



Dirección de Prensa

**Discurso de S.E. la Presidenta de la República,  
Michelle Bachelet Jeria,  
en lanzamiento del Plan Nacional de Fomento a la Economía  
Creativa**

Santiago, 2 de Mayo de 2017

Amigas y amigos:

Chile ha sido construido, lo sabemos bien, con el esfuerzo de sus trabajadores y profesionales, de sus mujeres, de sus campesinos y mineros.

Y junto a ellos y ellas estuvieron siempre las cantoras, los poetas populares, los artesanos que labraban estribos y espuelas, las tejedoras de mantas y ponchos, los creadores de chupallas y bonetes maulinos, los talladores de santos, los pintores como José Gil de Castro, y la constelación de nuestros poetas.

Hace unos días, inaugurando una exposición que reúne las obras de José Balmes, Gracia Barrios, Roser Bru y Guillermo Núñez, dije que los artistas chilenos no son sólo hijos de nuestra democracia –y digo esto porque son las palabras con que se presentó Gabriela Mistral cuando recibió su Premio Nobel de Literatura- sino también, los artistas chilenos son forjadores, son padres, tíos y primos hermanos de esa democracia tan querida para los chilenos y chilenas.

Porque ellos, al igual que los pirquineros, mariscadores, navegantes de los canales patagónicos, geólogos o ingenieros, han contribuido con su tarea, con la belleza que producen, con sus obras, a hacer de





Dirección de Prensa

Chile el país más próspero, libre y confiado en su futuro que vemos hoy.

Un país donde cada día más, los oficios vinculados a la cultura crean empleo, dinamizan nuestra economía, pero además, contribuyen a configurar nuestra identidad y nuestra imagen en el mundo. Y así lo hicieron en su momento Mistral y Neruda, Violeta Parra y Víctor Jara. Y lo hace hoy un clan de organilleros, una pequeña productora audiovisual, una editorial o una compañía de teatro. Y esperamos que el Cinemóvil también.

“Porque de todo elemento el hombre –y la mujer, si me lo permiten- es un creador”, como nos enseñó, precisamente, Víctor.

Y es aquí donde resulta clave este Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa que presentamos hoy, trabajado muy acuciosamente por todos los sectores involucrados, como nos acaba de contar el ministro Ottone, desde el Instructivo Presidencia del 2015.

¿Por qué necesitábamos un Plan de Fomento a la Economía Creativa?

No sólo porque nuestra patria ha sido desde siempre un terreno fértil para la música, la poesía, la narrativa o, ya entrado el siglo XX, el cine y las hoy llamadas artes mediales, el diseño o la edición, y ello merece, desde luego, reconocimiento y apoyo.

Era necesario, también, porque requerimos urgentemente diversificar nuestra economía, agregar valor a nuestras exportaciones, explorar nuevos caminos productivos. En suma, generar nuevas posibilidades de crecimiento económico y desarrollo sustentable, elevando la productividad y la competitividad de nuestras empresas.

Y los bienes culturales tienen hoy el amplio potencial en los mercados globalizados, donde dominan cada vez más los llamados “bienes





Dirección de Prensa

simbólicos”, compuestos casi exclusivamente de inteligencia y cooperación humana.

Como ustedes verán en el capítulo 4 del Plan, en términos de valor agregado, el sector creativo representa un 2,2% del Producto Interno Bruto de Chile, comparado con un 0,4% del sector pesquero, por ejemplo, que agrega menos valor, puesto que en su mayoría consiste en exportación de productos no elaborados.

Y desde el punto de vista del empleo, ya mencionaba también algo el ministro, un 6,7% del total de la fuerza de trabajo al año 2015 estaba vinculada al mundo de la creación, es decir, casi medio millón de personas. Y ellos requieren de una activa política de fomento productivo, mayor vinculación con el sector privado tradicional y también, como nos decía el ministro, apoyo para su internacionalización.

Por eso que este Plan Nacional para el Fomento de la Economía Creativa está estructurado en torno a tres ejes o lineamientos estratégicos fundamentales.

Primero, el fomento para un desarrollo sostenible de los proyectos e iniciativas creativas y culturales. Y obviamente implica acciones, iniciativas y programas vinculados al fomento a la producción, comercialización y difusión, tanto en Chile como fuera de Chile, de la oferta de la economía creativa.

Para entenderlo bien, ésta es el área que tradicionalmente ha fomentado y financiado el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes desde su creación, el año 2003. El objetivo, de aquí al 2022, es contar con al menos dos instrumentos focalizados en la economía creativa en instituciones distintas al Consejo Nacional, y aumentar en al menos un 50% la exportación de servicios creativos.

Y ya hay, por cierto, iniciativas concretas en esta línea. Una de ellas, en CORFO, es el Programa IFI, de Apoyo a Inversiones Audiovisuales





Dirección de Prensa

de Alto Impacto, que atraerá inversión extranjera, promoviendo el desarrollo de la industria audiovisual nacional, con un subsidio de un 25% para series de televisión y un 30% para películas, con un tope máximo de 3 millones de dólares en cada caso.

Las producciones que postulen a esta línea de financiamiento deberán hacer un gasto calificado mínimo en Chile de 2 millones de dólares. Habrá una modalidad especial de IFI Inversión Tecnológica, y se contempla el cofinanciamiento de servicios de producción y postproducción audiovisual, con énfasis en el desarrollo de servicios profesionales y técnicos.

Del mismo modo, ProChile trabaja ya impulsando la creación de marcas sectoriales en las áreas de música y artes escénicas, y en la generación de capacidades para participar en mercados internacionales de los respectivos sectores.

Un segundo eje o línea estratégica es la profesionalización y promoción de la asociatividad. Cuatro de cada 10 personas empleadas en oficios creativos no cuentan con contrato de trabajo indefinido y derechos asociados, como previsión y salud. Y eso tiene que cambiar, sobre todo porque hablamos de un sector esencialmente capaz de generar emprendimientos y nuevos proyectos.

Entonces, impulsar la formalización, la asociatividad y las habilidades de gestión, promoverá el desarrollo sustentable y sostenible del sector.

Queremos, por ejemplo, que de aquí al 2022 aumente la formación profesional y técnica ligada a la economía creativa, a través de un incremento de un 10% en la cantidad de carreras del área en regiones como Arica y Parinacota, Tarapacá, Aysén y Magallanes.

En tercer lugar, debemos fomentar y hacer crecer el conocimiento sobre las particularidades, realidades y ventajas comparativas de la economía creativa. Porque sólo así vamos a poder diseñar mejores





Dirección de Prensa

políticas públicas, que sirvan realmente al sector, y ayudar a los privados a tomar decisiones en esta área.

Y esto, que pudiera sonar un poquito abstracto, tiene correlatos muy precisos en la cruda realidad de la actividad económica.

Por ejemplo, la generación de contenidos intangibles, como la difusión de música a través de Internet o la creación de videojuegos, no existen como actividad económica para el Servicio de Impuestos de Internos o el Servicio Nacional de Aduanas, y muchos de los profesionales del sector tienen que registrar su actividad económica como “servicios personales no clasificables”.

Necesitamos saber más de ellos, de sus necesidades y fortalezas, para que la economía creativa llegue a tener el papel que le corresponde en un Chile que cada día se vincula al comercio internacional de servicios, y donde precisamente lo intangible va ganando terreno día a día.

Amigas y amigos:

En su ya célebre entrevista con la televisión suiza, a mediados de los 60, le preguntaron a Violeta Parra con cuál de los medios de expresión que usaba -la canción, el bordado, la pintura, la poesía popular- se quedaría, si tuviera que escoger sólo uno. La respuesta de Violeta da la medida de su grandeza: “Elegiría quedarme con la gente”, dijo esa vez.

Y si traigo esta historia al presente, es porque me parece que encierra una enorme verdad, muy pertinente para el tema que nos ocupa, porque estamos hablando de fomentar, precisamente, la creación, la diversidad, la pluralidad de iniciativas en el ámbito de la cultura y la creación.

Y la materia prima, la energía, de la creación cultural es la gente. Detrás de cada iniciativa cultural, de cada emprendimiento creativo,





Dirección de Prensa

están personas que crean y colaboran entre sí: nuestras mujeres y jóvenes, nuestros artistas, nuestros artesanos, nuestros diseñadores y programadores. A ellos les debemos una política potente, que los lleve a convertirse en actores relevantes de una economía más rica y diversa, con mayor valor agregado, que muestre al mundo la enorme creatividad de la gente de Chile.

Muchas gracias.

\* \* \* \* \*

Santiago, 2 de Mayo de 2017.  
MIs/lfs.

