

LAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL FOMENTO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN AMÉRICA LATINA

Resumen

El artículo presenta el estado del arte o panorama de las políticas para el fomento de las industrias culturales y creativas en la región Latinoamérica, a través de la exposición de las políticas, planes y programas de cinco países: Argentina, Brasil, Colombia, Perú y Uruguay. Se propone comenzar con un marco teórico sobre las industrias culturales y las políticas culturales, que sirva para contextualizar al lector y finalizar con un análisis en clave de recomendación sobre dicho panorama.

Palabras claves: América Latina, economía creativa industrias culturales, políticas públicas.

Abstract:

The article presents an statement of public policies to promote cultural and creative industries in the Latin America region, through exposure of policies, plans and programs in five countries: Argentina, Brazil, Colombia, Peru and Uruguay. It is proposed to start with a theoretical framework on cultural industries and cultural policies, which serves to contextualize the reader and end with a discussion on key recommendation on that scene.

Key words: cultural industries, creative economy, Latin America, public policy.

Presentación

Finalizando los años 80s, el mundo occidental experimenta un cambio de paradigma en relación con los viejos modelos de economía y desarrollo, esto se da como respuesta al agotamiento de una serie de prácticas que han basado el devenir de esta parte del mundo en el recurso al capital físico (González, 2015). Bajo este panorama cobra vida el capital cultural y los recursos de la producción intelectual, como elementos fundantes para nuevos modelos. Es así que se empiezan a desarrollar una serie de proyectos tanto comunitarios como de orden institucional y desde la empresa privada, que ponen a la cultura y el patrimonio inmaterial de los pueblos en el centro de todas sus acciones. Coincide este cambio de paradigma con modelos neoliberales en algunos países de occidente, y en

especial en América Latina, de tal suerte que la cultura ingresa en nuestros discursos y políticas desde una visión de la gestión, muy ligada al emprendimiento y a los procesos autónomos de las personas y las comunidades. Esta confluencia de factores deviene en un sinnúmero de propuestas de emprendimiento cultural liderada por gestores en los territorios, así como por propuestas en las que inciden gobiernos y empresa privada que pretenden desarrollar y consolidar sectores como el de la industria fonográfica y la cinematográfica. Los gobiernos entonces se ven en la necesidad de generar políticas que comprendan y respondan a las demandas de un sector emergente, así como de aprovechar los recursos con que cuenta cada país para propiciar un desarrollo económico y social desde el campo cultural (González, 2015).

A partir de la comprensión de la cultura como recurso (Yúdice, 2008), del crecimiento acelerado de los emprendimientos y proyectos de industria cultural en Latinoamérica, se empiezan a generar una serie de transformaciones en las políticas públicas de los países, que comienzan con la creación de los Ministerios de Cultura y Secretarías Nacionales, e implica la inclusión de estos campos en los discursos y proyectos de las instituciones rectoras de cultura en cada país y la conformación de grupos de trabajo en dichas instituciones cuyo mandato es el fomento y desarrollo de estas industrias (González, 2015). Cada una de estas instituciones a nivel nacional, y en algunos casos como el del Gobierno de Buenos Aires a nivel local, tendrán entonces el mandato de diseñar e implementar los lineamientos de política pública, y fomentarán la articulación de instituciones gubernamentales y empresa privada que permitirán el desarrollo de tales industrias.

Argentina, Colombia, Brasil y Uruguay son algunos de los países que cuentan con estos grupos especializados, dedicados a generar lineamientos de política pública, diseñar planes y programas, e implementar de forma articulada con otras instituciones, iniciativas para el desarrollo de las industrias culturales en el país. En el caso de Argentina se cuenta con una Dirección bastante fortalecida y reconocida a nivel local desde el Gobierno de Buenos Aires, así como con una Dirección a nivel nacional desde el gobierno de la Presidencia; en Colombia se creó en 2008 el grupo de Emprendimiento Cultural; en Brasil existe la Secretaría de Economía Creativa del Ministerio de Cultura de Brasil; en Uruguay cuentan con el Departamento de Industrias Creativas del Ministerio de Educación y Cultura y en Perú con la Dirección de Industrias Culturales y Artes del Gobierno Nacional. Estas son las principales instituciones de los gobiernos a nivel de región que “evidencian la necesidad de comprender, impulsar y ayudar a consolidar un campo que emerge con fuerza y comienza a demandar respuestas a la institucionalidad: las industrias culturales y creativas” (González, 2015). Se reconocen entre los mismos países, como los casos más relevantes, el de Argentina con el fomento a los sectores audiovisual y musical, a lo que se suma el

Observatorio de Industrias Creativas de Buenos Aires; las políticas de economía creativa del gobierno federal de Brasil, y los proyectos y laboratorios de emprendimiento cultural del Ministerio de Cultura de Colombia, entre otros.

Por otro lado, en estos países se han adelantado esfuerzos para articular diferentes instituciones del Gobierno, como los ministerios o agencias de Trabajo, de Relaciones Exteriores, de Nuevas Tecnologías, que es en últimas la estrategia que ha permitido darle vida y a su vez consolidar un Ecosistema para las industrias culturales y creativas (González, 2014), posicionar sectores tradicionales, favorecer la aparición de otros emergentes, y generar más y mejores herramientas. “Estos desarrollos a nivel de política pública han estado ligados a casos exitosos, a proyectos piloto que hoy hacen parte de las políticas, a experiencias relevantes, que valdría la pena conocer, comprender y porque no, replicar, de acuerdo a las necesidades propias” (González, 2015).

En este sentido, este artículo propone realizar un recorrido por las instituciones y las políticas públicas para el fomento de las industrias culturales en cinco países de Latinoamérica – Argentina- Brasil- Colombia – Uruguay y Perú-, que responda a preguntas como ¿qué políticas existen? ¿cómo se implementan a nivel local? ¿cuáles son las principales estrategias desarrolladas por los gobiernos? ¿cómo se han enfrentado desde las políticas los desafíos que imponen las nuevas tecnologías? ¿quiénes son los principales aliados de los ministerios de cultura en cada país? ¿cuáles alianzas y articulaciones se dan en los diferentes casos?. Veremos que algunos países como Colombia, Argentina y Brasil, cuentan con políticas o planes propios y estructurados, mientras que Uruguay cuenta con algunos programas bandera y el Perú se encuentra articulado con programas internacionales que le permiten estructurar una propuesta que aun no cuenta con programas propios (González, 2015).

Las Industrias Culturales y Creativas

Aunque el término Industrias Culturales fue introducido por los filósofos de la Escuela de Frankfurt hacia finales de la primera década del siglo XX, nunca había tenido tanta relevancia como en nuestros días. Desde hace aproximadamente tres décadas se han vuelto cada vez más populares y generalizados los discursos tanto institucionales como no institucionales que ponen las obras de la propiedad intelectual, de la creatividad y la destreza en lugares privilegiados y en el centro de políticas y proyectos; todo el mundo habla de industrias culturales para referirse a todo tipo de proyectos que permitan generar algún tipo de rédito a partir del campo cultural.

Por otra parte, desde los 90s, hablamos además de industrias creativas, para referirnos a aquellas que “tienen su origen en la creatividad individual, la destreza y el talento y que tienen potencial de producir riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual” (UNESCO). Esta definición está mucho más relacionada con el desarrollo de la dimensión económica de la cultura que el término industrias culturales, pero además hace referencia a otro tipo de sectores creativos como el diseño, las nuevas tecnologías, la moda, la industria de la publicidad, entre otros.

Para evitar confusiones entre las tantas y posibles definiciones, la UNESCO decide proponer en 2009, una definición única para industrias culturales y creativas, comprendiéndolas como:

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, citado en González, 2015)



Como se explica en el documento que sustenta esta investigación y que será publicado por la Universidad EAN, además de la UNESCO, existen otras organizaciones multilaterales relacionados con la cultura, que también han propuesto definiciones, como lo son el Departamento de cultura, medios y deportes del Reino Unido (DCMS), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Organización de Propiedad Intelectual (OMPI)¹.

De acuerdo con el DCMS del Reino Unido:

Las industrias creativas son aquellas que están basadas en la creatividad, talento y habilidades individuales. Tienen el potencial para la creación de riqueza y empleo a través del desarrollo de la propiedad intelectual.

Mientras que, para la OMPI, las industrias protegidas por el derecho de autor son:

Las industrias que dependen principalmente del derecho de autor son aquellas que se dedican íntegramente a la creación, producción y fabricación, interpretación o ejecución, radiodifusión, comunicación y exhibición, o distribución y venta de obras y otro material protegido. Las industrias interdependientes del derecho de autor son aquellas que se dedican a la producción y venta de equipos y cuya función consiste, total o principalmente, en facilitar la creación, la producción o la utilización de obras y otro material protegido. Las industrias que dependen parcialmente del derecho de autor son aquellas en las cuales una parte de las actividades está relacionada con las obras y otro material protegido y puede consistir en la creación, producción y fabricación, la interpretación o ejecución, la radiodifusión, la comunicación y la exhibición o la distribución y venta. Las industrias de apoyo son aquellas en las cuales una parte de las actividades consiste en facilitar la radiodifusión, la comunicación, la distribución o la venta de obras y otro material protegido, y cuyas actividades no han sido incluidas en las industrias que dependen principalmente del derecho de autor.

Y para el BID,

Las industrias culturales pueden ser identificadas como un grupo de sectores que ofrecen: i) servicios en los campos de entretenimiento, educación e información

¹ Definiciones citadas en el documento “Definición de Industrias Culturales” de la Universidad ICESI, Disponible en: https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/65159/1/definici%C3%B3n_concepto_industrias.pdf

(p.ej. películas, música grabada, medios impresos o museos) y ii) productos manufacturados a través de los cuales los consumidores elaboran formas distintivas de individualidad, autoafirmación y manifestación social (p.ej. ropa de moda o joyería) (Traducción de Scott, 2004).

En este orden de ideas, comprendemos que a pesar del uso indiscriminado de los términos industrias culturales e industrias creativas, si existen diferencias entre estos, y si bien ambos se basan en los productos de la propiedad intelectual, las primeras generan productos que “son fruto de la herencia, el conocimiento tradicional y los elementos artísticos de la creatividad. Por otro lado, las industrias creativas derivan su producción de la creatividad individual, la innovación, las habilidades y el talento en la explotación de la propiedad intelectual” (ICESI, 2012, citado en González, 2015). Dicho de otro modo, las industrias culturales están más relacionadas con la música, las artes escénicas, la literatura, el cine; en cambio, las industrias creativas hacen referencia a productos de la creatividad como los videojuegos, la multimedia, el diseño.

Así pues, vemos que hay industrias culturales que no son creativas y viceversa (González, 2015); y al mismo tiempo, que hay una serie de actividades y propuestas que si bien son muy importantes para el patrimonio cultural de las naciones y comunidades, en términos de desarrollo y cohesión social, no son industrias en ningún sentido, ni están generando desarrollo económico. Veremos como cada país delimita los alcances de su propia definición, y con esto, los sectores que privilegia; así, mientras que la ciudad de Buenos Aires se concentra en el cine y la música, y la nación le da un lugar muy importante a las artesanías, países como Colombia intentan abarcar todos los sectores con una visión de exportación y proyección internacional, mientras que Brasil por su parte, se concentra en sus propias riquezas, en la llamada economía solidaria, y con esto en potenciar su diversidad y su cultura de nación. Cada uno de las propias definiciones o delimitaciones de país, dará cuenta de unos desarrollos y lineamientos específicos; en este sentido será fundamental comprender desde donde habla cada uno de los gobiernos.

La Economía Creativa

Economía Creativa es un concepto bastante reciente; es introducido en el por el periodista Howkins, quien la entiende como un tipo de economía

(...) en la que las ideas son los principales aportes y los principales resultados.

[Dice] también [que] es una economía en la que la gente dedica la mayor parte de su tiempo a generar ideas. Es una economía o sociedad en la que la gente se preocupa y

reflexiona sobre su capacidad de generar ideas, en la que no se limita a ir a la oficina de 9 a 5 para hacer un trabajo rutinario y repetitivo, como se lleva haciendo desde hace años, ya sea en el campo o en las fábricas. Es una economía en la que la gente, allá donde se encuentre, hablando con los amigos, tomando una copa, al despertarse a las cuatro de la mañana, piensa que puede tener una idea que funcione de verdad, y no sólo una idea por el mero placer esotérico, antes bien, el motor de su carrera, condición e identidad. [Así] por “economía creativa” se entienden las operaciones que generan los productos creativos (resultantes). Cada operación puede comportar dos valores complementarios: el valor de la propiedad intelectual intangible y el valor de la plataforma física (de haberla). En algunos sectores, como el de los programas informáticos digitales, es mayor el valor de la propiedad intelectual. En otros, como las artes, el valor unitario del objeto físico es más elevado.² (Citado en González, 2015)

Significa lo anterior que para Howkins, la economía creativa tiene que ver con un modelo de producción que se basa en la creatividad, es decir, en los que los seres humanos pueden producir desde sus ideas y capacidades de interpretar el mundo. Pero este concepto, no se ha quedado allí; ha ingresado a los discursos del campo cultural y se ha transformado, de tal suerte que hoy hace parte de políticas públicas nacionales, así como de estrategias lideradas por organizaciones multilaterales como la UNCTAD. Una de las instituciones que ha liderado a nivel internacional el posicionamiento de las industrias culturales y creativas como motor de desarrollo, así como el del concepto economía creativa es el British Council, que la entiende como aquella que “fusiona valores económicos y valores culturales” (Newbingin, J. 2011)”.

Podemos decir entonces que el centro de la economía creativa es en gran medida el patrimonio inmaterial de los individuos y las comunidades, los activos de la creatividad, lo que sin duda pone en un escenario bastante positivo a los países en vía de desarrollo como Colombia, y la mayoría de sus vecinos en la región. Sin embargo, también hay que reconocer que no es suficiente contar con la materia prima, se requiere de estrategias y políticas que permitan el desarrollo de su dimensión económica, así como la concepción de una industria a partir de dicho capital. La Economía Creativa no se refiere solamente a productos; sino más bien a procesos creativos y permite diversas formas de organización desde el mercado informal hasta las grandes corporaciones multinacionales (Deheinzelin, L, 2012); a su vez, favorece la integración de sectores y dimensiones de la sociedad. “En

² Donna Gelfhi (s/f), El motor de la creatividad en la economía creativa: entrevista a John Howkins, Ginebra, OMPI, disponible en http://www.wipo.int/sme/es/documents/cr_interview_howkins.html Citado en: Agencia Latinoamericana de información.

síntesis, el gran diferencial de la Economía Creativa es que promueve desarrollo sustentable y humano y no simplemente crecimiento económico”. (Deheinzelin, L, 2012)

En ese sentido, las políticas culturales que se proponen en los países de la región, para el desarrollo de las industrias culturales y creativas, buscan identificar y potenciar esos posibles activos con los que cuenta cada una de las naciones. En el caso de Argentina las artesanías y el diseño tienen un lugar importante, mientras que en Brasil se privilegia la diversidad de las comunidades (afro, indígenas), desde una perspectiva de economía creativa y solidaria. En el caso de este último, los lineamientos dados de la Secretaría de Economía Creativa, se fundamentan en un interés de Brasil por generar antes que industria, un modelo de sociedad que pueda desencadenar procesos sostenibles a partir de su propia diversidad cultural, en el que la economía sea vista como una posibilidad para generar bienestar común y solidaridad, pensando primero en el beneficio de los actores del sector que en la misma producción. En este sentido, la Secretaría prioriza los programas que acompañan a las personas y organizaciones en el desarrollo de sus proyectos, y a su vez, cuyos proyectos parte de lo que ellos mismos son y pueden hacer (González, 2015).

Las políticas culturales

A pesar de que entre nuestros gobiernos las políticas culturales en términos formales son de reciente aparición, desde la época del la colonia se encuentran formas de manejo del campo cultural que pueden entenderse como políticas (García Canclini, 1987). Mucho más antiguas son en otros lugares del mundo, Teixeira Coelho, un teórico brasilero que ha estudiado bastante este campo, afirma en su Diccionario Crítico de Política Cultural (2009) que estas son tan antiguas como la historia de Grecia y Roma, como el Renacimiento o la Revolución Francesa; desde el momento en que se comienzan a hacer espectáculos de teatro y circo que requieren de permisos para su realización, de ingresos que se pagan, de actores que se contratan, podemos hablar de políticas culturales. No obstante, varios autores como Calabre (2007) y Urfalino (1997), coinciden en que el momento fundacional se sitúa en Francia a mediados del siglo XX, cuando Marcel Marlaux creó el Ministerio de Cultura de este país. Para Philippe Urfalino, lo que ocurre en la Francia de esa época, es la “propia invención de las políticas culturales”, al menos como estas pasan a ser concebidas en el mundo contemporáneo por agentes públicos y especialistas (González, 2015). Se trata de políticas que son creadas en espacios de convergencia y coherencia, entre las representaciones del papel del Estado en la relación con el arte y la cultura, y la organización de una intervención pública que tenga subyacente un mínimo de acción del poder político (Calabre, 2007).

Regresando a América Latina, observamos que es entre las décadas de los 70 y 80s, cuando la gestión y la administración de la cultura ingresan a los discursos oficiales y se abren los debates sobre este campo entre políticos y científicos sociales. La emergencia de la cultura como un campo que precisa ser gestionado en la región, coincide con una presencia cada vez más destacada de la UNESCO en el continente, por medio de conferencias y congresos que pretenden dar orientación, asesoría técnica y acompañamiento a los países en el camino de la creación de Ministerios, Secretarías e Institutos para la Cultura.

Este contexto latinoamericano está además atravesado por unas ideologías y formas de gobierno, que serán determinantes en el tratamiento que se le da a la cultura. En la década de los 80s prevalece el modelo neoconservador que disminuye los fondos de fomentos, investigación y producción, reduciendo con esto las posibilidades de crecimiento cultural, y posteriormente en los 90s, los gobiernos neoliberales que promovían un desarrollo del sector desde el mercado, priorizando estrategias como la autogestión y el emprendimiento. Este modelo trajo consigo la política de los nuevos modelos de financiación, explotación y administración que obligaban a los actores culturales a ser gestores de sus propios recursos para lograr sobrevivir. Aparecen los apoyos concertados, los fondos de capital semilla, y los estímulos, llevando a los nuevos emprendedores a competir en campos totalmente desconocidos. La formación para comprender estos nuevos modelos y poder participar de estos, vendría mucho más tarde.

Los gobiernos en la región empiezan a comprender a finales de los 90s que no es suficiente con el desarrollo económico, que también es importante y necesaria una producción simbólica para darle sentido a las sociedades. Así pues a la cultura se le empieza a exigir enfrentar problemas que antes le correspondían a la economía, y al mismo tiempo, otros que le corresponden a las políticas sociales, pues además de evidenciar posibilidades de desarrollo económico, la cultura es escenario de convivencia, herramienta de cohesión social, insumo para enfrentar crisis sociales. Las músicas tradicionales, las costumbres y usos de la vida cotidiana, los bailes y las expresiones de las comunidades adquieren un reconocimiento sin precedentes, y se convierten en el centro de políticas como las de turismo cultural e incluso las de emprendimiento, que buscan generar sostenibilidad para las comunidades desde sus propios activos. Sin embargo, “en el momento en que comprendemos mejor el papel que la cultura puede cumplir en la democratización de la sociedad estamos en las peores condiciones para desarrollarla, redistribuirla, fomentar la expresión y el avance de los sectores populares” (García Canclini, 1987, p.26, citado en González, 2015). En este orden de ideas la cultura que se empieza a gestionar en la región es la de la vida cotidiana de comunidades y pueblos, los activos de la diversidad; de tal suerte que las políticas públicas de la cultura que comienzan a aparecer en el escenario latinoamericano en los 90s y primeros años del 2000, evidencian una confusión (que aun no

termina de resolverse) entre lo que puede ser susceptible de propiciar un desarrollo económico y generar industria y lo que fomenta la cohesión social y es parte del patrimonio inmaterial.

En los años más recientes, desde el comienzo del 2000 hasta nuestros días, vemos como el mundo occidental experimenta un auge de políticas públicas culturales, que especialmente en las dos últimas décadas se ha concentrado en fomentar el desarrollo económico de la cultura, a partir de las industrias culturales y creativas. Esto en gran medida tiene que ver con el fracaso de los antiguos modelos basados en otro tipo de capitales, con el reconocimiento de la cultura como recurso y con el agotamiento de los recursos materiales; los gobiernos se preguntan constantemente como enfrentar las crisis que estamos viviendo, si existe otro tipo de recursos no agotables podrían servir como materia prima para generar nuevos desarrollos y que a su vez, a medida que se explotan, se multiplican. En este sentido, estas nuevas visiones responden a ese cambio de paradigma del que ya hemos hablado que comprende las creaciones del intelecto como la mayor riqueza de los individuos, las comunidades y los países. Es así que la política cultural, se convierte, como bien señala Yúdice, en un factor visible para repensar los acuerdos colectivos; en una herramienta que une lo que en la modernidad pertenecía a la emancipación (política) por un lado, y a la regulación (cultura), por el otro; en el instrumento para usar el recurso (la económica) para resolver todo tipo de problemas de las comunidades (González, 2014).

En cuanto al diseño e implementación de políticas públicas específicas para el fomento de las industrias culturales y creativas, y el aprovechamiento de la cultura como recurso, se considera que el país pionero en América Latina es Argentina, desde el gobierno de la ciudad de Buenos Aires; Colombia puede ubicarse junto con Brasil en un segundo lugar. Los demás países si bien están proponiendo acciones, aun no consolidan unas políticas para el campo, como es el caso de México y Perú. Lo que veremos a continuación son esas políticas públicas, como se estructuran, que sectores abarcan, que perspectiva prefieren, entre otros. Veremos por ejemplo que mientras que países como Colombia han optado por el término industrias culturales, Uruguay prefiere referirse a industrias creativas, mientras que Brasil se concentra en la Economía Creativa, con un enfoque de diversidad.

Resumen de instituciones y políticas por países³

País	Institución	Política/ instrumento	Acceso
-------------	--------------------	------------------------------	---------------

³ Tomado del documento final de la investigación sobre políticas públicas para el fomento de las industrias culturales en América Latina (González, 2015)

	encargada		
Colombia	Ministerio de Cultura- Grupo de Emprendimiento Cultural	Política para el emprendimiento y las industrias creativas	http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-emprendimiento-industrias-culturales/Paginas/default.aspx
Brasil	Ministerio de Cultura – Secretaria de Economía Creativa	Proyecto de la Secretaria de Economía Creativa. Políticas, directrices y acciones 2011-2014	http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PROYECTO+DE+LA+SECRETAR%C3%8DA+DE+ECONOM%C3%8DA+CREATIVA/86dc8a42-3467-42ca-b187-a1a928c2b086
Argentina	Secretaria de la Cultura de la Presidencia- Dirección Nacional de Industrias Culturales	MICA MICA Produce Escuelas de oficios en Industrias Culturales Programa de apoyos a Emprendimientos Culturales	http://www.cultura.gob.ar/areas/industrias-culturales/
	Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires - Dirección de Industrias Creativas	Industria de la Música: Marca Folklore Buenos Aires Industria Audiovisual: BAFILM	http://www.ic.gba.gov.ar/industriascreativas/index.php
Uruguay	Ministerio de Educación y Cultura – Departamento de Industrias Creativas	Cuenta Satélite en Cultura Sistema Integrado de Información Cultural Conglomerados Creativos Publicaciones Seminarios y Talleres	http://cultura.mec.gub.uy/mecweb/container.jsp?contentid=690&site=8&channel=mecweb&3colid=690
Perú	Ministerio de Cultura – Dirección de Industrias Culturales y Artes	IBERESCENA IBERMÚSICAS Puntos de Cultura	http://www.cultura.gob.pe/es/industriasculturalesartes

En conclusión

Las industrias culturales y creativas están ocupando desde hace más de dos décadas un lugar central en las políticas públicas culturales de la región. Si bien es cierto que no todos los países tienen hoy una política definida para este sector, casi todos cuentan con programas o planes especiales orientados al sector, que pretenden promoverlo, fortalecerlo, medirlo y comprenderlo desde su dimensión económica.

Podemos decir hasta ahora que son Argentina, Brasil y Colombia los países que cuentan con las políticas más definidas y consolidadas para las industrias y empresas culturales; cada uno de estos países tiene grupo especiales dedicados al sector, alianzas interinstitucionales y el tema ha sido posicionado en las agendas del gobierno nacional y los gobiernos locales. Argentina cuenta desde el gobierno nacional con la Secretaria de Cultura de la Presidencia y desde el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires con la Dirección de Industrias Culturales. La primera busca abarcar sectores más amplios, como diseño, artesanías y en general la producción de las comunidades en las regiones; cuentan con un Mercado de Industrias Culturales Argentinas y con programas de formación para los emprendedores. Por su parte, la Dirección de Industrias Culturales del Gobierno de Buenos Aires, enfoca sus acciones en dos sectores: audiovisual y música, con dos grandes proyectos: Marca Folklore que desarrolla toda una estructura de promoción para la música nacional y BAFILM – Comisión Fílmica de Buenos Aires, que organiza y asocia al sector audiovisual y a su vez genera una serie de acciones que lo favorecen y lo fortalecen. Brasil ha concentrado sus propuestas desde la Secretaria de Economía Creativa, desde la cual se dan los lineamientos para el desarrollo de todas las acciones que tienen que ver con el desarrollo de la dimensión económica de la cultura, desde un enfoque de diversidad, dando toda la prioridad tanto a la producción como al consumo interno. Por su parte, Colombia cuenta con el Grupo de Emprendimiento Cultural, que desde un enfoque bastante amplio, estructurado en subcampos como la información, la investigación, la formación, la circulación, antes que en sectores, trata de abarcar los diferentes actores y sectores, sin importar el tipo de actividad que realizan (audiovisual, artes escénicas, música, videojuegos, etc.) (González, 2015).

En otros países como Uruguay hay instituciones más jóvenes; es el caso del Departamento de Industrias Creativas, que se estructuró y fortaleció a partir de un proyecto realizado entre 2008 y 2011; se trató de un Programa Conjunto de Cultura y Desarrollo por parte del Fondo ODM (Objetivos de Desarrollo del Milenio). A partir de este programa se logró estructurar uno de sus programas bandera, que son los conglomerados de sectores o clústers de cultura (música, audiovisual, etc.), así como la cuenta satélite. En el caso del Perú, hay una Dirección de Industrias Culturales y Artes, que hasta ahora no ha desarrollado programas

propios, pero que se ha venido articulando con grandes proyectos regionales como IBERMUSICAS e IBERESCENA para promover y fortalecer el campo en el país.

En Argentina, Brasil, Uruguay, Colombia y México, encontramos cuentas satélites de cultura, bastante jóvenes que están empezando a generar sus primeros informes consolidados. En el Perú se cuenta con el compromiso y el proyecto para crear dicha cuenta, aunque aun no se ha consolidado. De acuerdo a los enfoques de cada uno de los países (industrias culturales, industrias creativas, economía creativa y diversidad), se definen los sectores que mide cada una de estas cuentas. Resulta interesante la variedad de perspectivas y el hecho de que unos gobiernos prefieran un término sobre otro. A mi modo de ver, esto también tiene que ver con la riqueza, la diversidad y las posibilidades de cada país; en este sentido, siendo Colombia un país reconocido por las tradiciones de sus regiones y por la riqueza de sus comunidades, con un claro interés por generar alianzas internacionales, es lógico que se prefiera hablar de industrias culturales, abarcando así el patrimonio inmaterial como una posible industria y proponiendo múltiples acciones para la internacionalización de su producción cultural. Mientras tanto Argentina un país con una importante desarrollo en el campo de la música y el cine, le da prioridad desde la ciudad de Buenos Aires a estos sectores y desde el gobierno nacional al diseño y las artesanías, reconociendo la riqueza regional, en este sentido prefieren un enfoque de industrias creativas. Por su parte, Brasil reconocido por su diversidad y por la dimensión de un país que se muestra de cierta manera único en América Latina (por el idioma, las costumbres, la diversidad natural y cultural, etc.), decide darle a sus programas y políticas la perspectiva de la diversidad y de la economía creativa, así como una especie de enfoque interno; es decir, Brasil prefiere dinamizar primero su oferta y su consumo internos antes que salir al mundo, y desarrollar la dimensión económica de la cultura desde la riqueza propia y natural de sus comunidades. De allí que sus programas banderas sean los Puntos de Cultura, Cultura Viva, Vale Cultura, entre otros, cuya prioridad es fomentar la producción, democratizar el consumo cultural y dar sostenibilidad a las iniciativas locales.

Uruguay, Perú y México, a pesar de estar interesados en desarrollar el campo, son los que muestran avances más lentos en materia de política pública y una menor claridad frente a los enfoques. Si bien es cierto que Uruguay cuenta con una Dirección y unos programas bandera para el desarrollo de las industrias creativas, aun se muestra tímido en sus alcances; lo mismo ocurre con el Perú, que como se ha mencionado anteriormente, aun no tiene programas propios, con excepción de los puntos de cultura, que a pesar de estar en la Dirección de Industrias Culturales y Artes, su objetivo antes que generar riqueza, es permitir la sostenibilidad de las iniciativas de la sociedad civil.

Finalmente puede decirse que no se observa una unidad a nivel regional en términos de políticas públicas para el fomento de las industrias culturales y creativas, no solo en términos de enfoques, prioridades y perspectivas, sino también en términos de avances y logros. Quizás por esto, con excepción del MICSUR⁴, no se encuentran iniciativas a nivel regional que congreguen a los diferentes gobiernos, direcciones e institutos encargados de dar los lineamientos. Como un buen augurio vemos que para el 2016 se realizará nuevamente el MICSUR, esta vez en Colombia.

A nivel de región, podría decirse que el sector que presenta tanto mayores avances como un mayor número de políticas o programas para su fortalecimiento, es el sector de la música. De acuerdo con el “Recording industry in numbers” de 2014 (La industria de la música en cifras) publicado por la IFPI, “América Latina es la región con el mayor crecimiento digital de los últimos años, tras contabilizar un alza en los ingresos del 124% entre 2010 y 2013”. Como ya lo había expresado su directora Frances Moore, en julio de 2013 “América Latina se ve como la región de más rápido crecimiento en términos de crecimiento de música digital en 2012”. De acuerdo con el estudio “Future Digital LATAM 2014” actualmente hay 176 millones de usuarios únicos con internet, un crecimiento respecto 2013 del 17%, y que pasan una media de 21.1 horas mensuales conectados, a solo 1,7 horas de la media mundial que es de 22.8.⁵

Por otra parte, se observa que hay un interés por desarrollar industrias a partir de las riquezas innatas de las naciones, de su patrimonio inmaterial y de la cultura de las comunidades, generando propuestas como el turismo cultural; no obstante, los alcances en este sector son todavía precarios.

En conclusión podemos decir que se vislumbra un panorama que puede ser promisorio para el sector y para los países, pero que se requiere de una parte de estructuras más sólidas, organizadas y con capacidad para la gestión del sector en los diferentes países, así como de estrategias de integración que permitan la dinamización de los mercados y el crecimiento como región. Si bien no se trata de unificar a las naciones en términos de producción o de políticas, si es importante que los países avancen y encuentren elementos en común a partir de los cuales puedan desarrollar estrategias, planes y programas más ambiciosos.

⁴ El MICSUR es el Mercado de Industrias Culturales del Sur, cuyo propósito es reconocer la importancia que tienen las industrias culturales en la región en términos simbólicos y económicos, y a su vez generar un espacio amplio de integración para el intercambio de productos de las industrias culturales de América del Sur. La primera versión del MICSUR se realizó en Mar del Plata, Argentina en 2014; asistieron países como Colombia, Brasil, Chile, Bolivia, Perú, Ecuador, Venezuela, Uruguay y Argentina. Información disponible en: <http://micsur.org/>

⁵ Para ampliar información: <http://indusriamusal.es/el-futuro-digital-en-latinoamerica-2014/#sthash.00Iah8Ij.dpuf>

Bibliografía

- CALABRE, Lia, 2007, Políticas culturais no Brasil: balanço e perspectivas, III ENECULT. <http://www.cult.ufba.br/enecult2007/LiaCalabre.pdf>
- Coelho, Teixeira. (2009). Diccionario crítico de Política Cultural. Cultura e Imaginario. Barcelona: Gedisa.
- Definición de Industrias Culturales” de la Universidad ICESI, 2012. https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/65159/1/definici%C3%B3n_concepto_industrias.pdf
- Deheinzelin, L (2012). POLÍTICAS CULTURALES, ECONOMIA CREATIVA Y DESARROLLO. Disponible en: <http://laladeheinzelin.com.br/wp-content/uploads/2010/07/Pol%C3%ADticas-Culturales-Economia-Creativa-e-Desarrollo.pdf>
- Economía Creativa, Informe 2010. UNCTAD. Disponible en: http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf
- García Canclini, N. (Ed) (1987) Políticas culturales en América Latina. México: Grijalbo (Colección Enlace).
- González, E. (2015). Proyecto de investigación: Políticas para el fomento de las Industrias Culturales en Latinoamérica. Informe final. Bogotá, Universidad EAN.
- Guarín, Oscar. Libre comercio, música y mercado cultural en América Latina. Disponible en: <https://futurechallenges.org/local/libre-comercio-musica-y-mercado-cultural-en-america-latina/>
- Las industrias culturales y creativas. Debate teórico desde la perspectiva europea, 2013. Observatorio Vasco de la Cultura. Disponible en: http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/contenidos/informacion/keb_argit_sormen_industri_2013/es_def/adjuntos/industrias_culturales_creativas_2013.pdf
- Newbiggin, J. (2011). ECONOMÍA CREATIVA. UNA GUÍA INTRODUCTORIA. British Council. Disponible en <http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2013/02/21.pdf>
- Recording Industry Numbers, disponible en: <http://rin.ifpi.org/rin>
- Urfalino, Philippe (1996). *L'invention de la politique culturelle*. París: La Documentation Française.

Paginas Web consultadas:

Ministerio de Cultura de Brasil

<http://www.cultura.gov.br/>

Secretaría de Economía Cultural Brasil

<http://www.cultura.gov.br/secretaria-da-economia-criativa-sec>

Ministerio de Cultura de Colombia

<http://www.mincultura.gov.co/Paginas/default.aspx>

Grupo de Emprendimiento Cultural, Colombia

<http://www.mincultura.gov.co/emprendimiento-cultural/Paginas/default.aspx>

Secretaria de Cultura de la Presidencia Argentina

<http://www.cultura.gob.ar/>

Dirección Nacional de Industrias Culturales, Argentina

<http://www.cultura.gob.ar/areas/industrias-culturales/>

Cultura, Ciudad de Buenos Aires

<http://www.buenosaires.gob.ar/cultura>

Dirección de Industrias Creativas, Provincia de Buenos Aires

<http://www.ic.gba.gov.ar/industriascreativas/index.php>

Observatorio de Industrias Creativas, Buenos Aires

<http://www.buenosaires.gob.ar/oic>

Ministerio de Educación y Cultura Uruguay

<http://www.mec.gub.uy/>

Departamento de Industrias Creativas, Uruguay

<http://cultura.mec.gub.uy/mecweb/container.jsp?contentid=690&site=8&chanel=mecweb&3colid=690>

Ministerio de Cultura Perú

<http://www.cultura.gob.pe/>

Dirección General de Industrias Culturales y Artes, Perú
<http://www.cultura.gob.pe/industriasculturalesartes>

Consejo para la cultura y las artes de México
<http://www.conaculta.gob.mx/>

MICSUR
<http://micsur.org/>

Cuentas satélite

Argentina:
<http://sinca.cultura.gob.ar/sic/estadisticas/csc/>

Brasil
<http://www.ibge.gov.br/home/default.php>

<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000014982610112013262218742308.pdf>

Colombia: <https://www.dane.gov.co/index.php/pib-cuentas-nacionales/cuentas-satelite/77-cuentas-nacionales/cuentas-anuales/2801-cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia>

Mexico:
<http://www.conaculta.gob.mx/PDF/PORTADA.pdf>

Uruguay: http://cultura.mec.gub.uy/innovaportal/file/38210/1/cuenta_satelite_web.pdf

http://cultura.mec.gub.uy/innovaportal/v/1613/8/mecweb/cuenta_satelite_en_cultura?3colid=690&breadid=690

Otras paginas:

CONPES 3659, Colombia:
<http://wsp.presidencia.gov.co/sneci/politica/Documents/Conpes-3659-26abr2010.pdf>

OMPI: <http://www.wipo.int/portal/es/>

UNESCO: <http://www.unesco.org/new/es>

BRITISH COUNCIL / Economía Creativa:
<http://www.britishcouncil.co/programas/artes/economia-creativa>

Convenio Andrés Bello: <http://convenioandresbello.org/inicio/>

OEI: <http://www.oei.es/index.php>

Iberescena: <http://www.iberescena.org/es/>

Ibermúsicas: <http://www.ibermusicas.org/index.php/es/>