

La paradoja del espectáculo

Marlene Torrealba

Asociación Gremial de Empresas Productoras de Entretenimiento y Cultura (Agepec)



El reciente informe global de la Unesco encendió las alarmas: el sector creativo podría perder hasta un 24% de sus ingresos hacia 2028 debido al impacto de la inteligencia artificial generativa y la falta de políticas de protección. Es una advertencia para países como Chile, donde la cultura y el entretenimiento en vivo son motores de desarrollo que hoy enfrentan una encrucijada crítica.

La paradoja es evidente. Mientras el 85% de las naciones reconoce a las industrias culturales como un pilar estratégico, la financiación pública global no alcanza el 0,6% del PIB. En Chile, el Informe Anual 2025 de Agepec, elaborado junto a la CNC, muestra una industria que, con profesionalismo, sostiene un ecosistema vital bajo presión creciente.

En 2024, la actividad de espectáculos en vivo aumentó 6% en número de eventos, confirmando la demanda ciudadana por la música y la cultura. Sin embargo, la facturación total cayó 12,2% en el mismo

periodo. Hacemos más, con menos ingresos agregados.

No hablamos solo de entretenimiento. Es una cadena de valor que moviliza a más de 800 pymes y genera más de 160 mil empleos directos e indirectos. Además, es un espacio de empleabilidad formal: el empleo permanente creció 39% en el último año, reflejando un compromiso con la estabilidad laboral.

El informe internacional advierte que el crecimiento se concentra en servicios digitales, ampliando brechas. Frente a ello, el espectáculo en vivo en Chile actúa como contrapeso territorial. El 49% de los eventos de socios de Agepec se realizó fuera de la Región Metropolitana, con un crecimiento regional de 11%. En 2024 se alcanzó un récord de 1.391 proveedores únicos, dinamizando economías locales, turismo, gastronomía y transporte.

Si la Unesco alerta sobre pérdida de ingresos por disrupción tecnológica,

Chile debe fortalecer lo que la tecnología no reemplaza: la experiencia del “en vivo”. Pero eso exige marcos regulatorios acordes. Con una facturación de \$115.049 millones y una asistencia anual de entre 2 y 3 millones de personas -superior al fútbol profesional-, el sector sigue enfrentando financiamiento frágil y ausencia de objetivos culturales específicos en planes nacionales.

Anticipar la crisis proyectada no es simbólico, es económico. El éxito del *sponsorship* (que creció un 13,1% en 2024) demuestra que el sector privado cree en este modelo. Es hora de que el Estado y las políticas públicas reconozcan que la cultura en vivo no

es un gasto, sino una inversión estratégica que genera empleo, identidad y desarrollo territorial. Si no corregimos la tendencia y protegemos este ecosistema de pymes y trabajadores, el riesgo de contraer nuestro talento y financiamiento será, lamentablemente, una realidad inevitable.

“Es hora de que el Estado y las políticas públicas reconozcan que la cultura en vivo no es un gasto, sino una inversión estratégica”.