referentes teórico-metodológicos existentes en el campo de estudio acerca del objeto de investigación. Los procedimientos que se describen se sitúan con el propósito de organizar y analizar la literatura referida desde los puntos de vista teórico e histórico; con lo que se da cumplimiento a los objetivos iniciales del estudio. Al ser una técnica de familiarización con el escenario de investigación, complementa información con otros instrumentos.

El empleo del análisis documental se centró fundamentalmente en profundizar en elementos relevantes para las industrias culturales y creativas de la ciudad de Cienfuegos, por lo que permite una mejor comprensión y examen de la información. Para ello se trabajó con literatura gris procedente de publicaciones electrónicas, documentos, libros, artículos de revistas especializadas, informes, estadísticas, entre otros basados en la recopilación, organización y distinción de información que permiten identificar tendencias, patrones y oportunidades en el mercado cultural y creativo de la ciudad.

Constituye una herramienta útil para dicha investigación para la toma de decisiones informadas y estratégicas. El documento Cuadernos Informativos y técnico-Cienfuegos y el Informe de Economías Creativas de la Unesco 2013.

3.6.2 Entrevista semiestructurada

Según distingue Janesick, (1998, citado en Hernández Sampieri, et al., 2014a, p. 403) “en la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema”. Estas preguntas y respuestas poseen distintos niveles de envergadura, por lo que se pueden identificar tres tipologías de entrevistas: estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas (Ryen, 2013; y Grinnell y Unrau, 2011, citados en Hernández Sampieri, et al., 2014a).

En este estudio se optó por las entrevistas semiestructuradas, las cuales “se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información” (Hernández Sampieri, et al., 2014a, p. 403). La aplicación de esta técnica sirve de gran utilidad para la obtención de información detallada y profunda sobre las experiencias y percepciones de los participantes sobre un tema específico, especialmente cuando se trata de temas subjetivos o complejos. Además, resulta relevante, ya que puede estar influenciada por la subjetividad del investigador y la interpretación del participante.

Por tal motivo el empleo de la misma se dirige a identificar los sectores creativos de la ciudad de Cienfuegos, sus atributos más representativos y diferenciadores, sus rasgos históricos esenciales, así como las concepciones en torno al mercado creativo, cultural y de sus industrias. En este margen, la entrevista semiestructurada tributa a la obtención de experiencias, significados y motivaciones de los individuos, a partir de la espontaneidad de sus opiniones, sentimientos e historias de vida.

No obstante, todo esto permitió diálogos flexibles que pudieron ser enriquecidos en determinados aspectos de interés a partir del desarrollo natural de la entrevista, lo cual representó una ventaja para esta investigación, ya que la información recogida en la entrevista refuerza en gran medida la técnica anterior.

3.6.3 Cuestionarios

En su mayoría, asociado a los estudios cuantitativos, el cuestionario resulta una técnica de gran utilidad en la realización de descripciones eficientes y profundas en las investigaciones mixtas. Su función radica en abordar desde el punto de vista exploratorio un tema específico a través de preguntas directas o no, con el fin de conocer las opiniones o juicios de valor de varios sujetos. Los autores lo definen como “una forma de encuesta caracterizada por la ausencia del encuestador, por considerar que para recoger información sobre el problema objeto de estudio es suficiente una interacción impersonal con el encuestado” (Rodríguez et al, 1995, p.186).

La encuesta social es "uno de los tipos más utilizados de la investigación social" (Briones, 2002, p. 51) y se define como "un método de obtención de información mediante preguntas orales o escritas, planteadas a un universo o muestra de personas". De acuerdo con el autor "el cuestionario es el principal componente de la encuesta" (Ídem).

En dicha investigación el cuestionario se desarrolla con el objetivo de comprobar los datos que brindan las fuentes primarias consultadas. Se trata de un instrumento cuya función esencial consiste en explorar las aproximaciones teóricas al tema y que se adaptan al contexto de investigación. El desarrollo de esta técnica permitió la elaboración de un conjunto de preguntas enviadas a una muestra representativa del público objetivo en pos de conocer su opinión respecto al fenómeno objeto de estudio; todo ello a través de una prueba piloto efectuada con el 5 por ciento de la muestra empleada.

3.7 Descripción de los procedimientos de investigación

Etapa 1: Posicionamiento teórico- metodológico

La identificación de los referentes más adecuados para el estudio del tema en el contexto específico de la investigación resulta fundamental. En esta etapa del estudio se constata una amplia producción teórica sobre el objeto de estudio y de modelos afines con la investigación que permiten conformar un punto de partida de la propuesta que se presenta. Además, se trabaja con categorías asociadas a las industrias culturales y creativas, su dimensión social y cultural, así como la producción, distribución y

consumo de las mismas. Este momento de la investigación resulta vital para el traspaso de resultados a otros contextos, además de considerarse una fuente importante en el desarrollo de estos fenómenos en la ciudad cienfueguera. La construcción de estos referentes permitió proyectar la estrategia de investigación tomada, en la cual se diseña el estudio y la profundidad de los análisis. Ello le otorga un gran valor al mismo, ya que se sientan las pautas para la proyección de cada una de las etapas posteriores.

Etapa 2: Análisis Documental

La profundidad del estudio presente en esta etapa posibilita la recopilación de datos relevantes que permiten determinar, describir y conceptualizar elementos claves de la ciudad de Cienfuegos que pueden hacerse notar en menor medida durante la aplicación de instrumentos alternativos. Este momento del análisis se desarrolla sobre la base de un estudio exhaustivo de documentos, así como la identificación de valores, tendencias y patrones culturales además del impacto de marcos regulatorios en el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Para el desarrollo de tal investigación se precisa del acercamiento a la ciudad de Cienfuegos en su generalidad, entendida como un ente vital para la determinación de elementos y procesos, que constituyen factores claves en el avance del territorio.

Etapa 3: Aplicación de instrumentos de investigación

En esta etapa se aplica la mayor cantidad de instrumentos de investigación y conjuntamente se realiza un análisis de contenido a partir de las guías establecidas. Dicho periodo implica el procesamiento de datos cualitativos y cuantitativos que favorecieron un análisis integral. La definición de los rasgos y atributos propios de la ciudad, sus ámbitos y sectores creativos, entre otros, generan una plataforma favorable para el trabajo en la caracterización de esos atributos. Se trabaja además con sujetos tipo e informantes claves que constituyen ejes centrales para definir los elementos diferenciadores presentes en la ciudad.

Etapa 4: Análisis concurrente de los datos

El posterior análisis concurrente está dado a partir de la técnica de muestro por Bola de Nieve y las respectivas etapas por las que transcurrió la investigación. Estas abarcaron 4 momentos esenciales.

Fase 1: Entrevista Semiestructurada a Informantes Claves

En relación a esta fase, la selección de tres participantes como informantes claves o expertos cumple con las características o criterios de interés. Los mismos fueron identificados a través de contactos personales y fueron seleccionados precisamente por ser expertos en el tema. La recopilación de información en esta fase fue definitoria para las posteriores, pues los expertos refirieron a otros posibles entrevistados que también cumplían con los criterios de interés. La riqueza y diversidad de información fue importante y de ella dependieron, en gran medida, los resultados de la investigación. A partir de las respuestas obtenidas en la entrevista se redireccionó hacia una segunda fase de entrevistas estructuradas a sujetos tipo.

Fase 2: Entrevista Estructurada a Sujetos Tipo

Con respecto a esta fase fue fácil acceder a los entrevistados, pues fueron reclutados los participantes a partir de la fase anterior. En la entrevista se recopila información detallada y más específica con respecto al fenómeno de estudio, con el fin de profundizar en las experiencias y perspectivas de los participantes. La recopilación de información en esta fase sirvió de gran provecho en la obtención de datos relevantes y comparables entre los entrevistados. Además fueron identificados patrones y tendencias dentro de la población con respecto al tema de investigación que resultaron de gran aporte. Para ello se decidió realizar una tercera fase, que incluyera una entrevista a la población para lograr un mayor alcance de esta y profundidad en la información.

Fase 3: Cuestionario dirigida a la ciudadanía

En relación a esta fase, el mismo arrojó una diversidad de perspectivas y opiniones que resulto de gran interés. Los resultados fueron sorprendentes en cuanto a las cifras, pues las preguntas permitieron obtener una visión más profunda y diversa de los ciudadanos referentes al fenómeno objeto de estudio en la ciudad. Ello posibilitó identificar patrones y tendencias de las ICC, así como una mejor comprensión de las necesidades y desafíos que enfrentan en la ciudad. Además, la aplicación de esta técnica permitió complementar los datos cuantitativos con los cualitativos, lo cual proporciona una información detallada de la situación de las industrias en el territorio. Con el fin de

alcanzar el cierre de toda la información recabada y que fuera aún más completa se cierra la muestra con una entrevista en profundidad a tres informantes claves.

Fase 4: Entrevista en Profundidad a Informantes Claves

En esta fase de cierre de los datos, se emplea la entrevista en profundidad a 3 informantes claves con el fin de obtener una información cualitativa de alta calidad. Con dicha entrevista se pudieron explorar temas en mayor profundidad, así como la obtención de perspectivas expertas de aquellos con conocimiento profundo en el tema de investigación. A través de esta técnica se pudo alcanzar información privilegiada y acceso a redes y recursos valiosos para el estudio. El fin de esta fase fue la validación de los resultados y hallazgos obtenidos en las anteriores fases, lo cual contribuyó a la fiabilidad y validez de los resultados.

3.8 Limitaciones de la investigación

Por cuestiones de disponibilidad para participar en la investigación, no se tuvo acceso al intercambio con las Administraciones Públicas del territorio. Este aspecto limita el alcance de los resultados, por tratarse de un sector de gran importancia para el desarrollo de la ciudad en general, y de las industrias culturales y creativas en particular. Un estudio de esta envergadura precisa, además, de capacidades temporales más amplias, con el fin de disminuir los sesgos que pudiera generar el empleo del muestreo en cadena o por bola de nieve, por una parte, y de enriquecer dicha estrategia con mayor cantidad de niveles en su distribución exponencial, por otra.

3.9 Consideraciones éticas del estudio

Durante el proceso de investigación se tuvo en cuenta el cumplimiento de las normas éticas que rigen las investigaciones científicas. En este sentido se respetó la disposición individual a participar de la investigación en los casos de aplicación de cuestionario, de entrevistas semiestructuradas. Igualmente han sido considerados los principios establecidos por la norma APA para el manejo de la información en estudios como el que se presenta. De la misma manera se corresponde con los deberes y prohibiciones que se establecen en los principios del Código de Ética Profesional del Comunicador Social vigente.

Capítulo IV: Análisis de Resultados

4.1 Fase 1: De la Entrevista a Informantes Claves

La creatividad en el desarrollo en las ICC en la ciudad de Cienfuegos

En acercamiento en torno a la creatividad, un informante clave vincula el término con la psicología. En su discurso sostiene desde esta visión, a la creatividad como un estadio superior del pensamiento. Sostiene que la misma se entiende como un proceso, según los psicólogos, de búsqueda de nuevas soluciones, de conceptos, a partir de lograr con ideas nuevas existentes una solución satisfactoria para determinado problema o conflicto. A su vez, hace referencia a que el término parte de la imaginación, aunque la ciencia reconoce la constancia y la regularidad con que se asumen los procesos. Como resultado de la opinión de dicho entrevistado, la creatividad parte de como relacionar conceptos, ideas, de forma tal que el resultado sea un nuevo proceso de creación útil, necesario, atractivo.

Por su parte, la concepción que ofrece una informante se torna un tanto abarcadora, ya que la redirecciona hacia procesos netamente artísticos, de los cuales toman como pilar a las ideas y explica que son generadas, conectadas y transformadas en conceptos de valor. Su visión de la creatividad se vincula a la creación a partir de la nada, o de la fabricación de algo que ya existe, lo cual considera como un importante proceso social por sobre todas las cosas, así asevera. En relación al intercambio con la entrevistada se pudo constatar que el término involucra a la imaginación, la innovación, y que no es más que la capacidad para generar ideas originales y novedosas que interpretan el mundo expresado en esos bienes artísticos como la música, escritos, imágenes.

La asociación de la creatividad a actividades artísticas es una característica similar de las respuestas obtenidas de dos de los informantes claves. Ello se debe a que estas suelen requerir un alto nivel de imaginación, originalidad y expresión personal. Según la información obtenida en una de las entrevistas se infiere que la creatividad es la capacidad del ser humano de buscar respuestas novedosas y pertinentes a una realidad desde los recursos que no posee. En los sectores artísticos se manifiesta como una condición por residir en los sentimientos y en el mundo subjetivo de las personas.

La creatividad en una ciudad es un factor importante para su desarrollo por la generación e impactos positivos en diversos aspectos como la economía, cultura, el

bienestar social, y el entorno urbano en general. A decir de uno de los informantes, la representación social que tienen las personas sobre la creatividad suele ser la del diseño, la arquitectura, las artes plásticas. Esto se debe a que todo ello es aplicado a un concepto de ciudad con soluciones más eficientes desde lo artístico, arquitectónico, y a lo cotidiano. Por tal motivo las personas logran ver esas soluciones cuando se aprovechan los espacios y se proponen ideas novedosas desde lo constructivo. Sin embargo, dicho informante alega que es mucho más amplia, pues inmersa en una ciudad, está en el logro de una articulación de manera eficiente de varios procesos, que a veces son negocios o elementos a la hora de conformar un resultado final.

En la ciudad de Cienfuegos tienen lugar fenómenos que la constituyen social, económica, espacial, cultural y física, por lo que el ordenamiento urbano y el diseño no pueden estar ajenos a la creatividad. Como bien afirmaba uno de los entrevistados: “se necesita del estudio, de la constante planificación y renovación de la ciudad, para mantenerla como una ciudad patrimonial viva en el caso nuestro, y para su desarrollo”.

Las industrias culturales y creativas en la opinión de un informante clave se manifiesta en un grupo importante de ideas que se transforman en bienes y servicios culturales y creativos. Tal es el caso del desarrollo de la marca territorio en Cienfuegos, donde se pudo constatar una proyección de ideas sobre lo que se quería lograr con el distrito La Gloria. Con respecto a ello se sabía cuáles eran las áreas que se podían explotar dentro de la industria creativa, las cuales estaban relacionadas al arte y la tradición, el comercio, y la logística, con el apoyo a las industrias, relacionado también con el insumo necesario para los bienes y servicios.

Desde el análisis a partir de la información recopilada por los entrevistados se puede inferir que las industrias culturales y creativas son aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objetivo principal la producción o la reproducción, la promoción, difusión y comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural.

Para referirse al término algunos de los informantes se acogen al fenómeno para entenderlo como lo que se produce con arreglo a las dimensiones e intereses del mercado. En la ciudad de Cienfuegos existe toda una línea de desarrollo que protagoniza dentro de la estructura institucional de la cultura, la industria cultural y creativa. Si en la actualidad se habla de desarrollo de las mismas, ello tiene que ver con

el perfil de trabajo que existe en la ciudad con respecto a ellas. Su génesis se encuentra en una estructura institucional que no se hace visible, en la cual no se reconoce la trascendencia e importancia que abarca el término, así como su crecimiento continuo y su contribución al progreso en las ciudades.

Los entrevistados dejan ver a su consideración los sectores que protagonizan estas industrias culturales y creativas.

Una de las potencialidades que se reflejan en las respuestas de los entrevistados con respecto a estas industrias la ofrece la fotografía, los audiovisuales, la artesanía, la tecnología, la moda, la gastronomía, y como esta podía integrarse a estos elementos, incluyen también a la gastronomía dentro de la literatura. En relación a esto, es necesario aclarar que existe toda una articulación e historia de diseños de productos y de un marketing asociado a estos. Por su parte, también se declara como ejemplo de estas reservas creativas a las personas que nunca se han vinculado a espacios públicos o a una visibilidad pública. Muchas de estas personas logran tener determinadas artes y pericias para hacer cosas extraordinarias desde el punto de vista tangible (artesanía, gastronomía,) y que pasan inadvertidos a los ojos de funcionarios porque no participan.

La industria editorial se decanta como parte de las industrias culturales y creativas, además del patrimonio y el turismo cultural, la música, cine, la televisión, las redes y artes escénicas. La unión de estas según concibe uno de los informantes, se basa en la producción, y tienen en cuenta variables del mercado. No obstante, el sector de la economía de un país podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual, y formar parte de este sector todas las actividades que tienen el potencial de formar o fomentar el crecimiento económico, la generación de empleos y ganancias de exportación.

Cuando se habla de las actividades que se forman en las industrias creativas, es difícil encerrar algunas de ellas. La propia dinámica del cambio y la adaptación hace difícil delimitarlas, pero es relevante hacer una delimitación para adecuarlas a la realidad específica de cada una de las regiones, y si poder fomentar el desarrollo de las mismas. Dentro de todo el entramado de actores que conforman estas industrias creativas, en el caso cubano hay diversidad de escalas territoriales, sectoriales, y formas de gestión estatal y no estatal y privadas. Algunas de estas actividades van desde la creación, producción o reproducción de contenido cultural, artístico o patrimonial hasta la gestión

y comercialización de estos bienes y servicios creativos. Se trata de un sector económico en crecimiento que se nutre de la diversidad cultural y no esta económica ni culturalmente condicionado a un origen determinado ya que su fuente de recursos es la creatividad humana que es inagotable.

Desde un análisis más específico, se puede arribar que la concepción integrada del fenómeno de las industrias culturales y creativas, de que alguna instancia lo lidere y se entienda ese escenario conceptual, teórico, histórico, sociocultural, no se ha visto todavía. Aún existen pixeles dispersos. La idea es fortalecer determinados núcleos creativos que lleven a que la ciudad se convierta en ciudad creativa por el rubro de las artes plásticas.

Cuando se revisa la historia de las artes plásticas de la ciudad, se encuentra la vasta obra de Mateo Torriente. Con este antecedente se busca potenciar esta manifestación y hacerla meritoria de grandes logros a nivel local. No obstante, de la formación de artistas como Torriente devienen figuras actuales como Adrián Rumbau y Osmany Caro.

En relación a los trabajos y profesiones vinculados a las industrias culturales y creativas existen un número amplio según la opinión de los informantes. Dentro de las artes visuales están los artistas, los curadores, críticos, galeristas. En la música, están los músicos acompañantes, el productor discográfico, el equipo de grabación, especialistas. En las artes escénicas los escenógrafos, sonidistas, curadores y organizadores de eventos. Con el mundo de la moda se dan cita diseñadores, ecologistas, medioambientalistas, con la utilización de tejidos no agresivos al medio ambiente, además de los comunicadores sociales, publicistas, periodistas, juez masters, o sea, un mundo enorme que puede generar empleo.

En consonancia con ello, se puede constatar que en las industrias creativas existe todo tipo de trabajos profesiones, pues en todos los seres humanos está implícita la creatividad en mayor o menor cuantía.

En cuanto al panorama de estas industrias, se plantea por varios entrevistaos que la ciudad en si misma posee bondades que se hacen visibles en su título de patrimonio cultural de la humanidad, el cual se debe aprender a gestionar. Ello se pone de manifiesto en el hecho de que los actores que tienen que ver con el trazado de las políticas gubernamentales, con la implementación de estas deben desarrollar aún más

procesos comunicativos y educativos importantes. La ciudad en sí, y el centro histórico por poner un ejemplo, son habitad de los ciudadanos y por tanto se deben educar en valores.

En este panorama debe desarrollarse una concertación de actores, identificar cada una de las instituciones y dependencias que tributan a estas concertaciones, aprovechar de las experiencias, y actualizarse a cómo se comportan en día de hoy estas industrias. Se debe apelar a lo que se puede hacer con lo que se tiene y en ofrecer respuestas novedosas a las demandas que se tienen.

En concordancia con ello, uno de los informantes claves asevera que con respecto a las industrias culturales y creativas en los últimos años no ha existido mucho trabajo en el caso de Cienfuegos. Ello denota que cuando un concepto no adquiere un carácter popular, y solo de debate en el mundo académico es porque no se ha desarrollado. Lo que no ha trascendido de una industria institucional o académica o una conceptualización popular es porque no se ha desarrollado.

Varias de las opiniones de los informantes dejan ver que se observa un pequeño florecer en el distrito creativo pero no se han adaptado en concreto. Existe la voluntad de la Dirección Provincial de Cultura, del Centro del Libro, del Consejo Provincial de las Artes Escénicas, y visuales, de poder hacer un proceso integrador en estos aspectos y de articular escuelas de capacitación. La ciudad sigue aspirando a ser un destino turístico que ha caducado a causa de la poca concatenación de los lugares y su activación. El ejemplo de ello se puede notar en un club como Julio Antonio Mella paralizado, así como el Cubanísimo de Artex que tiene una escuela asociada para el aprendizaje de baile, flauta y que está detenido en el tiempo por falta de recursos. En el momento económico en el que Cuba se encuentra, el elemento transformador no está latente.

Con respecto a la información obtenida por los entrevistados se pudo verificar que en el momento en que se realizaba la marca territorio se identificaban 4 nodos creativos que partían del teatro, de la sede donde esta abracadabra, el parque Villuendas, el Centro de Investigación y Gestión de Desarrollo Local (CIGEDEL) y la zona creativa Trazos Libres. La (OCC) trataba de realizar un rol interesante en estos procesos, pero su limitación era que volcaba muchos de sus procesos al problema de la restauración y la parte arquitectónica, y a veces no se piensa el concepto del lugar, manifestaban así algunos entrevistados.

En relación a los lugares más representativos de la ciudad, vistos desde un análisis de las respuestas de los informantes se encuentran el Centro Histórico de la ciudad. Dentro de este está el teatro Tomas Terry, beneficiado por un proceso restaurador sobre todo en las pinturas murales del teatro realizado con artistas y profesionales natales. La Catedral es otro de los sitios simbólicos, y objeto de una restauración significativa, además del Museo Provincial que fue antiguo casino español, objeto también de una restauración. El Parque Martí con sus bustos significativos para la ciudad es un símbolo local; y el Prado con una significación socializadora y eje articulador de la configuración urbana. Por su parte, la zona de Punta Gorda es también otro lugar emblemático con todos sus valores paisajísticos y el Palacio de Valle con su arquitectura ecléctica y la historia que atesora. Actualmente se potencia la zona del Villuendas por ser una zona ubicada en la periferia y en los márgenes de este núcleo. Existe una voluntad importante de trabajar allí, pero aún necesita de mayor estudio sociocultural en cuanto a lo que ese enclave contiene en relación a su historia para generar terreno fértil y aflorar manifestaciones y la participación de su ciudadanía.

En cuanto a empresas y organizaciones que lideran estas industrias, tomando como partida el análisis que realizaban los informantes sobre el tema, se constata que alcanzan gran relevancia Artex y el Fondo Cubano de Bienes Culturales (FCBC). En el caso del libro, este no ha llegado a ese sentido aun, pues la empresa editorial produce a escala reducida por razones de equipamiento, con una máquina muy obsoleta.

Por su parte, en relación a los retos que forman parte de estas industrias y en consonancia con las afirmaciones de los informantes, se puede afirmar que no es ajena la responsabilidad que estas industrias ostentan por los valores simbólicos que tocan, lo que se convierte en producto o servicio para poner de cara al consumo del mercado. Estos elementos, de acuerdo con lo que expresaban los entrevistados no es sugerible ponerlos en manos de gestores privados, hasta que no haya cuerpos regulatorios muy afinados para cuidar estos valores simbólicos. No es que el enclave estatal este bien, sino que debe trabajar para hacerse acreedor del mérito de tener en sus manos estos valores.

Para determinar la influencia de las industrias culturales y creativas en la identidad y la imagen de la ciudad se debe partir de los elementos culturales que son identitarios, ello no significa la flexibilidad, ni el comportamiento de manera porosa para que fluyan y pasen por los habitantes otras corrientes. La cultura cubana es totalmente permeable y

nacida de múltiples procesos transculturativos y por ello existen núcleos fuertes que se deben conservar, fortalecer y vigorizar.

4.2 Fase 2: Entrevista estructurada a Informantes Claves

Las industrias culturales y creativas en Cienfuegos

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información que arrojará será la que indique las conclusiones a las cuales llega la investigación.

4.2.1 Atributos representativos de la ciudad

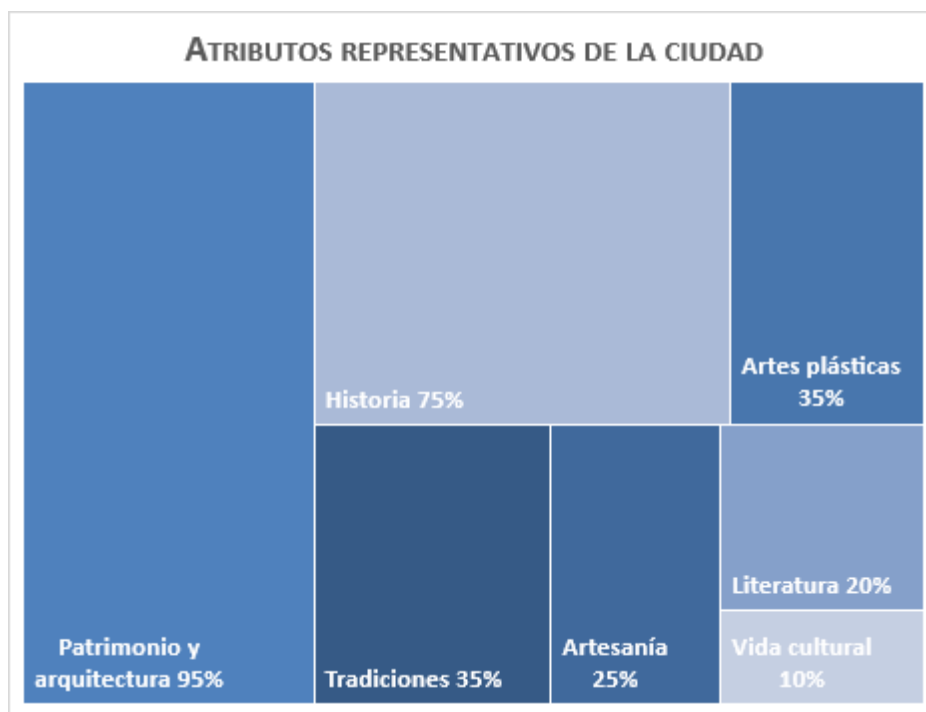


Ilustración 1. Atributos representativos de la ciudad

Fuente: Cuestionario

Según el estudio realizado y la aplicación de la encuesta, se concluye que el 95% de las personas consideran como atributo representativo en la ciudad el Patrimonio y la arquitectura. En el caso de Cienfuegos es su característica fundamental, que la define y la distingue de otras provincias. Sus valores estéticos y desarrollo urbano, los edificios históricos, monumentos y espacios públicos son testimonios tangibles de la historia de la ciudad y de sus diferentes influencias culturales que han contribuido a su configuración.

Por su parte, la Historia alcanza el 75% debido al legado histórico y la riqueza de su identidad cultural, además de las artes plásticas, que cobran el 35% junto a las tradiciones, que se intentan explotar y desarrollar aún más. La artesanía pasa a ser un rubro que decae, aunque se intenta intensificar debido al potencial enorme que puede alcanzar. La literatura y la vida cultural establecen cifras ínfimas, pues son elementos en los que se debe trabajar más a menudo.

4.2.2 Sectores más representativos de la ciudad

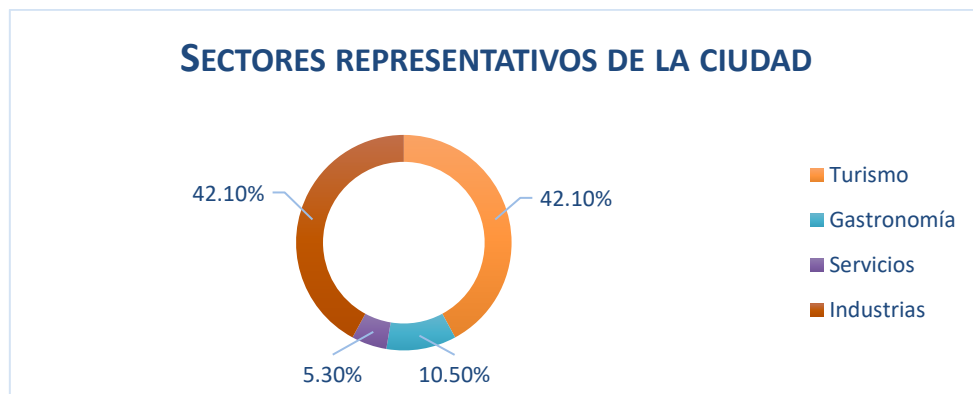


Ilustración 2. Sectores representativos de la ciudad

Fuente: Cuestionario

Este resultado refleja que la mayor parte de las personas evidencian el Turismo y las Industrias como principales sectores a un nivel de igualdad, ambos con un 42.10%. Ello es posible debido al impacto económico y visibilidad a nivel nacional e internacional que los mismos ofrecen, aunque hoy en día estén decayendo. El turismo en Cienfuegos es considerado un motor importante en la economía local, y las industrias son el símbolo de desarrollo y progreso que contribuyen a la generación de empleo y el crecimiento económico de la ciudad.

En cuanto a los servicios y gastronomía estos son fundamentales para el bienestar y la calidad de vida de los ciudadanos. En el caso de la gastronomía no solo refleja la identidad culinaria de una ciudad, sino que resulta un importante atractivo turístico y un elemento distintivo de su cultura, por lo que se debe trabajar por buscar mejoras en estos sectores en general.

4.2.3 Aspectos de la cultura más relevantes



Ilustración 3. Aspectos culturales más relevantes

En la Ilustración 3 se mencionan los aspectos culturales más relevantes de la ciudad. Cabe destacar que la mayor cifra la alcanza la Música con un 68.4% de personas que la consideran elemento actualmente más relevante. En segundo lugar se encuentran las tradiciones con un 63.2% y luego de estas, las leyendas con el 57.9%. Las artes plásticas y el repentismo ostentan la misma cifra con un 52.6% y las cifras inferiores alcanzan el 26.3% en el caso de los proyectos socioculturales y un 21.1% en cuanto a las fiestas populares.

Estos resultados demuestran que la música, las leyendas y las tradiciones son aspectos más relevantes debido a su impacto en la identidad y la riqueza de la que posee la ciudad. En relación a las cifras inferiores es posible que sean considerados de menos relevancia para los encuestados, ya que puede percibirse como aspectos más contemporáneos o menos arraigados en la tradición, además de una falta de visibilidad o reconocimiento por parte de la comunidad. Resulta importante aclarar que estos aspectos a pesar de los resultados tienen un punto en común que delimita su desarrollo, lo cual tributa a la falta de financiamiento y presupuesto, condicionado a su vez por la

situación que vive el país. Ello no significa que no se puedan aunar esfuerzos para desde otras vías fomentar dichos aspectos.

4.2.4 Mayores obstáculos para ampliar el acceso a la cultura en la ciudad. Su superación

En relación a este tema las personas afirman que la promoción no siempre es la adecuada, que se debe continuar con el uso de la radio y la televisión sin apartar la tecnología, así como valorar que no todos están vinculados a ella por una u otra razón. Existen diferentes formas de ampliar el acceso a la cultura en la ciudad y superar los desafíos asociados. Entre las sugerencias que realizan están promover el acceso al arte, la cultura en la sociedad y el desarrollo de estrategias para reactivar la escena cultural en Cienfuegos. Plantean que pueden implementarse programas y actividades que acerquen a la comunidad a diversas expresiones artísticas. En cuanto al desarrollo teatral, de 1959 a 1980 se considera una práctica sociocultural que contribuye a la identidad cultural de la ciudad. De esta manera se recomienda su impulso, y el de otras manifestaciones artísticas que pueden ser una buena forma de ampliar el acceso a la cultura. La promoción y mejoramiento de los espacios públicos puede facilitar el acceso a eventos culturales al aire libre y crear un ambiente propicio para la participación en la comunidad. La formación y capacitación de promotores culturales en la ciudad puede contribuir a la comprensión y difusión de las manifestaciones artísticas. Estos promotores pueden trabajar en estrecha colaboración con la comunidad para ampliar su cultura y fomentar la participación en actividades culturales. En general estas acciones propuestas pueden ayudar a superar los desafíos y brindar a la comunidad una mayor oportunidad de disfrutar y participar en su cultura y empujar hacia la participación en actividades culturales. Otro de los obstáculos a los que se hace alusión es la falta de presupuesto, y con ello el acceso a materiales para desarrollar sus vertientes. Con una mejor asignación y distribución del presupuesto hacia la cultura, se fracciona a las diferentes manifestaciones y se planifica mejor. La falta de comunicación entre los sectores es otra dificultad, además de la escasez de ofertas culturales suficientemente atractivas y bien promocionadas, lo que hace que la vida cultural agonice. El límite de horarios para los centros culturales estatales que no logran competir con los espacios particulares, donde la mayoría de las veces la música que se defiende no es música cubana, y menos cienfueguera, a lo que se hace un llamado sobre más apoyo a estos lugares estatales, como por ejemplo eliminar la contingencia energética. Existen acciones culturales ciudadanas que no llegan a las zonas periféricas de la ciudad; se han

perdido espacios culturales por decisiones incorrectas como la ausencia de cines, las regatas; las pocas acciones se realizan en horarios de trabajo y apenas quedan centros nocturnos, y la gastronomía no es óptima. La inexistencia de planes de publicaciones de los escritores y sus esperanzas de migrar a plataformas digitales es escasa. Los directivos en este aspecto no cumplen con su papel mediador y ello causa que los artistas se cansen de hacer demandas y denuncias al respecto y no se presentan soluciones. Se necesita de directivos sensibles a la cultura y sus manifestaciones. Se hace necesario prestar atención especial a los centros recreativos y el consumo cultural de los mismos, estimular a nuestros artistas, y no incorporar artistas de talla nacional por encima de los nuestros, pues solemos tener exponentes importantes no se les presta la atención que necesitan. Otro obstáculo es el abandono de estos de la vida cultural a causa del atraso en los pagos y en ocasiones la falta de estos. La falta de promoción es una traba, puesto que el arte no es valorado por el pueblo y los que participan en eventos como exposiciones o se dirigen al teatro son artistas en sí. Todo esto ofrece una panorámica de la situación actual y de cómo debe actuarse para que sean superadas estas barreras.

4.2.5 Plataformas de difusión de las Industrias culturales y creativas

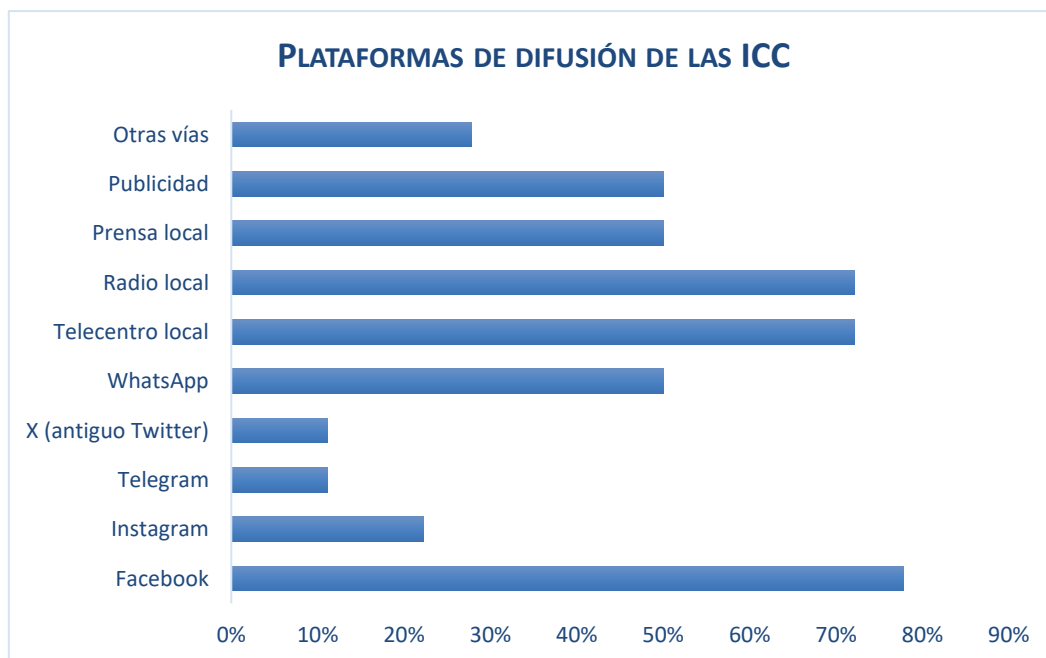


Ilustración 4. Plataformas de difusión

En la Ilustración 4 se observa el uso que se le otorga a los medios para conocer las actividades que se ofrecen en torno a las industrias culturales y creativas en la ciudad.

Los medios que más se utilizan según las estadísticas son Facebook con un alcance del 77.8%. Esta cifra hace constatar que las redes continúan, aún en Cienfuegos, liderando la difusión de la información, y por tanto el medio más utilizado por los ciudadanos. Luego están el Telecentro y la Radio con el 72.2% logrando un resultado igualitario, lo que demuestra el trabajo que se realiza en ambos va en consonancia, y se hace visible un Telegram y X (antiguamente Twitter) de bajo alcance con un 11.1%, lo que conlleva a repensarse sobre el uso y el tratamiento de estas y focalizarlas hacia una estimulación.

4.2.6 Programas o actividades que se implementan para el desarrollo de las industrias culturales y creativas en la ciudad de Cienfuegos

Sobre este aspecto, los entrevistados afirman que se ponen en práctica algunos talleres de artistas como Santiago Hermes en el distrito creativo La Gloria, además de otros proyectos comunitarios y de desarrollo local como Trazos Libres. Se realizan también actividades en los museos, en el centro provincial de patrimonio; como por ejemplo eventos, exposiciones, atención a clientes en busca de información, a vecinos de la ciudad en pos de rescatar información; obras de teatro en el Terry, peñas de *freestyle* (estilo de rap) en la AHS, conferencias de literatura en el boulevard, y otras actividades de este tipo en el espacio juglares de Aida, taller de los artesanos, y una alianza del teatro con el Centro de Documentación que ha logrado buenos resultados en cuanto a un considerable impulso en la programación. Aun así, las personas enfatizan que no se realizan muchas de estas actividades. Hacen mención de estas pues son las que se mantienen en la actualidad, pero aseveran que la promoción es un ente que afecta el desarrollo y puesta en práctica de las mismas.

4.2.7 Principales desafíos de los artistas locales en la ciudad

Los artistas locales en la ciudad de Cienfuegos enfrentan varios desafíos en su desarrollo y promoción de sus obras. Según sostienen los mismos, ello está dado por la escasez de recursos y financiamiento, puesto que la gran mayoría enfrentan dificultades para acceder a capital y por tanto el financiamiento para producir sus obras. La falta de apoyo económico limita la capacidad para adquirir materiales, alquilar espacios de trabajo y promocionar sus creaciones, además de que muchas veces no existen espacios culturales adecuados y accesibles, lo que dificulta la exhibición y presentación de obras de arte. La escasez de trabajo en galerías, teatros y estudios de grabación limita las oportunidades de mostrar sus obras al público. La falta de una plataforma de difusión

efectiva puede hacer que sea difícil para los artistas locales dar a conocer su trabajo; de visibilidad, que afecta la capacidad para llegar a un público más amplio y potencialmente limitar sus oportunidades de crecimiento y reconocimiento. La existencia de barreras institucionales y burocráticas que dificultan su participación en eventos culturales, la obtención de permisos y acceso a oportunidades de financiamiento, las cuales pueden desalentar a los artistas y limitan su creatividad y desarrollo son otro desafío. Toda esta falta de valoración y respaldo afecta su motivación, así como su capacidad para continuar contribuyendo al panorama cultural de la ciudad. Proponen satisfacer las demandas de los públicos de acuerdo a edades y sectores sociales, así como una programación cultural interesante con los pocos recursos que se obtengan. Superar estos obstáculos requerirá un esfuerzo conjunto de autoridades locales, instituciones culturales y de la comunidad en general para brindar un mayor apoyo, recursos oportunidades a los artistas locales.

4.2.8 Estrategias para promover a la ciudad como Industria Cultural y Creativa

Entre estas estrategias los entrevistados mencionan la vinculación con proyectos que se desarrollen en la misma y la promoción de todo lo que se realice concerniente a dichas industrias. La organización de festivales y eventos culturales temáticos en la provincia puede atraer tanto a residentes como a turistas. Estos eventos pueden incluir música, danza, teatro, artes visuales y otras manifestaciones artísticas locales. Ello contribuye a promover la diversidad cultural de la ciudad y a generar interés en su industria cultural y creativa. La utilización de los medios de comunicación local y plataformas digitales para promover la industria cultural creativa de Cienfuegos es esencial. Esto puede incluir la difusión de eventos culturales, entrevistas con artistas locales, la creación de contenido en línea que destaque la cultura y el arte de la ciudad, y la colaboración con *influencers* y *bloggers* para generar interés. La creación de estrategias que promuevan el desarrollo de los artistas independientes y grupos de creación con apoyo económico y logístico; la generación de un pensamiento económico en todos los sectores, o sea, crear para la producción de bienes materiales, otorgarle una mayor visualización a las manifestaciones artísticas; el trabajo colectivo, con la idea de resolver carencias y necesidades para brindar a los trabajadores de dichas industrias un apoyo real y motivación acorde con los tiempos; revelar los proyectos más novedosos y promoverlos para el conocimiento del público local y foráneo, regresar a los cienfuegueros a esa vida

nocturno aprovechando los entornos que ofrece la ciudad. Lograr proponerse que la ciudad sea una industria cultural y creativa y no con unos pocos focos creativos.

4.2.9 Contribución de la educación en el desarrollo de las industrias culturales y creativas en la ciudad

Para el desarrollo de estas industrias se hace necesaria la colaboración con instituciones educativas y programas de formación. El establecimiento de alianzas con instituciones educativas como escuelas de arte y universidades promueve la formación de nuevos talentos. Ello incluye talleres, conferencias y residencias artísticas que permitan el intercambio de conocimientos y experiencias entre artistas establecidos y emergentes. La creación de capacidades y vínculos tanto nacionales como extranjeros para el intercambio es otra de las posibles contribuciones. El mejoramiento y perfeccionamiento del sistema educativo, con el fin de enseñar desde los primeros años como producir cultura y crear conciencia de estas industrias.

La creación de una base sólida en obras con mayor significado; fomentar la enseñanza en los más jóvenes; que la educación sea menos dogmática; apoyando los proyectos socioculturales de los barrios; estimulando a estudiantes a participar en espacios de creación artística para rescatar tradiciones, y desechar la banalidad y el facilismo.

4.2.10 Instituciones y sitios emblemáticos que tributan al desarrollo de las industrias culturales y creativas

Entre las instituciones más relevantes nombradas por los entrevistados se encuentran el FCBC, la OCCC, el Centro Provincial de Patrimonio, el Museo Palacio Ferrer, el teatro Tomas Terry, el Museo Provincial, la UNEAC, la Casa de Cultura Benjamín Duarte, Radio Ciudad del Mar, la escuela de arte Benny More, la empresa de la música Rafael Lay, La AHS, Artex, la Egrem, y el Chalet de Valle.

Los sitios emblemáticos a consideración de los entrevistados fueron la zona protegida Punta Gorda, el Jardín Botánico, el Hotel Jagua, el Nicho, el Parque Martí, el Prado cienfueguero, el Parque de las Esculturas, el boulevard, la zona creativa La Gloria, el Malecón, el Muelle Real, el Castillo Jagua, y la casa de la música Prado.

4.3 Fase 3: Cuestionario a la ciudadanía

Jerarquización de los sectores creativos en la ciudad

La diversidad y calidad de los sectores creativos de una ciudad son un reflejo de su vitalidad cultural y su capacidad para innovar, colaborar y crecer. Resulta crucial reconocer y apoyar la importancia de estos sectores en la jerarquización de una ciudad en el panorama global. Los resultados arrojados en este epígrafe forman parte de un cuestionario realizado a la población cienfueguera.

4.3.1 Familiarización con el concepto de industrias culturales y creativas

En relación al nivel de conocimiento y acercamiento que presentan los entrevistados con el término se decanta que el 62% de la población conoce o al menos tiene idea de lo que es. Ello depende en gran medida de factores como la exposición a través de eventos, el acceso y la participación en actividades culturales, así como el reconocimiento del valor económico y social de estos sectores. El 38% asevera que no tienen idea del fenómeno; y entre sus causas están la falta de oportunidades en la participación de actividades culturales y creativas, además de una falta de reconocimiento por parte de ciertos sectores sobre el valor que poseen estas industrias, lo que lleva a un menor interés o comprensión del concepto.

4.3.2 Vinculación de la población con los sectores creativos en la ciudad



Ilustración 5. Vínculo de los ciudadanos con los sectores creativos

Relacionados con los sectores creativos, la población en su mayoría no se vinculan con estos, cifra que se hace visible en el 51. %. Ello responde a que la mayoría no trabaja o se relaciona con estos sectores, lo que se ve reflejado en limitaciones económicas como la falta de recursos financieros, así como de espacios y eventos culturales. Es importante abordar estas barreras y promover la participación en estos sectores a través de políticas culturales, oportunidades laborales y espacios de exhibición accesibles a todos.

Por su parte, existe una distribución en las cifras, con personal vinculado a todos los sectores como es el caso de la Publicidad y el Marketing con un 20.1% de personas, a las artes visuales con el 12%, a la música, el diseño gráfico y la industria del cine con el 10.3%, entre otros. Resulta importante destacar que la cifra inferior de personas vinculadas al sector de la arquitectura y el Patrimonio es de 3.3%, por lo que evidencia la falta de personal en uno de los sectores de más potencial en la ciudad, lo cual se considera agravante.

4.3.3 Espacios creativos más populares entre los sectores de la ciudad

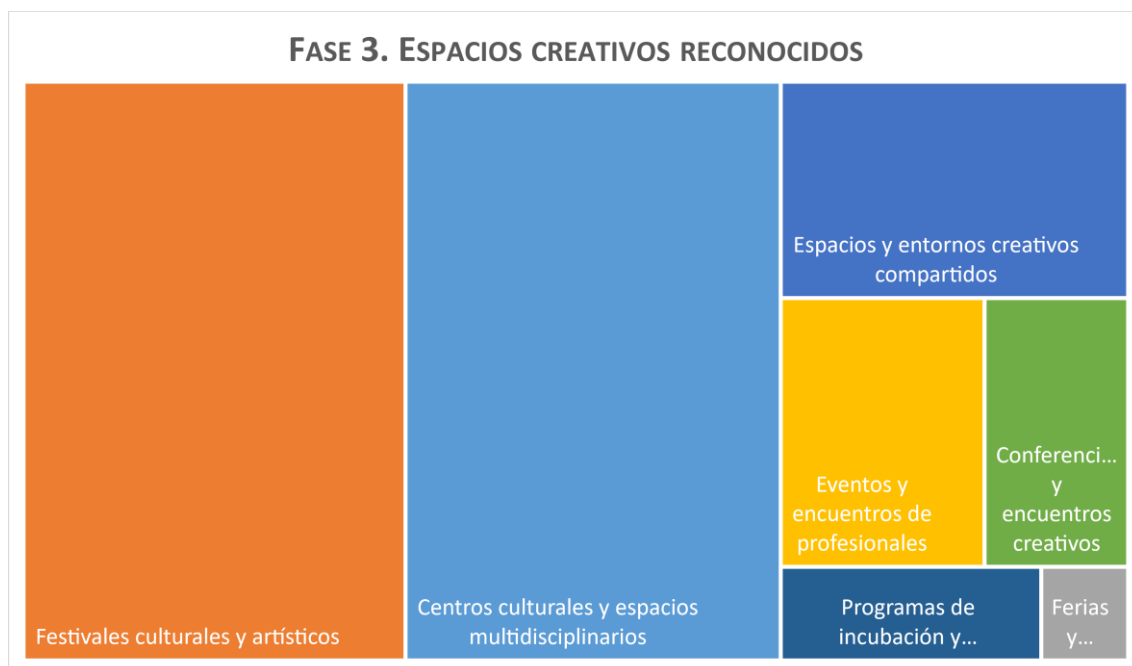


Ilustración 5. Espacios creativos reconocidos

Entre los espacios o eventos creativos más populares se encuentran los festivales culturales y artísticos con el 59.2%, seguidamente de los centros culturales y espacios multidisciplinarios que alcanzan el 58.2%. Estas cifras responden a la accesibilidad que tiene la población con respecto a ellas y su participación en los mismos. Con estrecha

similitud entre sus cifras están las ferias y mercados de diseño con el 21.7%, y muy de cerca los espacios de entornos creativos compartidos con el 20.1%. Los programas de incubación y aceleración de proyectos creativos poseen una cifra inferior con el 6.5%, lo que se debe a un factor recurrente como la falta de apoyo financiero para la implementación de estos programas, además de la falta de valoración de las industrias creativas por parte de autoridades locales.

4.3.4 Formas de interacción entre sectores creativos que benefician a la ciudad

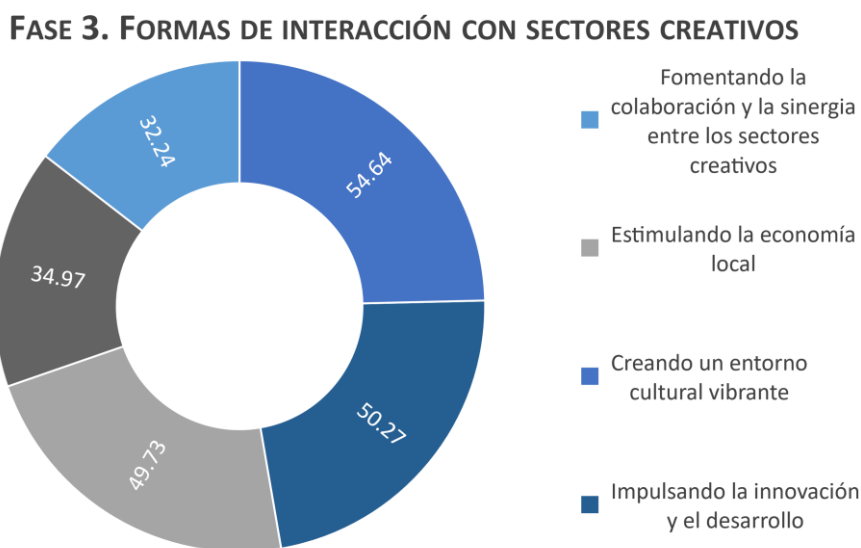


Ilustración 6. Formas de interacción con los sectores creativos

Las vías de interacción más importantes entre sectores creativos que benefician a la ciudad de Cienfuegos según la población cienfueguera son la creación de un entorno cultural vibrante demostrado en el 55.1%. Seguidamente el impulso de la innovación y el desarrollo pasa a ser otra forma de interacción, que alcanza según la opinión del público el 49.2%; ello refleja la necesidad consciente de inversión en estos sectores. La estimulación de la economía local es otra vía por la que abogan los cienfuegueros donde su opinión queda representada en el 49.5%. La promoción de redes y el intercambio de conocimientos representan el 34.8% y como cifra inferior la tiene el fomento de la colaboración y sinergia entre sectores creativos con un 32.1% a causa de la falta de conciencia sobre sus beneficios y de recursos y apoyo de los mismos.

4.3.5 Principales espacios y centros creativos de la ciudad

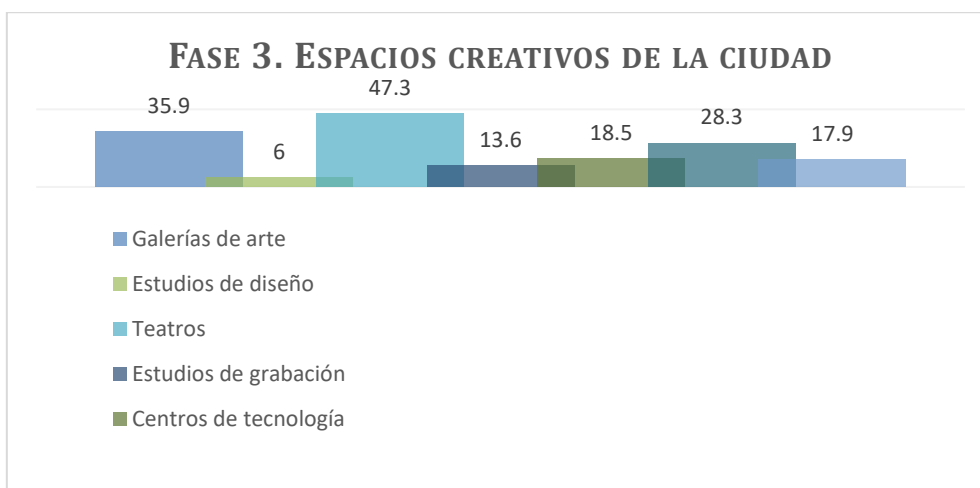


Ilustración 7. Espacios creativos de la ciudad

Entre los espacios más seleccionados por la población están el teatro con el 47.3% y las galerías de arte 35.9%. En estas se fomenta la expresión artística y la creatividad a través de obras teatrales, exposiciones de arte; son lugares fundamentales para el desarrollo y promoción de las artes escénicas y visuales, así como para el encuentro y disfrute de la cultura cienfueguera. Seguidamente se encuentran las organizaciones que apoyan el desarrollo y crecimiento de emprendimientos con el 28.3%, que buscan crear un ecosistema emprendedor sólido en la ciudad en pos de impulsar la creación, el crecimiento de nuevas empresas y la innovación en el territorio.

4.3.6 Tendencias creativas que emergen en la ciudad

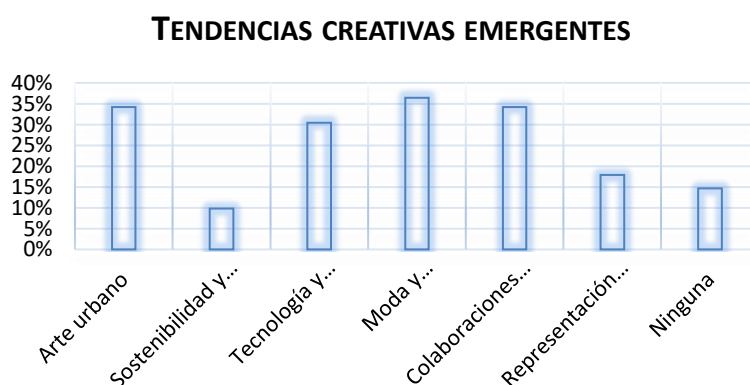


Ilustración 8. Tendencias creativas emergentes más relevantes

Entre las tendencias creativas que emergen en la ciudad los ciudadanos aciertan que actualmente la que posee mayor auge es la moda representada en el 36.4% de las opiniones recogidas. La misma refleja la identidad, cultura y estilo de vida de sus

habitantes. Aunque se intenta rescatar la autenticidad cienfueguera, es importante recalcar que se trabaja en la fusión de estilos y la proyección internacional de la moda local y de sus diseñadores. El arte urbano con el 34.2% es otra tendencia que encarna en la ciudad con la realización de murales. Estos aportan color, vida y expresión a los espacios públicos. Reflejan la identidad, la cultura y preocupación sociales de la comunidad local. El fomento de esta tendencia genera más atracción y estímulo de estos entornos, elevando el turismo y la actividad económica en áreas desatendidas. Todo ello conjuntamente con las colaboraciones con otros campos como la medicina, la ingeniería, la tecnología que también presentan el mismo %.

4.3.7 Impacto de los sectores creativos en la economía local de la ciudad

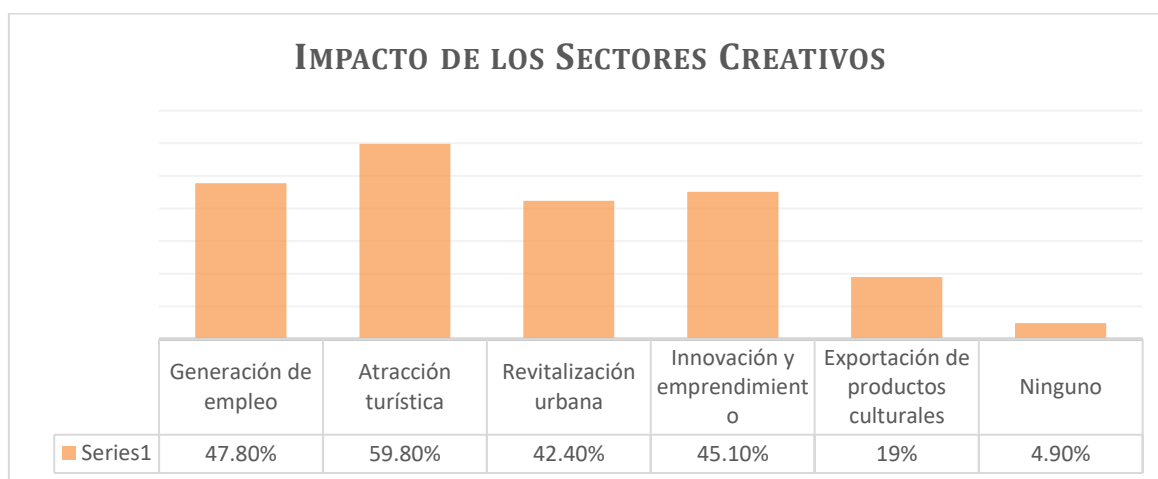


Ilustración 9. Impacto de los sectores creativos en la ciudad

Los ciudadanos cienfuegueros reconocen como mayor impacto de los sectores creativos en su economía a la atracción turística 59.8% por ser atractivos para los visitantes. Ello se ve reflejado en la demanda de productos y servicios creativos locales, lo que a su vez genera oportunidades de empleo y crecimiento económico en estos sectores. Resulta relevante a la economía local pues la confluencia de visitantes en estos sectores posibilita también recaudar fondos para posteriores actividades a realizar. La generación de empleo se halla marcada con el 47.8%; ya que puede crear oportunidades laborales a mayor profesional creativo, además de diseñadores, artesanos, y gestores culturales. La innovación y emprendimiento 45.1% favorece a la inspiración de nuevas ideas, soluciones creativas y enfoques innovadores para abordar desafíos sociales y económicos. La revitalización urbana mostrada en el 42.4% deja ver que se pueden transformar áreas urbanas en declive o infrautilizadas en espacios vibrantes y dinámicos que tributen a una renovación

4.3.8 Formas de colaboración entre sectores creativos y comunidades locales en la ciudad

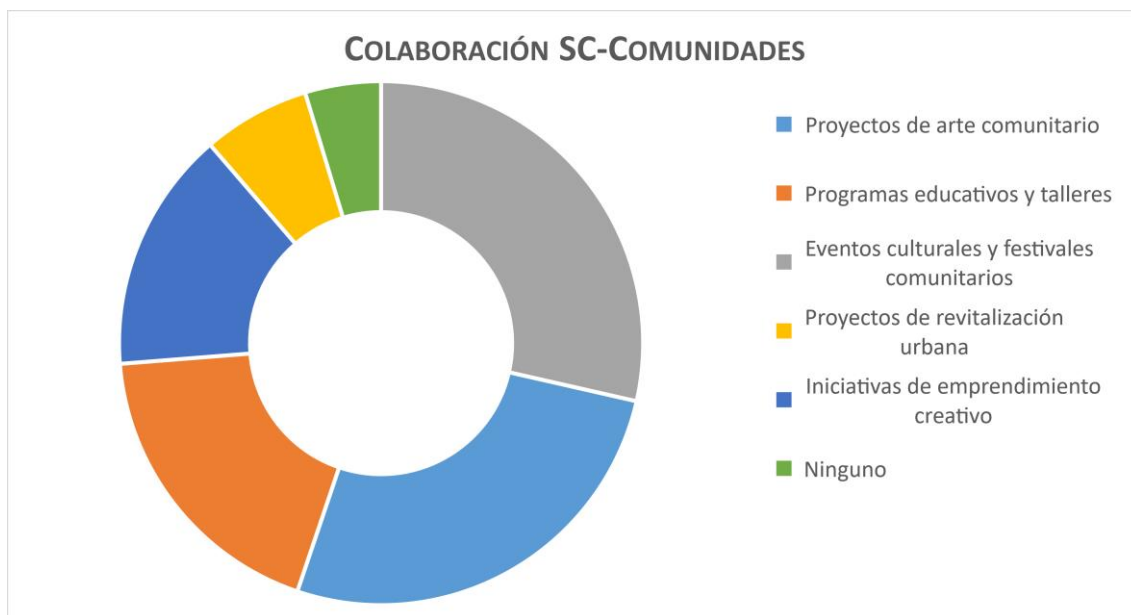


Ilustración 10. Colaboración que se establece entre los sectores creativos y la comunidad

Como formas de colaboración las personas consideran a los eventos culturales y festivales 56% como el medio correcto, pues a partir de estos se reúnen a artistas y otros profesionales del ámbito cultural para mostrar su trabajo y compartirlo con la comunidad. Ello fomenta la participación y el intercambio cultural, y la promoción de la diversidad y el diálogo entre diferentes grupos de la ciudad. La realización de proyectos de arte comunitario 52.2% son otra forma, ya que involucran a miembros de la comunidades en la creación de obras de arte que reflejan sus experiencias e identidad. En este caso este tipo de colaboración resulta una herramienta poderosa en el empoderamiento de las comunidades locales. Por su parte, los programas educativos y talleres manifestado en el 36.4% ofrecen la oportunidad de aprendizajes, el desarrollo de habilidades para variedad de edades y orígenes; y ello ayuda fortalecer los lazos entre los artistas y la comunidad, así como el aprecio por las artes.

4.3.9 Industrias Culturales y creativas latentes en la ciudad

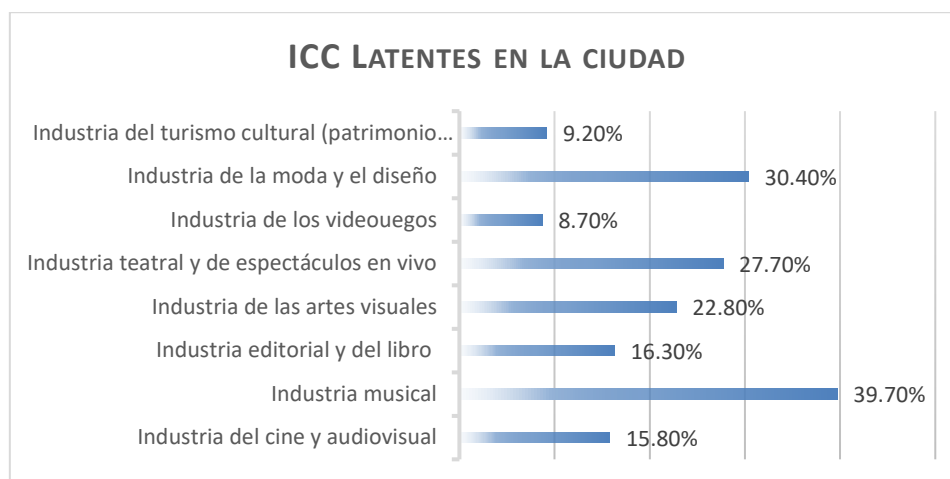


Ilustración 11. ICC latentes

La principal ICC según los ciudadanos es la industria del turismo cultural. Este resultado se debe a que esta industria es una fuente importante de ingresos para la ciudad ya que atrae visitantes interesados en su historia, arte, arquitectura y tradiciones locales. A su vez, se identifica a la industria musical, en un 39.7% de los casos. La misma se considera latente debido a que se subestima su impacto económico y cultural; aunque es un motor principal de la generación de empleo, y una forma poderosa de expresión artística. A la industria de la moda y el diseño la representa el 30.4% pues a menudo no se reconoce su potencial promover la creatividad e impulso de la economía. La moda y el diseño generan empleo en sectores como la confección, el diseño gráfico, la publicidad y el marketing. Además, pueden contribuir a la identidad de la ciudad la creatividad en otros sectores. La industria teatral manifestada en el 27.7% a menudo es subestimada o pasada por alto. Sin embargo, el teatro suele ser una plataforma para abordar temas importantes, fomentar el diálogo y promover la vida cultural en la comunidad. Es importante su reconocimiento como parte integral en la economía creativa de la ciudad.

4.3.10 Atributos representativos de la ciudad

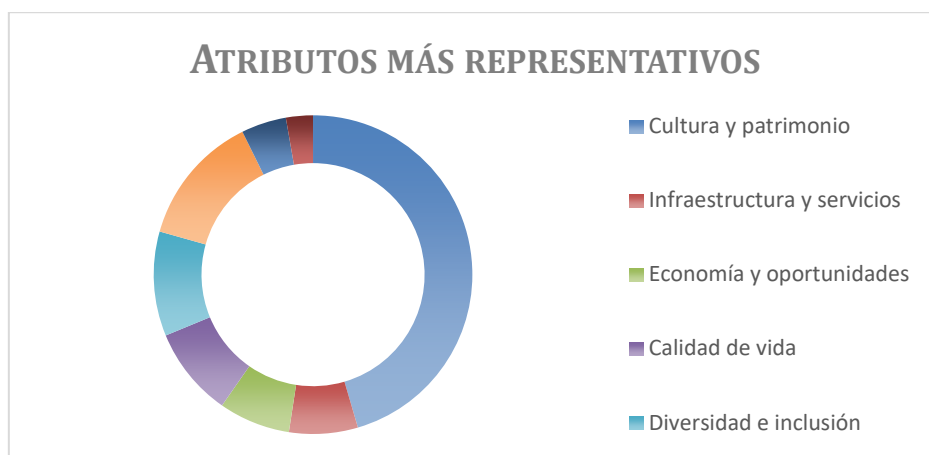


Ilustración 12. Atributos representativos de la ciudad

El atributo de mayor representatividad para la provincia en la opinión de los ciudadanos es el patrimonio y la cultura en el 81.5%. Esta cifra se debe a que la ciudad es reflejada por su historia e identidad. Estos elementos son fundamentales para definir la personalidad de una urbe y atraer a visitantes interesados en su patrimonio cultural. En este caso el patrimonio de Cienfuegos es una fuente de orgullo para sus habitantes y promueve un gran sentido de pertenencia. La innovación y la creatividad a concepción de los ciudadanos y reflejada en el 23.9% constituye una mejora de la calidad de vida y de la promoción de su reputación a nivel foráneo. Existe una cifra de 4.9% de sujetos que consideran que no existe ninguno, lo cual es una alerta, pues ello puede concebirse a partir de una alta de conciencia sobre el potencial cultural, creativo y económico de la ciudad. En algunos casos se debe a la falta de promoción o visibilidad de estos atributos. No obstante, resulta vital reconocer y valorar los elementos que hacen única a la ciudad, ya que pueden ser fundamentales para su desarrollo y proyección.

4.3.11 Sectores que impulsan la actividad creativa en la ciudad

La música y los espectáculos en vivo son el sector de mayor impulso nombrado por la población con el 54.5%. Este sector posee la capacidad de atraer a grandes audiencias en la ciudad y generar ingresos económicos. Los conciertos, festivales y eventos en vivo contribuyen además al desarrollo de la industria del entretenimiento. Las artes visuales se manifiestan en el 33.7% de las opiniones debido a que son consideradas un sector de gran impulso por su capacidad para fomentar la creatividad, el talento local y la expresión artística. El arte escénico con el 32.6% va casi de la mano, pues a concepción de los ciudadanos promueve igualmente la cultura, el entretenimiento y la

expresión artística en vivo. El diseño y moda con el 32.1% impulsa a la actividad creativa mediante las pasarelas de moda, ferias de diseño y eventos relacionados, que a su vez generan oportunidades para trabajadores del sector textil.

4.4 Fase 4: Entrevista en Profundidad a Informantes Claves

4.4.1 Sectores creativos básicos

La población cienfueguera/o se caracteriza históricamente por el respeto hacia su cultura y tradiciones heredadas, que transitan desde la implantación del régimen colonial y la influencia hispano-africana hasta por rasgos de la cultura francesa. Así, la Música, las artes escénicas (teatro) y las artes visuales (artes plásticas), son los sectores creativos con mayor auge en la localidad y constituyen parte de las dimensiones socioculturales de su desarrollo comunitario, con reconocidas figuras como Luisa Martínez Casado, Arquímedes Pous, Ana Aguado y Mateo Torriente, entre otros.

Los actores que se singularizan y distinguen desde su quehacer artístico y creativo son aquellos vinculados a la Música, el Teatro, las Artes Plásticas y la Moda, que se han destacado en el quehacer de los cienfuegueros.

Como resultado de la opinión de los informantes claves, Cienfuegos es considerada una ciudad eminentemente musical. Ello se refleja en pilares musicales como la Orquesta Aragón, con un formato de charanga, la cual se hizo conocida en Cuba por la interpretación del son y el chachachá. El jilguero de Cienfuegos también es una de las principales figuras de la música guajira y es creador de la llamada tonada de la risa, por su forma única de interpretar el punto cubano. Ello denota la vasta tradición musical que existe en la ciudad, y la razón por la que la música se eleva como el sector más destacado en la urbe.

Formando parte de la nueva trova cubana vigente, y según la opinión de uno de los entrevistados, se destaca el trovador Lázaro García y el dúo de los hermanos Novo, singulares cienfuegueros cronistas de la ciudad. Su obra artística se encuentra avalada como trovadores que cultivan varios géneros de la música popular cubana. Se destacan, además, el grupo Café Mezclado, el coro Cantores de Cienfuegos, el trovador Nelson Valdés; la orquesta de flautas Diadema, la de cámara Concierto Sur, y el conjunto sonoro Los Naranjos, entre otros exponentes de la música en el territorio.

Entre los eventos culturales vinculados al rubro de la música se lleva a cabo El Fiestón del Teatro Terry (anual). Por otra parte, el Festival Internacional de Música Popular Benny Moré se efectúa cada 2 años y rinde homenaje a nuestro Sonero Mayor, el más famoso e importante músico popular cubano de todos los tiempos: Bartolomé Maximiliano Moré (Benny). Además, el Festival del Danzón es una competencia de baile que se celebra los 24 de diciembre, Día Nacional del Danzón.

En relación a los bienes exportables de la ciudad, uno de los entrevistados aclara que si se habla de bienes culturales de interés para un público consumidor internacional, entonces en ese caso, la ciudad cuenta con un pequeño aunque interesante potencial: la música tradicional cubana más autóctona con el Septeto Típico Los Naranjos. Ello denota el quehacer musical de la ciudad, el cual se sostiene con una base de músicos formados en la Escuela de Arte y que tienen como antecedentes la riqueza musical de la localidad.

El Teatro es otro de los sectores en los que se han destacado creadores y escritores cienfuegueros. Desde Arquímedes Pous en el siglo xx, hasta el contemporáneo Atilio Jorge Caballero Menéndez, Licenciado en Teatología y dramaturgia. Actualmente, dirige el grupo de teatro La Fortaleza, con el que alcanzó el Premio José Antonio Ramos de dramaturgia en el año 2000, con la obra Marca de Agua.

A decir de uno de los entrevistados, los teatros y galerías son una vía de comercialización del arte. El ejemplo se hace evidente en una galería, donde independientemente de una exposición, en la que se realiza la promoción de los artistas que exponen, pues se comercializa. A su vez, el teatro es otra de las vías, pues forma parte de un espacio en el que se ofrecen funciones gratuitas, y todo ello retribuye a la industria cultural por la existencia de movimiento artístico pero también comercial.

El desarrollo de las artes escénicas en la ciudad según la opinión de uno de los entrevistados, es muy pobre. En concordancia con las diferentes opiniones de los entrevistados, se puede revelar que esto se debe a un parco espíritu creativo, con propuestas que no arriesgan ni en lo conceptual ni en lo formal. Tampoco existe una dramaturgia que estimule una creación teatral con particularidades locales. Uno de los informantes aseveraba: Hacia “donde se enfoca” es un misterio para mí; creo que no se enfoca hacia ninguna parte, ni tiene un objetivo definido aún.

Como resultado del análisis de las diversas opiniones se pudo constatar que el resultado del teatro, visto como instalación, si es considerado relevante. Los ciudadanos a menudo visitan la instalación no solo por el acceso a eventos culturales, sino también lo reconocen como un establecimiento generador de arte, en el que la música es la especial anfitriona.

Sin embargo, el sector más importante en la ciudad a concepción de este informante y visto desde la perspectiva del trabajo continuado, sostenido y avalado por un atendible rigor estético y conceptual, es el de las artes plásticas. Afirmaba sobre otros que se podían potenciar como el mismo teatro -profesional y aficionado – la música y la literatura. Incluía a los de menor potencial a la danza y algunas manifestaciones de la música como el jazz y la música clásica.

Dentro de las artes visuales, el cual es otro de los sectores creativos denotados como relevantes para los cienfuegueros, el más importante es el de las artes plásticas. Con el antecedente de una obra escultórica como la de Mateo Torriente, dicha manifestación resulta cimera en lo inmerso de la creación artística local. Aunque se lleva a cabo una continua labor por un mejor desarrollo y conocimiento de las mismas, a pesar de la situación actual que vive el país, no se deja de trabajar para que las mismas adquieran la relevancia que merecen.

De acuerdo a la opinión de uno de los informantes, las experiencias de distritos se han basado fundamentalmente en el interés de grupos de artistas, y de líderes comunitarios con las ideas de transformación y el fortalecimiento de buenas prácticas. El embellecimiento del lugar, con la utilización de figuraciones en cuanto a las intervenciones pictóricas, que tengan relación con los habitantes, resultad una distinción importante. Ello contribuye tanto al desarrollo cultural como espiritual de la zona.

Todos estos procesos en la ciudad, en los que se vincula a las artes plásticas, se dan de manera diversa. Los mismos son espacios creativos donde se toman acciones de manera creativa, lo que genera buenos ambientes y buenos espacios que dan lugar a nuevos emprendimientos que pueden beneficiar a todos los grupos etarios. Para galardonar la labor realizada en relación a este rubro se otorga el Premio de Artes Plásticas “5 de septiembre” (anual) con el fin de incentivar a los artistas del medio y reconocer su trabajo.

En cuanto a la opinión recogida por los entrevistados, el arte urbano como expresión de las artes plásticas, revaloriza y a la vez crea una identidad y distinción en los lugares intervenidos. Gran parte del éxito que denotan las intervenciones pictóricas realizadas sobre fachadas en casas de los vecinos realizadas desde el proyecto Trazos Libres que ha tenido una unidad variada en la realización de estas intervenciones.

Trazos Libres (Zona Creativa) es un proyecto sociocultural inaugurado en septiembre de 2009 por Santiago Hermes Martínez Zerquera (artista plástico). Es un proyecto que se implementa desde la Dirección Municipal de Cultura (DMC), con salida al Desarrollo Social y Comunitario y como parte de la gestión estratégica del gobierno y sus instituciones de subordinación local. El mismo contribuye a preservar valores identitarios de la cultura y el arte local. Todo ello se dirige a salvaguardar la historia y el patrimonio del lugar, haciéndose eco de algún hecho histórico que haya ocurrido en el lugar o la propia vivienda. La exposición de valores que identifican a la propia comunidad establece un puente de unión entre el arte que se hace y los que habitan el área.

Desde un punto de vista analítico de toda la información obtenida se puede arribar que las artes plásticas siempre han estado vinculadas a otros públicos. Con la idea de acercar las artes plásticas contemporáneas a los pobladores se realizan exposiciones de obras en lugares públicos, calles, lo cual propicia un encuentro que generalmente no sucede. Ello crea un vínculo importante en la comunidad y los cienfuegueros, que reconocen en esta una manera de hacer arte; algo que les pertenece y es identitario de donde proceden.

La experiencia de Trazos Libres es tomada por el gobierno municipal desde su Departamento de proyectos y conjuntamente con la Universidad de Cienfuegos (UCF) y la ong OICOS y Camoe de la Unión Europea han realizado un proyecto que devino en el distrito creativo. Desde este se propone vincular el arte y los artistas, a proyectos y negocios que permitan revitalizar la zona. Hoy en día las instituciones y gobiernos planifican y realizan estas actividades de manera organizada, propiciando un recorrido en ocasiones que le agrega contenido y valor a las zonas en que se realizan estas acciones.

Otro de los sectores principales identificados por la población es el sector del diseño y la moda. Una entrevistada aseguraba que el trabajo del diseño es fundamental para las industrias culturales y creativas, pues cada componente, cada emprendimiento, cada

artista dentro del ámbito de estas industrias debe establecer su identidad. Ello se constata en la actual promoción de la agenda cultural del distrito La Gloria que se realizó por primera vez en Cuba hace poco. En dicha agenda se trabajó con un diseñador que respetó los logotipos de otros emprendimientos que se han sumado e igualmente con estos emprendimientos para un trabajo en común, en la cual la labor de diseño fue fundamental para la promoción. Como resultado de esto se hace notar una ardua tarea en pos de avanzar en esta esfera, con el fin de obtención de resultados satisfactorios en la ciudad.

Con respecto a la moda es necesario hacer mención de la labor destacada de Lourdes Trigo, galardonada con el premio de la Unesco, quien aporta otra experiencia interesante del desarrollo creativo de esta urbe. Como sucesores actuales en esta rama, una de los informantes hacía referencia al trabajo actual que realiza Reinel y Dianko, donde el arte del tejido es el protagonista. Estos desarrollan un trabajo interesante con jóvenes que se inician en el modelaje y con los diversos grupos etarios que se insertan en el aprendizaje y realización de tejidos y costuras. Sus diseños han alcanzado renombre a nivel nacional, y su trabajo obtiene gran mérito entre los ciudadanos, lo cual los ha hecho posicionarse y otorgarle a la moda cienfueguera una nueva vitalidad. Por esta razón la moda cienfueguera es reconocida y toma nuevos bríos entre los habitantes de la urbe.

4.4.2 Sectores creativos intermedios

Cienfuegos cuenta con 70 ha que fueron declaradas Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura (Unesco) el 15 de julio de 2005. La declaratoria argumenta esta decisión porque “Cienfuegos es el primer y excepcional ejemplo de un conjunto arquitectónico representativo de las nuevas ideas de modernidad, higiene y orden, en el planeamiento urbano desarrollado en América Latina del siglo xix”.

La ciudad en general resume las diferentes épocas y ofrece testimonio de su inicial organización y trazado urbano; así como los procesos creativos arquitectónicos y técnicas constructivas. Al mismo tiempo, refleja las costumbres, formas de vida, cultura material y espiritual de un pueblo.

El Patrimonio se encuentra como uno de los sectores intermedios de la ciudad según los resultados obtenidos. En el intercambio con entrevistados se permitió constatar que este

sector es reconocido por los ciudadanos, por la relevancia que adquiere. El Patrimonio es considerado el máximo y más importante protagonista de su preservación. Los habitantes lo defienden y conservan a través de los años, pero aun así se debe trabajar aún más en intensificar el sentido de pertenencia y amor por su urbe. En consonancia con las opiniones de los informantes es importante recalcar que se debe continuar fomentando la educación ciudadana, los valores, y el cumplimiento de las normas locales. la promoción y fomento de la educación ciudadana en la valoración, conservación y rescate del patrimonio material e inmaterial que atesora Cienfuegos.

Actualmente el modelo de gestión del Centro Histórico reconoce la necesidad de preservar la memoria histórico-cultural (material e inmaterial), para destacar los rasgos de identidad en su sistema sustentable, que incrementa la calidad de vida de las/os presentes y futuras generaciones.

La OCC es designada como entidad líder del proceso restaurador en relación al Patrimonio y la arquitectura de la ciudad. Se constituye como la máxima autoridad para la aprobación de cualquier acción, sea constructiva o no, que se proyecte o ejecute en su Centro Histórico Patrimonio Mundial y su Zona de Protección. En relación con la información obtenida por los entrevistados, la misma trabaja para formular, proponer y ejecutar planes de restauración, proyecciones y diseños. Existe según el planteamiento de algunos entrevistados la gestión de un movimiento cultural que gira en torno al centro histórico. Este movimiento organiza, apoya eventos, y desarrolla programas y talleres diseñados para niños/as, adolescentes, jóvenes, adultos/as mayores y personas con discapacidad física o intelectual. El financiamiento es un punto decisor en la realización de estos, lo cual golpea que no se abra paso a muchos de los planes que se establecen.

Desde un análisis específico de las opiniones de los informantes, dentro de la urbe se destacan el sector del Turismo (histórico, cultural y natural) y el de las Industrias como otro de los sectores intermedios. Con una actividad en desarrollo vigente, dentro del sector turístico se cuenta con nueve hoteles. Destinados al turismo internacional se encuentran (San Carlos, La Unión, Pasacaballos, Jagua y Rancho Luna), de los cuales tres están situados dentro de la Zona Priorizada para la Conservación. Punta La Cueva se reserva para el turismo nacional, conjuntamente con una base de campismo y la actividad inmobiliaria se desarrolla en la zona de Punta Gorda. La Delegación de

Turismo Provincial, logra insertar con estos destinos turísticos un mayor número de visitantes a la ciudad y a sus comunidades en el territorio.

A decir de algunos entrevistados el rescate de la atracción turística a través de las tradiciones no solo ayuda potenciar en relación a un mayor conocimiento de las mismas, sino también a al interés y visibilidad para un público foráneo. Existen un cumulo de tradiciones en la ciudad entre las que están las leyendas, que también forman parte del patrimonio inmaterial. Entre las más conocidas se encuentran la de la Dama Azul, la leyenda de la Marilope, convertida en símbolo cultural de la localidad, y otras que deben su origen a deidades aborígenes de la zona como Jagua, Guanaroca, Arimao, y Caunao. Estos mitos pueden resultar atractivos a los turistas e incluso generar fondos para eventos u otras actividades de índole cultural. Además logran el rescate y preservación del patrimonio inmaterial e identidad cienfueguera y permiten el desarrollo de la economía creativa.

Dentro de las premisas para el desarrollo integral del municipio, la cultura no se concibe solo en términos de su más conocido rol - una dimensión del desarrollo-; sino que es entendida como el soporte insustituible sobre la que se erige el imaginario de sociedad que se desea para el futuro. Se intenta preservar las tradiciones gastronómicas en cuanto al gusto y preferencias, pero sigue siendo difícil en estos tiempos. Uno de los entrevistados aludía que en la ciudad es casi imposible encontrar pescado para comer, o para tener una embarcación, pues los tramites y las trabas son infinitas. Hoy en día se debe trabajar para intentar rescatar por el consumo de una gran variedad de propuestas originales. El rescate de las especies autóctonas como el ostión que se encuentra entre los símbolos de la ciudad, y la oferta de platos típicos como la Paella, reconocida nacionalmente, son elementos que identifican a la ciudad y que pueden rescatarse.

Durante las entrevistas a informantes claves se pudo obtener información con respecto al sector industrial. Actualmente y en funcionamiento, se cuenta con tres zonas industriales en la ciudad y otra más pequeña en Guabairo, con la Fábrica de Cemento como su principal representante. La ciudad también posee tres zonas portuarias, una red de almacenes, talleres y pequeñas industrias dispersas dentro del Centro Histórico. Entre las entidades industriales fundamentales están la termoeléctrica, la refinería de petróleo, acetileno, cemento, fertilizantes, calzado, espejos, glucosa y piensos mezclados; empresas de astilleros, frigorífico agropecuario, oleo-hidráulica, establecimientos de tabaco torcido, Empresa Pesquera Industrial e instalaciones de la industria local y

alimentaria. Se encuentran en funcionamiento los centros de producción de materiales de la construcción, dos plantas de asfalto, carpinterías, combinado de cerámica, molinos de piedra y otras instalaciones afines.

A pesar de la difícil situación económica que atraviesa el país, se mantiene el funcionamiento de estas industrias, pues son un elemento clave en el desarrollo de la localidad. Los cienfuegueros aseveran sentirse orgullosos pues además de ser una ciudad pequeña, el alcance y relevancia de todo el desarrollo industrial la ha llevado a convertirse en una ciudad inminente en este sector.

Los medios de comunicación también forman parte de los sectores intermedios presentes en la ciudad. Los de mayor actividad según la opinión de los entrevistados, y que actualmente mantienen sus funciones son el Telecentro, Radio Ciudad del Mar, con su sede frente al malecón cienfueguero, la red social Facebook y la Prensa. En relación con la información otorgada respecto al movimiento de las industrias culturales y creativas en Cienfuegos, son estos los que al presente se identifican y son bien recibidos por los ciudadanos.

En opinión sostenida por una de las entrevistadas, las industrias culturales y creativas están implicadas en el discurso mediático, pues un mensaje mediático puede salir de cualquier medio prensa o incluso de YouTube. El Gobierno es el órgano rector por el que confluye toda la información. El mismo convoca a la prensa para la posterior colocación de las noticias y luego sean difundidas por todos los medios.

La acción cultural en la ciudad se articula con entidades estatales como la Dirección Municipal de Cultura. En tal dirección, el reconocimiento al pleno desarrollo del ser humano como protagonista del hecho cultural, con sus manifestaciones y uso en el Centro Histórico, su participación para la revitalización integral del territorio y su inserción en los programas socioculturales ha resultado transversal a toda la actividad que se ha desplegado para un desarrollo integral e integrador de esta zona de la ciudad.

4.4.3 Sectores periféricos

El sector literario contribuye a la difusión y promoción de la literatura y el conocimiento, lo cual enriquece la vida cultural de una comunidad. La Industria Editorial se cataloga como un sector periférico en la ciudad. A partir de los criterios de los entrevistados, con respecto a la creación literaria existe un exiguo involucramiento

de los ciudadanos con este sector. Ello denota por tanto, una misma situación para varios escritores nuevos y no tanto que surgen en este sector. Los escritores pasan por muchos obstáculos para realizar sus publicaciones, en gran medida por falta de recursos, y existen años en los que no se publica por falta de estos. Actualmente se realizan algunas peñas, y se hace énfasis en las décimas, por lo que se intenta rescatar, aunque la narrativa es el género que se encuentra vigente, y resulta de gran agrado a los lectores.

Una de las figuras de gran relevancia por los premios obtenidos en el sector literario es el escritor y poeta Atilio Jorge Caballero Menéndez. De este se distinguen los libros de poesía como *El sabor del agua*, *La arena de las plazas* (Premio Calendario 1998), *La última playa* (Premio Cirilo Villaverde de la Uneac 1998), el volumen de relatos *El azar y la cuerda* (Premio Pinos Nuevos de Narrativa 2009) y *Rosso Lombardo* (Premio Alejo Carpentier de Cuentos 2013).

Según la opinión de varios de los entrevistados la Editorial Mecenás es la que otorga vida a la literatura en la ciudad, a pesar de los intentos y esfuerzos que se han realizado para la existencia de otras. No obstante, la Mecenás sostiene un arduo trabajo con editoriales de la capital que apoyan y ofrecen con gran acogida a talentosos escritores cienfuegueros. Estos divulgan el trabajo de escritores cienfuegueros haciendo público los ejemplares más destacados. Entre los premios llevados a cabo en el sector están el Premio Literario Mecenás, auspiciado por el Centro Provincial del Libro y la Literatura (anual) y Premio Literario Reina del Mar por la AHS (anual). el Festival del Monólogo Latinoamericano (bianual)

Las librerías son otro de los espacios en la ciudad que se intentan salvaguardar. En la urbe existen dos de estas, la librería Dionisio San Román y la Bohemia. Para desdicha de sus habitantes solo se encuentra con sus puertas abiertas la Bohemia. Según la información brindada por los entrevistados la misma consta de solo 3 plazas (1 tasador, 1 librero, y 1 administrador), lo cual lo hace lamentable.

Con respecto al sector literario y en consonancia con los entrevistados, la Biblioteca Roberto García es el mejor espacio literario de la ciudad. La sala general cuenta con un cumulo de libros de todos los géneros y autores. En opinión de uno de los entrevistados, la Sala de Fondos Raros (precisamente llamada con este nombre por contar con archivos históricos invaluable de la ciudad desde el siglo 16 hasta el 20) es la que atribuye a la biblioteca el calificativo de Biblioteca Provincial.

En relación a las respuestas de los entrevistados se arriba a un punto en común, que es el escaso trabajo de promoción a los escritores en el territorio. Para ello se realizaron varias propuestas de acciones teniendo en cuenta la opinión de los informantes. Entre estas se encuentran la organización de concursos literarios y festivales de literatura que promuevan la participación de escritores locales y la difusión de sus obras. La habilitación de espacios para escritores, donde estos puedan compartir experiencias, recibir retroalimentación y establecer aún más el contacto con la industria editorial. Se precisa también del impulso a la creación de clubes de lectura y talleres de escritura, de gran importancia para fomentar el interés hacia los libros y el apoyo a los escritores de la ciudad. Además, la creación de espacios dedicados a la literatura en la ciudad como en cafés, biblioteca, centros culturales, ameniza los ambientes y fomenta el interés por la misma.

Por otra parte, forman también los museos un sector periférico al interior de la ciudad. Los mismos son parte del ecosistema cultural de la urbe. Entre ellos se encuentran el Museo Provincial, el Histórico Naval de la República de Cuba, el de Fortaleza de Nuestra Señora los Ángeles de Jagua, el Museo de las Artes y los Oficios, el de la Clandestinidad Hermanas Giralt, el del Deporte, y el Museo de las Locomotoras.

Como resultado de las opiniones de algunos entrevistados se puede arribar a que existe una labor ardua con respecto al rescate de actividades de índole cultural en estos, así como la visibilidad de los contenidos expuestos y que aun preservan. Se debe avivar el interés de niños y jóvenes en visitar estos lugares, lo cual contribuye no solo al conocimiento de la localidad, sino al resguardo de los mismos. Una mayor accesibilidad a estos por visitantes foráneos posibilita también la generación de ingresos para estos museos, además de estrategias que faciliten el acceso cultural y físico, como la promoción de experiencias atractivas a diferentes públicos.

4.5 Discusión

A lo largo del proceso de investigación se ha recopilado una amplia gama de datos, evidencias y percepciones relacionadas con las industrias culturales y creativas en la ciudad de Cienfuegos. Estos resultados invitan a reflexionar sobre la importancia de las industrias culturales y creativas en una ciudad, y la comprensión de su impacto positivo en diversos aspectos de la vida urbana, motivando a la promoción de su crecimiento y fortalecimiento.

La producción, promoción, difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial son la esencia de una economía creativa. Su fuerte impacto en el desarrollo de las ciudades establece una línea directriz para el desarrollo integral del territorio, constituyendo una brújula que, a partir de potencialidades y limitaciones, permite conducir estas creaciones por una senda de progreso coherente con el proyecto social cubano: la cultura entendida como el soporte insustituible de la sociedad que se desea y la participación de las personas como sujetos/objeto de las transformaciones que se emprendan.

En primera instancia se percibe, respecto a las potencialidades de las ICC en la ciudad, un desarrollo creativo en sectores como las artes escénicas, las artes visuales, el diseño y la moda, con un alto sentido de la identidad local. Las mismas le aportan a la ciudad un valor cultural y estético. Son sectores que se mantienen enriqueciendo la vida de los habitantes y que aun atraen a estos, interesados en disfrutar aún más de propuestas culturales diversas. Generan un impacto económico significativo para la urbe, pues contribuyen a su proyección y posicionamiento como centro cultural dinámico y atractivo.

Con el fin de divulgar y socializar el desarrollo artístico de creadores se establecen como medios representativos a la radio, el telecentro, la prensa y Facebook. Su uso promueve desarrollo cultural, la capacitación y la presencia de los diversos proyectos de creación de artistas cienfuegueros, de diferentes grupos etarios. Las actividades relacionadas a estas ICC llegan a un amplio público cienfueguero a través de estos medios, ya que son los más accesibles a la población. Ello los convierte en medios efectivos en la difusión de información relacionada a eventos, noticias o actividades culturales que representen la ciudad.

Por su parte, el proyecto Trazos Libres es reconocido dentro de la población y a nivel nacional e internacional. Dicho proyecto se ha por su impacto positivo en la comunidad donde se lleva a cabo, ya que ha promovido a la participación activa de artistas locales y personal comunitario. La generación de espacios culturales y la difusión de expresiones artísticas diversas es otro de los logros que trae consigo. Además, ha ganado visibilidad en otros ámbitos culturales, contribuyendo a su reputación y prestigio.

El Patrimonio físico, natural, edificado, histórico y cultural valioso, reconocido a nivel local e internacional otra de las grandes potencialidades con que cuenta la ciudad. La

convierte en un atractivo turístico para sus visitantes y en un símbolo para la historia local. El reconocimiento de la Unesco es un signo de gran mérito y orgullo para sus habitantes. La razón por la que estos se encuentran tan acostumbrados a su entorno en ciertas ocasiones conlleva a que no valoren en la misma medida los elementos que son reconocidos internacionalmente. El trabajo con la educación se debe mantener como un factor primordial en la lucha contra la apatía hacia la historia y la cultura del territorio.

Una de las Limitaciones que están presentes en la urbe es el acceso a materiales de trabajo, materia prima y equipamientos necesarios para el desarrollo de proyectos de creación. Ello trae consigo una delimitada capacidad de los artistas para llevar a cabo sus ideas y expresar su talento, lo cual resulta una disminución en la producción artística, el descontento, así como la pérdida de oportunidades para el desarrollo económico. Para solventar estos daños resulta vital que las autoridades locales trabajen en conjunto para proporcionar el acceso a material y equipamiento creativo.

Por otra parte, los recursos financieros son restringidos para enfrentar nuevas inversiones dirigidas al desarrollo de las ICC. Dicha limitante se reduce en muchos casos a una falta de reconocimiento de estas industrias. Las inversiones en ocasiones están dirigidas hacia sectores más tradicionales o considerados de mayor impacto económico, dejando de lado el potencial de crecimiento y desarrollo que poseen estas industrias. Para superar estas restricciones es necesario desarrollar políticas y programas específicos que promuevan su evolución, así como asociaciones en el sector privado para la obtención de un financiamiento adicional.

Las ICC suelen operar en un entorno competitivo a nivel nacional e internacional. La insuficiente cultura competitiva de estas industrias en el territorio conlleva a una falta de capacitación en estrategias de marketing, desarrollo de marcas, y habilidades de negociación. Esto limita la capacidad de las empresas y profesionales del sector cultural y creativo para destacarse en un mercado cada vez más globalizado. Además, esta limitante ha generado genera una baja calidad en los productos ofrecidos por estas industrias, lo que a su vez afecta su reputación y capacidad para atraer inversiones en la ciudad. Una manera de superar todo esto es la promoción de participación en ferias, eventos, y redes de colaboración para el intercambio de ideas y experiencias entre profesionales del sector.

Vinculada a la anterior limitación deviene una débil cultura de marketing que se manifiesta en la no segmentación de mercados, falta de estudios de mercado para el lanzamiento de nuevos productos, desconocimiento de técnicas de ventas y merchandising. A consecuencia de ello, en la ciudad existe un deterioro en relación a la capacitación de estrategias de marketing y también en la conciencia sobre la segmentación de mercados y la falta de recursos para el lanzamiento de nuevos productos. Para la resolución de esta situación se prevee la capacitación de estrategias de marketing y gestión empresarial a nivel organizacional. Ello permitirá en gran medida a los profesionales de las ICC destacarse en un mercado cada vez más competitivo.

La existencia de poco apoyo institucional a nuevos/as artistas emprendedores/as y sus proyectos, sobre todo en sus inicios, se ve reflejado en la ciudad en el entorno creativo. El origen de esta limitante radica en la falta de recursos financieros y humanos por parte de las instituciones, la falta de conciencia sobre la importancia del apoyo a la cultura y las artes y la falta de políticas públicas que respalden el desarrollo de nuevos talentos. Resulta importante sensibilizar a las instituciones sobre el apoyo de artistas emergentes y sus proyectos, así como a la formación de nuevos talentos.

La inexistencia de programas formativos dirigidos al fomento y desarrollo de las ICC conlleva a una falta de profesionalización de artistas y creadores del medio. Esta situación genera la pérdida de talento y creatividad, lo que provoca el descontento entre los expertos del sector. Esta limitación afecta negativamente el desarrollo económico de la ciudad, pues las ICC poseen gran potencial en la generación de empleo y atracción de turismo.

Actualmente en la ciudad no se dispone de espacios e instituciones para el desarrollo de la capacitación, eventos y crecimiento de las ICC. El resultado de ello radica en limitaciones también presupuestarias que dificultan la inversión e infraestructura necesaria para el avance de estas industrias en el interior de la urbe. Además, existen en algunos casos una falta de visión sobre el papel que juegan las ICC, lo cual también conlleva a la falta de inversión para su desarrollo. El trabajo con la comunidad cienfueguera resulta vital para el interés en el progreso de estas industrias.

A pesar de todos estos obstáculos presentes en el territorio, se derivan desafíos para el desarrollo de las ICC en la provincia. Entre estos están el desarrollo de un modelo,

sustentado en la realidad política, social y cultural, que articule la cadena de valor: creación, producción, comercialización y distribución; la trascendencia de lo multidisciplinar e intersectorial; así como la promoción de políticas de incentivo a emprendimientos creativos. Por otra parte, la generación de incentivos y la creación de redes de emprendimiento cultural y creativo con una mirada hacia el desarrollo de estas industrias es otro de sus retos. La actualización de planes de estudio de las Escuelas de formación, talleres y Universidad como bases de la formación de los creadores que sostienen estas industrias resulta importante, así como la potenciación de la participación ciudadana en la planificación y gestión de estas industrias, e incentivarlos al consumo y conocimiento de las mismas.

Conclusiones

1. Las Industrias culturales y creativas en la ciudad de Cienfuegos desempeña un papel significativo en la economía de la ciudad, pues contribuyen a la generación de empleo, la atracción de un turismo escaso y el crecimiento económico.
2. Dentro de los sectores creativos más importantes en estas industrias se encuentran el de la Música, el teatro (instalación) como generador de movimiento artístico, las artes plásticas y la Moda. Como sectores intermedios están el Patrimonio y la arquitectura, el Turismo, el sector Industrial y los medios de comunicación. Y como sectores periféricos se establecen La Industria Editorial y los Museos.
3. Estas industrias poseen un impacto positivo en la vida social y cultural del territorio, a pesar de que aún no se muestran en su total vitalidad. Las mismas fomentan la creatividad, la diversidad y el intercambio cultural en la ciudad.
4. La proporción de un mayor apoyo y recursos a estas industrias ayuda fomentar su crecimiento y desarrollo sostenible en la ciudad.
5. La existencia de oportunidades para la colaboración entre estas, el gobierno local, las instituciones educativas y otros actores relevantes, ayudan a promover un desarrollo integral de estas industrias.
6. La labor desarrollada a partir de los desafíos presentados en relación a dichas industrias, así como sus oportunidades originan su éxito a largo plazo.

Recomendaciones

Asesorar a las instituciones implicadas en los procesos potenciales de producción, creación y comercialización de bienes y productos relacionados con las industrias culturales y creativas en la ciudad desde una perspectiva integral, de manera que se establezca implique una relación dialógica entre estas industrias con las administraciones en todas las instancias.

Desarrollar *storytellings* que promuevan desarrollo de estas industrias en la ciudad, así como el trabajo continuo en la generación de un punto clave y primordial para su realización: el financiamiento.

Explorar las potencialidades metodológicas que ofrece la distribución exponencial del muestreo en cadena, unido a grupos de enfoque multidisciplinares.

Identificar el ciclo de vida de los ecosistemas culturales y creativos que integran las ICC de la ciudad, en función de un trabajo prospectivo con los mismos.

Referencias bibliográficas

Adorno, T y Horkheimer M. (2009). *La industria cultural. La ilustración como engaño de masas*. En Adorno, T. y Max Horkheimer. *Dialéctica de la ilustración*, 165-212. Madrid: Trotta.

Alabarces, P. (2021). *Pospopulares: las culturas populares después de la hibridación* (p. 188). transcript Verlag.
<https://library.oapen.org/viewer/web/viewer.html?file=/bitstream/handle/20.500.12657/48356/9783839456422.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Albornoz, L.A., (2011). Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación. Autor: Gaëtan Tremblay, pp. 109-119.

Amabile, T. (1998). *La Creatividad en la empresa*. Publicado por Harvard Business Review Press

An, I. W., Liu, Y (2014). Material Analysis and Innovative Product Design with Process Model un Cultural and Creative Industries. *Applied mechanics and materials*, pp. 685, 749-753.

Arduino, A. H., y Azeves, Á. H. (2021). Aproximación al concepto de industrias culturales: su incidencia en la economía y normativa aplicable. *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas*, 4(7), 23-50.
<https://revistas.unne.edu.ar/index.php/rfd/article/viewFile/4993/4687>

Arias, F., Batista, A., Palmero, R. y Hernández, K. (2023). Diseño de producto turístico-cultural en Cienfuegos-Cuba: la ruta de las artes. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 18(1), 245 – 262. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2023v18n1.10017>

Bockorni, B. R. S.; Gomes, A. F. (2021). A amostragem em snowball (bola de neve) em una pesquisa qualitativa no campo de administração. *Revista de Ciências Empresarias da UNIPAR*. 22(1), pp. 105-117.

Briones, G. (2002). *La encuesta social*. En Metodología de la Investigación Cuantitativa en Ciencias Sociales (pp. 51-67). Bogotá: ARFO Editores e Impresores Ltda.

- Buitrago Restrepo, F. y Duque Márquez, I. (2013). *La economía naranja. Una oportunidad infinita*. Recuperado de <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%3a%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence> [Consulta: septiembre 2017].
- Bustamante, E. 2009. De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos señuelos para la investigación en cultura. *Diálogos de la comunicación* (78).
- Carballo, JA. 2022. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina* RPNS 2346 ISSN 23080132 Vol. 10, No. Especial 1, 2022
- Cassián, N. (2012). De qué está hecha una ciudad creativa. Una propuesta para abordar la cultura, el ocio y la creatividad en la urbe contemporánea. *Athenea Digital*, 12(1), 169–190.
- Ciudades y Gobiernos Locales Unidos. (2008). *Agenda 21 de la Cultura. Ciudades y Gobiernos Locales Unidos* (UCLG)/Ajuntament de Barcelona.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD]. (2011). *Economía Creativa: Una opción factible de desarrollo*. Informe 2010. http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf
- Corbalán, J., Martínez, F., y Donolo, D. (2003). *Manual Test CREA. Inteligencia creativa. Una medida cognitiva de la creatividad*. Madrid: TEA Ediciones.
- Correa, A. (2010). *Ciudades, Turismo y Cultura. Nuevas Perspectivas para el desarrollo equitativo de las ciudades* (1ª Ed.). La Crujía Ediciones.
- Cruz Sosa, N. y Andino Díaz, P. (2018). *La economía creativa, una oportunidad para el desarrollo de los centros históricos*. La Habana: Ediciones Boloña.
- Real Academia Española (2023). *Diccionario de la lengua española, 23ª ed.*, [versión 23.7 en línea]. <https://dle.rae.es>
- Dos Santos, E. (2018). *Economía Creativa: Una visión global*. Fondo de Cultura Económica.

- Fleming, R. C. (2009). Creative Economic Development, Sustainability, and Exclusion in Rural Areas. *Geographical Review*, 99(1), 61–80.
- Fletcher, A. (1988). *El Discurso Simbólico: ensayos sobre la interpretación de los símbolos de la cultura*. Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Florida, R. (2010). *La Clase Creativa. La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI* (1ra. Ed.). Paidós.
- Fonseca Reis, Ana Carla & Kageyama, P. (orgs.) (2009). *Creative City Perspectives*. São Paulo: Garimpo de Soluções.
- Fonseca, A. (2013). *Economía Naranja: Una oportunidad infinita*. Ediciones B
- García Lorenzo, T. (2016). Desarrollo y desarrollo cultural. Condicionamientos recíprocos, *Revista Temas*, No.85-86, Enero-Junio, p.21-29, http://www.temas.cult.cu/sites/default/files/articulos_academicos_en_pdf/03%20Garcia.pdf
- Ghelfi, D. (2020). *El motor de la creatividad en la economía creativa: entrevista a John Howkins*, Ginebra, OMPI. https://www.wipo.int/sme/es/documents/cr_interview_howkins.html
- Gomes, Christianne L. Lazer, Economía Criativa e Indústrias Culturais e Criativas: Onde Está o Social? *Revista Licere*. Belo Horizonte, v. 18, n.4, p.364-387, out./dez. 2015. Disponible en: <https://seer.ufmg.br/index.php/licere/article/view/1288>. Acceso el: 14/02/2018.
- González, M. G. B. (2021). Emprendimiento y Cultura. Un Acercamiento a las Industrias Creativas en Nuevo León. Transdisciplinar. *Revista de Ciencias Sociales del CEH*, 1(1). <https://transdisciplinar.uanl.mx/index.php/t/article/view/5>
- Goñi, A. (2000). *Desarrollo de la creatividad*. San José: EUNED
- Herazo Avendaño, C., Valencia Arias, A. y Benjumea Arias, M. (2018). Perspectivas investigativas en el estudio de las industrias culturales y creativas. *Revista KEPES*, 16 (17), 27-67. DOI: 10.17151/kepes.2018.15.17.
- Hermann, E.S., McChesney, R.W. (1997). *Los medios globales*. Cátedra, Barcelona.

- Hernández-Sampieri, R.; Baptista, P. y Fernández, C. (2014a). *Metodología de la Investigación* (6ta. ed.). New York: McGraw Hill
- Hernández-Sampieri, R.; Baptista, P. y Fernández, C. (2014b). *Estudios de caso. En Metodología de la Investigación* (6ta. ed.). (Materiales complementarios). Recuperado de: <http://www.mhhe.com/he/hmi6e>
- Herrera, E., Bonilla, H. y Molina, L.F. (2013). *Ciudades creativas: ¿paradigma económico para el diseño y la planeación urbana?* Recuperado de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/11-20>
- Howkins, J. (2001). *The creative Economy: How people make money from ideas.* [version Kindle]. Inglaterra: Penguin Group.
- Klein, M., Gutowski, P., Gerlitz, L., & Gutowska, E. (2021). *Creative and Culture Industry in Baltic Sea Region Condition and Future. Sustainability*, 13(8), 4239. <https://www.iccira.org/wp/wp-content/uploads/2021/03/D3.3-A-brief-review-of-regulation-forcreative-and-cultural-industries.pdf>
- Krueger, R., & Buckingham, S. (2009). Creative-City Scripts, Economic Development, and Sustainability. *Geographical Review*, 99(1), iii–xii.
- Lambert, M. (2001). *Como Ser más Creativo*. Ed. Mensajero, S.A.U.
- Landry, C. (2008). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators* (2da. Ed.). Routledge.
- Landry, C. (2010). *Índice de Creatividad en Bilbao & Bizkaia*.
- Landry, C., & Bianchini, F. (1995). *The Creative City*. Demos.
- Lazzeretti, Luciana (2008). “El distrito cultural”. En: SOLER, Vicent (ed.) Los distritos industriales. Colección Mediterráneo Económico No. 13. Almería: Cajamar Caja Rural, Sociedad Cooperativa de Crédito. Consultado el 8 de junio de 2011 en: <http://www.fundacioncajamar.com/mediterraneo/revista/me1315.pdf>
- Maldonado, A. (2012, June 6). Ciudades Creativas. Arqui Magazine. <http://www.arquimagazine.com/5311/ciudades-creativas/>
- Martín Mesonero, M. (2019). Las industrias culturales y creativas en las provincias españolas: localización y especialización.

- Mastrini, G., Becerra, M. (2006). *Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina. Periodistas y magnates*. Prometeo, Buenos Aires.
- Menchén, F. (2001). Descubrir la creatividad. Desaprender para volver a aprender. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Michelini, J. J. y Méndez, R. (2012). Economía creativa y estrategias de promoción en la región metropolitana de Madrid. Recuperado de http://www3.udg.edu/publicacions/vell/electroniques/Crisis_economica_e_impactos_territoriales/3/3_4_MICHELINI_&_MENDEZ.pdf [Consulta: febrero 2017].
- Miege, B. (2017). Les industries culturelles et creatives face a l'ordre de l'information et communication. Colección Comunicación en +. Editorial PUG. 2017. *Les industries culturelles et creatives face a l'ordre de l'information et communication*. Colección Comunicación en +. Editorial PUG. 2017
- Mitjás, M. A. (1995). *Creatividad Personalidad y Educación*. La Habana. Editorial Pueblo y Educación.
- Monreal, C. (2000). *Qué es la creatividad*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- Moreno, M. Á. (2012). *¿Son emprendedores los creativos?* Ponencia presentada en III Seminario Cultura y Economía, Santiago de Chile, Chile.
- Newbiggin, J. (2010). *La Economía Creativa. Una guía introductoria*. British Council.
- Oficina Nacional de Estadística e Información (ONEI) (2019). Anuario Estadístico de Cuba, Edición 2019, Enero-Diciembre 2018, <http://www.onei.gob.cu/node/14808>
- ONU. (ED.). (22 DE FEBRERO DE 2018). Informe sobre la Economía Creativa.
- ONU. (ED.). (4 DE NOVIEMBRE DE 2018). Informe sobre la Economía Creativa.
- Pérez Paz, B. (4 de junio 2014). ¿Es posible una economía de la cultura en Cuba?, Periódico Cubarte, <http://www.circuitoliquido.com/wpcontent/uploads/2014/10/21-Es-posible-una-econom%C3%ADa-de-lacultura-en-Cuba.pdf>

- Portillo, Á. A. G. (2021). Las industrias culturales como parte de la conformación de la identidad latinoamericana. *Ecos sociales*, 9(25).
<https://revistas.ujat.mx/index.php/ecosoc/article/view/4714/3619>
- Ratiu, D. E. (2013). Creative cities and/or sustainable cities: Discourses and practices. *City, Culture and Society*, 4, 125–135. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ccs.2013.04.002>
- Robinson, K. (2001). *Educación y Creatividad*. Publicado por Gedisa.
- Rodríguez Alomá, P. (2009). *Gestión del desarrollo integral de los centros históricos. La Metodología “Tesis”*. Tesis en opción al grado científico de Doctora en Ciencias Técnicas. Universidad de La Habana. La Habana, Cuba.
- Rodríguez, G.; Gil, J. y García, E. (2004). *Metodología de la investigación cualitativa*. La Habana: Félix Varela.
- Rodríguez, M. (1995). *Manual de Creatividad*. ed. Trillas: México.
- Rodríguez-Rodríguez, M., González-Herrera, M. R. y Domínguez-Mujica, J. (2021). Patrimonio urbano y alojamientos turísticos en Cienfuegos (Cuba). En *Vegueta. Anuario de la Facultad de Geografía e Historia*, 21(1).
<https://doi.org/10.51349/veg.2021.1.10>
- Sánchez, L. A. (1976). *Política de la Creatividad*.
- Sánchez, Ma. V., Rius, J., & Zarlenga, M. I. (2012). ¿Ciudad creativa y ciudad sostenible?: Un análisis crítico del “modelo Barcelona” de políticas culturales. *Revista Crítica de Ciências Sociais*[Online], 99, 31–50.
- Sandoval, C. (1997). *Investigación cualitativa*. Bogotá: ICFES.
- Stam, E., De Jong, J. P. J., & Marlet, G. (2008). Creative Industries in the Netherlands: Structure, Development, Innovativeness and Effects on Urban Growth. *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, 90(2), 119–132.
- Stam, E., De Jong, J. P. J., & Marlet, G. (2008). Creative Industries in the Netherlands: Structure, Development, Innovativeness and Effects on Urban Growth. *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, 90(2), 119–132.
- Sternberg, R. (2003). *Psicología de la Creatividad*. Cambridge University Press.

- Throsby, D. (2001). *Economía y Cultura* (1ª Ed.). Cambridge University Press.
- Trejo, O. Tecuatl, D. Jiménez, J. Muriel, S. (2005). *Educación Creativa Proyectos Educativos*. ed. Euroméxico: México. p, 19-36.
- Trigo, E., y otros. (1999). *Creatividad y motricidad*. Barcelona: INDE Publicaciones.
- UNCTAD (2010): *Economía Creativa. Una opción factible de desarrollo*. *Políticas Culturais em Revista*, 2(8), p. 188-215, 2015-
www.politicasculturaisemrevista.ufba.br
- UNESCO (2013). *Informe sobre la Economía Creativa. Edición Especial*.
- Unesco. (s.f.) *Ciudades Creativas*. Recuperado el 29 de octubre de 2023, de Unesco:
- UNESCO. 2010. *Comprender las industrias creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas*. Recuperado el 22 de Junio de 2012, de UNESCO:
http://portal.UNESCO.org/culture/en/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf
[f/cultural_stat_es.pdf](http://portal.UNESCO.org/culture/en/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf)

Anexos

Anexo 1. Modelo de los círculos concéntricos



Anexo 2: Protocolo de entrevista semiestructurada a informantes claves

Objetivos:

Identificar los sectores creativos que interactúan en la ciudad de Cienfuegos

Determinar los ámbitos creativos básicos presentes en la ciudad de Cienfuegos

Jerarquizar las industrias culturales y creativas en la ciudad de Cienfuegos

Describir las interrelaciones existentes entre las industrias culturales y creativas en la ciudad de Cienfuegos

Nombre:

Grado académico o científico:

Años de trabajo en el Centro: Cargo:

Años de experiencia en el cargo:

Líneas temáticas:

Experiencia y trayectoria en el sector

Desafíos y oportunidades de estas industrias

Su impacto en la comunidad

Políticas y regulaciones en relación a estas industrias

Colaboraciones con otros sectores

Anexo 3: Protocolo de entrevista estructurada a sujetos tipo

Objetivos:

Identificar los sectores creativos que interactúan en la ciudad de Cienfuegos

Determinar los ámbitos creativos básicos presentes en la ciudad de Cienfuegos

Jerarquizar las industrias culturales y creativas en la ciudad de Cienfuegos

Describir las interrelaciones existentes entre las industrias culturales y creativas en la ciudad de Cienfuegos

Líneas Temáticas:

Atributos más representativos de la ciudad

Sectores más representativos de la ciudad

Obstáculos para el acceso a la cultura

La comunicación en los procesos de gestión de estas industrias

Anexo 4: Cuestionario a la ciudadanía

Objetivos:

Identificar los sectores creativos que interactúan en la ciudad de Cienfuegos

Determinar los ámbitos creativos básicos presentes en la ciudad de Cienfuegos

Jerarquizar las industrias culturales y creativas en la ciudad de Cienfuegos

El siguiente cuestionario se dirige a la población cienfueguera, y forma parte de una investigación a favor de Trabajo de Diploma sobre las Industrias Culturales y Creativas de la ciudad de Cienfuegos. Le garantizamos que sus respuestas serán tratadas de formas confidenciales y utilizadas únicamente para los fines de esta investigación. Le agradecemos de antemano su colaboración.

1. ¿En qué sector creativo trabajas o estas involucrado en la ciudad?

- Industria del cine y TV
- Música
- Diseño gráfico
- artes escénicas
- artes visuales
- publicidad y marketing creativo
- Arquitectura y diseño urbano
- artes literarias
- videojuegos y desarrollo de software
- artesanía y diseño de objetos
- Ninguno

2. ¿Cuál de estos espacios o eventos creativos consideras populares para la interacción entre los diferentes sectores de la ciudad?

- Centros culturales y espacios multidisciplinarios
- Festivales culturales y artísticos
- Ferias y mercados de diseño
- Espacios de entornos creativos compartidos
- Conferencias y encuentros creativos
- Programas de incubación y aceleración de proyectos creativos
- Eventos y encuentros de profesionales

3. Señale mediante que vías la interacción entre sectores creativos beneficia a la ciudad en general

- Fomentando la colaboración y sinergia entre sectores creativos
- Estimulando la economía local

- Creando un entorno cultural vibrante
 - Impulsando la innovación y el desarrollo
 - Promoviendo la formación de redes y el intercambio de conocimientos
4. ¿Cuál de estos consideras que son los principales espacios o centros creativos en la ciudad?
- Galerías de arte
 - Estudios de diseño
 - Teatros
 - Estudios de grabación
 - Centros de tecnología (Ej en realidad virtual, videojuegos, animación)
 - organizaciones que apoyan el desarrollo y crecimiento de emprendimientos
 - ninguno
5. ¿Cuál de estas tendencias creativas consideras que están emergiendo en la ciudad?
- Arte urbano. Ej graffitis, murales
 - Sostenibilidad y arte medioambiental
 - Tecnología y arte digital (Ej la realidad virtual, la Inteligencia Artificial)
 - La moda y la utilización de materiales reciclados y practicas sostenibles
 - Colaboraciones de artistas y creativos
 - Representación y visibilidad de comunidades marginadas y minoritarias a través del arte y la cultura
 - Ninguna
6. ¿Cuál de estos impactos crees que tienen los sectores creativos en la economía local de la ciudad?
- Generación de empleo
 - Atracción turística
 - Revitalización urbana
 - Innovación y emprendimiento
 - Exportación de productos culturales
 - Ninguno

7. ¿A través de que formas existen colaboraciones entre los sectores creativos y las comunidades locales en la ciudad?

- Proyectos de arte comunitario
- Programas educativos y talleres
- Eventos culturales y festivales comunitarios
- Proyectos de revitalización urbana
- Iniciativas de emprendimiento creativo
- Ninguno

8. ¿Cuál de estas ICC identificas latente en la ciudad ?

- Industria del cine y audiovisual
- Industria musical
- Industria editorial y del libro
- Industria de las artes visuales
- Industria teatral y de espectáculos en vivo
- Industria de los videojuegos
- Industria de la moda y el diseño
- Industria del turismo cultural (patrimonio cultural, historia)

9. Marque según considere, el impacto que tienen las interrelaciones entre las ICC con nuevos productos o servicios en la ciudad?

- Estimulación de la creatividad fomentando la colaboración y el intercambio de ideas
- Fusión de varias disciplinas
- Desarrollo de tecnologías y plataformas innovadoras para mejorar experiencias en los usuarios
- Colaboración entre empresas y profesionales

10. Señala cuales son las principales barreras que limitan las interrelaciones el desarrollo entre las ICC

- Barreras estructurales y organizacionales (falta de espacios físicos y virtuales, de estructuras institucionales que promuevan la relación entre los sectores)
- Barreras geográficas y de proximidad (falta de proximidad entre empresas y profesionales)

- Barreras financieras (escaso financiamiento)
- Barreras legales y de propiedad intelectual (regulaciones en áreas como derechos de autor y licencias)
- Barreras culturales y de percepción (diferencia de enfoques, normas y expectativas entre sectores creativos)
- barreras de conocimientos y habilidades (falta de comprensión sobre beneficios y mejores prácticas de estas industrias)
- Barreras de competencia y rivalidad entre las empresas profesionales

11. ¿Cuál de estos atributos consideras representativos de la ciudad?

- Cultura y patrimonio
- Infraestructura y servicios
- Economía y oportunidades
- Calidad de vida
- Diversidad e inclusión
- Innovación y creatividad
- Conectividad y sostenibilidad
- Ninguno

12. ¿Cuál de estos sectores cree usted que impulsan la actividad creativa?

- Artes visuales
- Cine y medios audiovisuales
- Música y espectáculos en vivo
- Diseño y moda
- Literatura y publicación
- Arte escénico y teatro
- Nuevos medios y tecnología
- Ninguno

13. ¿Cuáles a consideración de usted son las potencialidades de la ciudad?

- Infraestructura local
- Diversidad cultural
- Talento creativo

- Instituciones educativas y programas de formación
- Eventos culturales y festivales
- Apoyo gubernamental y políticas culturales
- Disponibilidad de espacios creativos
- ninguno

14. ¿Cuál de estas instituciones consideras que están más implicadas en relación con las ICC?

- Ministerios y organismos gubernamentales
- Consejos y comisiones culturales
- Instituciones educativas y académicas
- Organizaciones culturales y artísticas
- Agencias de financiamiento y fundaciones
- Organizaciones profesionales y gremios
- Centros de innovación y emprendimiento

Anexo 6: Temas para el desarrollo de la entrevista en profundidad a informantes claves

Aportes al desarrollo cultural de la ciudad

Apoyo gubernamental o de financiamiento

Significación de la innovación y el emprendimiento para la ciudad

Colaboraciones entre sectores creativos y las comunidades

Contribución del arte a la revitalización urbana