

ECONOMÍA CREATIVA: DE MATERIAS PRIMAS A DISEÑO CON VALORES CULTURALES

[CREATIVE ECONOMY: FROM RAW MATERIALS TO DESIGN WITH CULTURAL VALUES]

FLORENCIA ADRIASOLA*

*
Florencia Adriasola
Académica Universidad Diego Portales
Facultad de Arquitectura, Arte y Diseño
Escuela de Diseño
Santiago, Chile

REVISTA 180

Resumen: Este artículo, reflexiona acerca de la creciente integración de las economías de América Latina con Asia, debido principalmente a sus exportaciones de recursos naturales. Este intercambio genera oportunidades, pero siendo economías basadas en recursos finitos y carentes de valor emocional, también implica riesgos.

Para esto se revisan teorías de Donald Norman y Bruno Latour, tomando como caso central de estudio la economía chilena, la que ha florecido, pero ha dependido fundamentalmente de solo un *commodity*: el cobre; que tiene a China como su mayor comprador. Esta dependencia implica una vulnerabilidad frente al gigante asiático.

Sin embargo, este gran mercado ofrece a Chile la posibilidad de adquirir capital para invertir en otros sectores. Así, se podrían mitigar eventuales crisis vinculadas con el material, creando exportaciones que incorporen narrativas locales y enriquezcan el imaginario país.

De esta forma, se puede concientizar sobre sus territorios y habitantes, evitando su invisibilización. Las industrias creativas como el diseño, pueden exportar productos que incorporen narrativas culturales, generando así oportunidades para las economías locales. Se trata de aprovechar los ingresos de las ventas de materia prima para diversificar los tipos de exportaciones, ayudando así a mitigar posibles crisis basadas en la dependencia de estos materiales.

Palabras Clave: Materia prima / cobre / dependencia económica / diseño

Abstract: This article presents theories by Donald Norman and Bruno Latour in order to reflect upon the increasing integration of Latin American economies with Asian economies mainly regarding their natural resources exports. This exchange generates opportunities, but since these are economies based on finite resources lacking emotional value, it also implies risks.

Although other examples are reviewed, the main study case is Chile's economy, an economy that has flourished, but has relied upon one main commodity, copper, having China as its main buyer. This implies dependence and vulnerability before the Asian giant.

However, this large market provides Chile the possibility to acquire capital for investment in other sectors and diversify their industries; thus, possible crises related to material will be mitigated creating exports that incorporate local narratives and enrich the country worldview. In this way, awareness may be raised regarding their territories and inhabitants by giving them recognition and protection and avoiding their invisibility. In this respect, creative industries such as design, by incorporating cultural narratives, may contribute to exports and generate greater possibilities for success in local economies.

To sum up, it means to benefit from the income generated by raw material exports to diversify the type of exports and; therefore, help mitigate probable crises based on the dependence on these materials. Creative industries such as design may help the market expansion as well as value transfer of raw materials into added value products that integrating the country narrative and generate more recognition abroad.

Keywords: Raw material / copper / economic dependence / design

Una economía basada en materias primas trae consigo algunos riesgos. Bruno Latour (filósofo, antropólogo y sociólogo) vincula la psicología con el crecimiento económico. Plantea que nuestro modelo económico está basado en el crecimiento y, por ello, los políticos e inversionistas actúan como si el medioambiente y sus recursos no fueran afectados (Latour, 2011). Es imperativo entender que se necesita un equilibrio y que los recursos son finitos. Latour sostiene que no queremos aceptar el hecho de que la actividad humana es la causa principal del cambio climático y señala que no es raro que frente a esta nueva desconexión, pasamos de admirar las fuerzas de la naturaleza al completo desaliento; e incluso a escuchar a quienes niegan el cambio climático. Para él, la economía no es la base del mundo que ha sido expandida gracias a la globalización, sino un cáncer cuyas metástasis poco a poco han comenzado a infectar a toda la Tierra (Latour, 2013). Ejemplos como Venezuela y Chile son interesantes para explicar los riesgos y oportunidades de los intercambios basados en recursos naturales, especialmente cuando se enfocan en solo una materia prima.

De acuerdo con lo descrito por Mark Turner (2006), analista en mercados latinoamericanos para Hallgarten and Company en EconoMonitor, Venezuela basa su economía en un solo *commodity*: el petróleo. El Banco Central de Venezuela (BCV), menciona que el 35% del PIB fue obtenido del petróleo. El país depende en este material, tal como Chile depende del cobre. Menciona que desde 2004, la composición de las exportaciones chilenas de cobre han variado de un 35%, 40% del total a un 60% a fines de

2007. También, el Banco Central de Chile (BCCCh) menciona que la exportación de cobre representa el 35% del total de PIB, y que este proviene de la Empresa Estatal del Cobre (Codelco) y empresas privadas. Vicente Mira (2016) (Vicepresidente ejecutivo del Comité de Inversiones Extranjeras en Chile, CIEChile), afirmó que las economías de ambos países siguen estando sujetas a las exportaciones de estas materias primas, sin embargo, la estrategia de inversión chilena ha cambiado, como se menciona al final de este artículo.

Por otra parte Asia es el factor principal del crecimiento de algunos países en América Latina, siendo esta región su mayor comprador de recursos naturales. Julia Strauss (2012) (catedrática de Políticas Chinas en el Departamento de Política y Estudios Internacionales y miembro del Centro de Estudios Chinos en SOAS de la University of London), menciona que desde principios de los noventa, Asia y América Latina han sido los principales actores de un extraordinario movimiento global hacia acuerdos multilaterales. Estos incluyen organizaciones para promover o poner en práctica los acuerdos de libre comercio, como el Mercado Común del Sur (Mercosur), la Comunidad Andina en América Latina (CAN), la Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) y la Shanghai Security Organization (SCO), con lo que se han facilitado las negociaciones y acuerdos entre estos continentes. Por otra parte, la Asia Pacific Economic Cooperation (APEC) busca servir como un puente entre las dos regiones.

Strauss menciona que la participación de China en América Latina se ha incremen-



Salitrera La Noria, Tarapacá, ca. 1910. Fuente: Memoria Chilena.

tado dramáticamente. Ella afirma que en los últimos años, este país pasó de no tener presencia y mención en América Latina a ser el principal o segundo socio comercial de importantes economías como Brasil, Perú y Chile (2012).

El caso chileno se examinará en profundidad para explicar los riesgos y las oportunidades de una economía basada en recursos naturales, es decir, un país que tiene sus "cartas" puestas en una sola materia prima y a una única potencia (China) como su mayor comprador.

Steven Anderson (Director de Global Human Resources Modular Mining Systems) (2012), explica que Chile es el principal proveedor mundial de cobre, por ejemplo, en el año 2010 aportó sobre el 34% de la oferta internacional. Por otra parte, como se puede observar en el siguiente gráfico, entre los principales receptores de las exportaciones chilenas están Asia con un 48% seguido de Europa con un 20%. La Comisión Chilena del Cobre, CoChilco, expresó que esto ocurre principalmente porque estos compran cobre para la electrificación de nuevas urbanizaciones, lo que Anderson también confirma, mencionando adicionalmente la necesidad del recurso para fabricar productos como computadoras, autos, etc.

El Programa de Fomento a las Exportaciones Chilenas, ProChile, por su parte, menciona que en el 2011 Chile exportó un total de 81.411 millones de dólares, de los cuales 40.333 millones de dólares provenían del cobre.

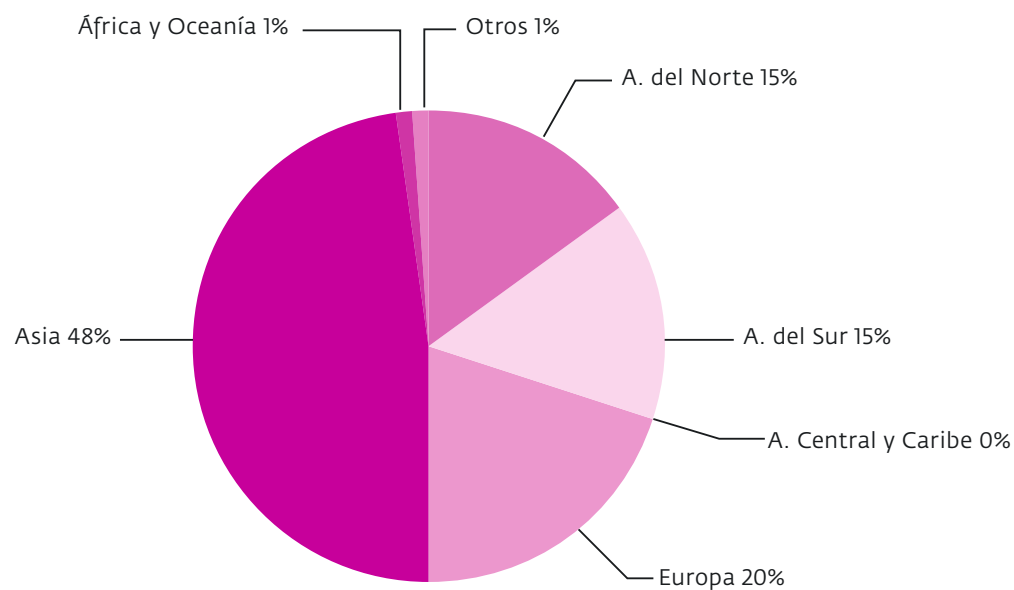
Por otra parte, la Central de Inteligencia de los Estados Unidos, CIA, afirma que de 223 países exportadores en el mundo, Chile está en el n° 44, y su posición compite con países que tienen extensos territorios y población como Estados Unidos o China (CIA, 2013).

Aunque es una posición importante, como comenta Juan Pablo Glasinovic (ex Director de Asuntos Públicos, Fundación Imagen de Chile) el país aún no ha ganado gran reconocimiento en el extranjero (Glasinovic, 2010).

Es interesante revisar que la mayoría de sus exportaciones son materias primas. Estas no están relacionadas con las emociones o los valores inmateriales, ya que son productos genéricos que carecen de identidad y que se venden principalmente por ser más baratos. Luego, no ayudan a crear una imagen fuerte del país en el exterior, y como consecuencia, hay menos interés por parte de los extranjeros.

La historia ha demostrado que depender de un solo recurso es arriesgado, ya que diferentes factores, como la sustitución tecnológica, pueden cambiar la situación rápidamente. Esto sucedió en Chile con el salitre, cuando a principios del siglo XX el país dependía de este recurso y Alemania, debido a la necesidad impuesta por el bloqueo británico, desarrolló su propio salitre artificial (Maskaev, 2001).

Afortunadamente para el país, el cobre comenzó a ser relevante, ayudando a mitigar los impactos de la crisis del salitre. Por lo tanto, es definitivamente importante



Florencia Adriasola Diseñadora, máster en Innovation Management en Central Saint Martins, Londres, Reino Unido. Ha trabajado en la Dirección de Promoción de Exportaciones de Chile en el Reino Unido (ProChile), donde apoyó durante tres versiones consecutivas la preparación y participación de diseñadores chilenos en el London Design Festival. Impartió clases durante cinco años en la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC), donde también participó de distintos proyectos y actividades. En la actualidad es docente en la Universidad Diego Portales.

Florencia Adriasola Designer, master in Innovation Management from Central Saint Martins, London, United Kingdom. Florencia has worked at the Export Promotion Management of Chile in the United Kingdom (ProChile) where she provided assistance in three consecutive versions for the preparation and participation of Chilean designers at the London Design Festival. She was a professor at the Pontifical Catholic University of Chile (PUC) where she also took part in various projects and activities. At present, she is a professor at the Diego Portales University.

prever estos posibles riesgos y pensar en invertir en otras áreas que podrían amortiguar estas situaciones. Esto es especialmente válido si se considera que el salitre y el cobre son *commodities* sin valor agregado.

El salitre dejó lugares dedicados a su explotación como ciudades fantasmas, tales como Humberstone y Santa Laura, que en el año 2005 se convirtieron en parte de las áreas protegidas Unesco (Unesco, 2003-2005). Estas actividades pueden tener conexiones emocionales al asociarse con las historias que hay detrás de la extracción, el relato de sus trabajadores o si se trabaja con ellas desarrollando productos que integren estas narrativas como valor agregado.

Un caso ilustrativo de lo anterior es lo ocurrido en la mina San José. En agosto de 2010, 33 mineros quedaron atrapados a 720 metros bajo la superficie, por 70 días antes de ser rescatados. La organización Fundación Imagen Chile (2010) menciona que las redes sociales nombraron este evento más de tres millones de veces; y hubo casi 12.000 fotografías publicadas directamente relacionadas con Chile en una semana en Twitpic. Fue la primera vez que Chile era mencionado en esa escala masiva y mundial. El principal proveedor de video *streaming* en el mundo, Ustream, contabilizó 5,3 millones de visualizaciones del evento entre el 12 y 13 de octubre, más que la muerte de Michael Jackson (4,6 millones) y la toma de presidencia de Obama (3,8 millones).

Esta fundación también realizó un estudio en Brasil, donde, aunque no se menciona explícitamente, se hace muy evidente analizar cómo la percepción de los brasileños acerca de la minería chilena cambió un año antes y después del incidente en la mina San José. Es posible observar que la conciencia de Chile como país minero es mucho mayor. Esto lleva a pensar que el impacto emocional del evento de los mineros generó mayor reconocimiento y consagró a la minería como una actividad propia del país.

Las teorías de ciencia cognitiva de Donald Norman (Director del Design Lab en la Universidad de California en San Diego y autor del libro *Emotional Design*) respaldan la relevancia que los valores inmateriales pueden tener sobre los productos. Lo importante son las asociaciones que tienen las personas con los objetos y los recuerdos que evocan, (Norman, 2004). Más allá del producto, esas conexiones constituyen parte fundamental de la toma de decisión del consumidor.

Se puede deducir que si hay una conexión emocional con un país, se tendrá una opinión y se preferirá comprar objetos que representen el estilo de vida de dicho país. Los consumidores compran cosas con significado para ellos. Los estilos de los objetos que se decide comprar y mostrar, reflejan una opinión pública (Norman, 2004).

Se concluye que las narrativas emocionales pueden sumarse a actividades relacionadas con la extracción de algún *commodity*, pero la

SECTORES PRODUCTIVOS ASOCIADOS A CHILE

Minería	2009 %Sí	2011 %Sí
Forestal	5%	(*)
Pesca	13%	(*)
Agricultura	5%	(*)
Vinos	37%	67%
Servicios financieros	9%	22%
Construcción e inmobiliarias	7%	(*)
Comercio	10%	(*)
Transporte	10%	21%
Servicios educacionales	15%	33%
Servicios de salud	11%	27%
Turismo	17%	40%
Minería	9%	60%
Ganadería	4%	13%
Artesanía	14%	35%
Tecnología	8%	(*)
Hoteles y restaurantes	10%	(*)
Energía y combustibles	5%	(*)
Telecomunicaciones	8%	22%

Compradores de Chile (2010-2011)
Fuente: Banco Central, 2012a.

(*) Atributos no preguntados de la misma manera que en 2009



Made in Mimbres, afiche realizado por The Andes House en el London Design Festival, 2011. Fuente: The Andes House, 2011b.

Made in MIMBRES



conexión es mayor si está relacionada con productos de uso habitual, por ejemplo un par de zapatos, un par de lentes, etc. Al extender esto a un territorio, podemos otorgar narrativas emocionales conectadas a los países.

El *branding*, usa también las narrativas emocionales vinculadas con los territorios para promocionar sus productos, por ejemplo, en el mercado del vino. Acerca de este tema, Daisy Dawson y la Dra. Joanna Fountain (2011) plantean que es relevante crear conexiones con los territorios ya que los consumidores se deciden por un producto u otro debido a las conexiones emocionales que narran estos territorios.

Si se comparara el alto reconocimiento que tiene Chile en el mercado internacional del vino en relación con su exportación en cobre la diferencia es evidente. Se observa que las exportaciones de vino alcanzan los 1.732 millones de dólares en contraste con los 40.333 millones que genera el cobre. A pesar que la exportación de vino es muchísimo menor que la exportación de cobre, la primera es más reconocida en el exterior como un producto proveniente de Chile, ya que utiliza narrativas que evocan a su tierra y trabajadores. Estudios realizados por la Fundación Imagen de Chile en 2010, muestran una serie de siete países encuestados que, en su mayoría, asocian a Chile con la producción de vino

y muy poco al cobre. Así, el vino se ha vendido con una conexión emocional vinculada con Chile y que la gente puede recordar más que el cobre.

Por otra parte, las industrias creativas como el diseño también pueden aportar al reconocimiento del país, usando materias primas locales que son altamente exportadas como el cobre y la madera. Ejemplos pioneros de esto son las empresas de diseño chileno que trabajan con el reconocimiento y el enriquecimiento del patrimonio para reinventar, interpretar, integrar o crear lo que podría llamarse nueva tradición, añadiendo valor a los productos de exportación que están menos presentes en el inconsciente colectivo fuera del país.

Estudios de diseño como *bravo!* han creado colecciones como *La familia*, en las que utilizaron materiales típicos de Chile, como cobre y madera de *lenga*. Estas se enfocaron en el rescate de técnicas de carpintería propias de Chile, pero desde códigos propios del diseño nacional que logran revitalizar las tradiciones. Este y otros trabajos del estudio, que tienen la misma filosofía en cuanto al uso de materiales y de narrativas locales, se han exhibido en varias ocasiones en el London Design Festival, y otros festivales en el extranjero, como el Salone Internazionale del Mobile Milano, Stockholm Furniture Fair, WantedDesign New York, entre otros (Bravo, 2016).

El estudio The Andes House, y su submarca Made in Mimbres, también usan materiales típicos, reinterpretando y reinventando el legado de la artesanía tradicional. Se incorpora así la identidad chilena y se preserva el conocimiento de generaciones de artesanos (Made in Mimbres, 2010). Este estudio ha representado a Chile en el London Design Festival, la Bienal Iberoamericana en Madrid, MALBA en Buenos Aires, Stockholm Furniture Fair y Llavorettes en Valencia, entre otros (Dirac, 2012).

La exposición internacional que han logrado estos trabajos es una gran oportunidad para el país y para las industrias creativas. Es importante apoyar estas iniciativas que crean "embajadores" chilenos, cuyos productos capturan el interés de la gente, fortaleciendo una mayor conciencia del país en el exterior. Por otra parte, de forma colateral, ayudan a proteger a sus habitantes y territorios, al no quedar invisibilizados.

Chile podría invertir en innovación en diseño, para así ayudar a diversificar el mercado y dejar de ser una economía dependiente de las materias primas. Como afirma Latour (2014), tenemos que considerar una posible catástrofe para salvaguardar nuestro futuro.

Se debe agregar que el escenario chileno ha cambiado, lo que confirma los argumentos expuestos. Según Mira (2016), Chile ha comenzado a moverse hacia una economía del conocimiento, evitando depender de las materias primas como el cobre, y se ha



La Familia. Fuente: bravo!, 2012.

centrado más en reforzar el valor añadido y los servicios. Ejemplo de ello es el aumento de la inversión en educación.

CONSIDERACIONES FINALES

Las economías de América Latina, están experimentando una mayor integración con Asia, pero este intercambio se basa principalmente en recursos naturales. Esto implica oportunidades y riesgos. Ejemplo de ello es la economía chilena, que ha sido estable y floreciente, pero basada en bienes que se exportan a gran escala, especialmente en el caso del cobre, que representa más de un tercio de la oferta mundial, y cuyo principal comprador es China, lo que genera dependencia de este país. A pesar de su importante presencia como exportador a nivel mundial, Chile no logra destacarse, al no poder integrar narrativas emocionales en su producción. Sin embargo, estos ingresos ofrecen la posibilidad de invertir en otros sectores como el diseño y así diversificar las industrias, las que a su vez pueden integrar valor cultural y contribuir al reconocimiento internacional de la identidad del país.

En síntesis, las industrias creativas como el diseño pueden convertirse en actores importantes que añadan valor emocional a las materias primas. Además, crean una imagen cultural más fuerte en el extranjero y conectan estas materias primas con su tierra de origen, ampliando también las oportunidades para los trabajadores locales al llegar al mercado internacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bravo, Rodrigo (rbravo@bravo.io). (2016, Mayo 10). Sobre bravo!. E-mail a Adriasola, Florencia (florenciadriasola01@gmail.com).
- Chadwick, E. (2013). *La gestión de la marca país en la perspectiva de la diplomacia pública*. Recuperado de <http://www.imagendechile.cl/wp-content/uploads/2013/08/FICH-Presentacion-Seminario-ACADE-VL-Agosto-2013.pdf>
- Central de Inteligencia de los Estados Unidos, CIA (2013). *The world factbook*. Recuperado de <https://www.cia.gov/library/publications/the-worldfactbook/rankorder/2078rank.html>
- Comisión Chilena del Cobre, Cochilco. (2010). *Recopilación de estudios 2010, mercados e insumos estratégicos para la minería en Chile*. Recuperado de <http://www.cochilco.cl/productos/pdf/libros/2010.pdf>
- Cohen, D., Dawson, D., & Fountain, J. (2011). *Place-based marketing and wine tourism: Creating a point of difference and economic sustainability for small wineries*. Recuperado de http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2011/09/63-AWBR2011_Dawson_Fountain_Cohen.pdf
- Davis, H. (2014). *Diplomacy in the face of Gaia, a conversation with Bruno Latour*. Recuperado de www.academia.edu/18880502/Diplomacy_in_the_Face_of_Gaia_A_conversation_with_Bruno_Latour
- Dirección de Asuntos Culturales, Ministerio de RR.EE, Dirac (2012). *Chilean design now! London Design Festival 2012*. Recuperado de http://diracpro.altavoz.net/prontus_dirac/site/artic/20121026/asocfile/20121026105828/press_release_2.pdf
- Fundación Imagen País. (2010). *Las impresionantes cifras de cobertura mediática en la mina San José, análisis cuantitativo*. Recuperado de <http://www.imagendechile.cl/las-impresionantes-cifras-de-cobertura-mediatica-en-la-mina-san-jose/>
- Fundación Imagen de Chile (2010). *Imagen de Chile en Brasil 2009-2011*. Serie de estudios imagen de Chile en países relevantes, 2009, 2011. Recuperado de <http://www.imagendechile.cl/wp-content/uploads/2012/10/Imagen-de-Chile-Brasil.pdf>
- Glasinovic, J. P. (2010). *La imagen externa de Chile*. Trabajo presentado en el IV Encuentro Educación y Minería Fundación Imagen de Chile. La Imagen Externa de Chile. Santiago de Chile.
- Latour, B. (2011). *Waiting for Gaia. Composing the common world through arts and politics*. Recuperado de http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/124-GAIA-LONDON-SPE-AP_0.pdf

- Latour, B. (2013). *An inquiry into modes of existence: An anthropology of the moderns*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University.
- Latour, B. (2014). *On some of the affects of capitalism*. Recuperado de <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/136-AFFECTS-OF-K-COPENHAGUE.pdf>
- Lüders, R. & Wagner G. (2003). Nitrate export collapse and the Great Depression: Trigger or chance? *Cuadernos de Economía*, 121, 796-802. Recuperado de <http://www.economia.puc.cl/docs/121luddec.pdf>.
- Maksaev, V. (2001). Nitratos y salares. Recuperado de <http://www.cec.uchile.cl/~vmaksaev/NITRATOS%20Y%20SALARES.pdf>
- Mira, B. (3 de febrero 2016). Entrevista con B Mira. Entrevistadora Florencia Adriaola.
- Monteon, M. (1982). *Chile in the nitrate era: The evolution of economic dependence, 1880-1930*. Madison: Universidad de Wisconsin Press.
- Norman, D. (2004). *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*. Nueva York. Basic Books.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura Unesco, (2003). *Humberstone and Santa Laura Saltpeter Works. World Heritage Scanned Nomination*. Recuperado de <http://whc.unesco.org/uploads/nominations/1178bis.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Unesco, (2005). *Twenty-four new sites added to World Heritage List*. Recuperado de <http://whc.unesco.org/document/5951>
- Programa de Fomento a las Exportaciones Chilenas, ProChile (2012). *The chilean economy: Facts and figures*. Recuperado de <http://www.prochile.cl/importadores/en/acerca-de-chile/informacion-economica.php>
- Anderson, S. (2012). *210 Minerals year book, Chile*. USGS, Science for changing world. Recuperado de <http://minerals.usgs.gov/minerals/pubs/country/2010/myb3-2010-ci.pdf>
- Strauss, S. (2012). Latin America and Asia: Globalization trumps power politics. *Hemisphere, A Magazine of the Americas*, 21, 6-8. Recuperado de https://lacc.fiu.edu/hemisphere/hemisphere_vol_21.pdf
- Turner, M. (2007). *Chile - Venezuela: The hidden weakness of a strong economy* EconoMonitor. 2007. Recuperado de <http://www.economonitor.com/blog/2007/11/chile-venezuela-the-hidden-weakness-of-a-strong-economy/#id-containe>