

VNIVERSITAT
ID VALÈNCIA



Doctorado en Ciencias Sociales (03105)

Título de la tesis: Por amor al arte: realidades,
políticas y retos para emprender cultura en
Panamá

Realizada por: María Ángeles Sallé Alonso

Dirigida por: Capitolina Díaz Martínez

Fecha de solicitud del depósito: Mayo 2018

Índice

Agradecimientos	13
1. Introducción	14
1.1 Presentación	14
1.2 Objetivos	16
Objetivo general	16
1.3 Metodología	17
1.4 Estructura y contenidos	19
2. Marco conceptual: evolución y principales hitos de las definiciones e interrelaciones entre cultura, desarrollo, desarrollo local y emprendimiento a nivel internacional	22
2.1 Evolución histórica de la definición de cultura y de las principales perspectivas teóricas desde la sociología de la cultura, a partir del siglo XX.	23
2.1.1. Los enfoques centrales en la evolución histórica de la conceptualización de la cultura	27
2.1.2. Las principales corrientes del análisis sociológico de la cultura en las sociedades contemporáneas.....	29
Las teorías de masas: principales hitos de las corrientes críticas y cuestionamientos.....	30
El cambio de perspectiva en las teorías de la cultura de masas: la reivindicación de la actividad autónoma de las audiencias y de la singularidad, la creatividad y la resistencia de la cultura popular	32
2.1.3. La interdependencia de los cambios: un mundo nuevo, una sociedad nueva, un régimen de comunicación diferente y una nueva cultura, la cultura digital o de la virtualidad real	35
Caracterización de los componentes clave e identitarios de la cultura digital.....	37
Algunas consideraciones sobre la significación y las potencialidades de los cambios en las dimensiones del lenguaje, las prácticas culturales, la participación y los contenidos de la cultura digital	40
2.2 Un recorrido por la evolución de los conceptos de desarrollo y, especialmente, de desarrollo local, así como de su relación con la perspectiva de género y el enfoque de derechos humanos, de cara a interpretar las realidades plurales del mundo presente	48
2.2.1 Desarrollo y crecimiento económico.....	50
2.2.2 Desarrollo territorial, desarrollo endógeno	53
2.2.3 Desarrollo económico local (DEL)	56
2.2.4 Desarrollo ‘glocal’.....	57
2.2.5 Ordenación del territorio y derecho a la ciudad	58
2.2.6 Ciudades digitales, ciudades del conocimiento, ciudades globales.....	60
2.2.7 Desarrollo sostenible	62
2.2.8 Desarrollo humano	63
2.2.9 Desarrollo inclusivo	66
2.2.10 La “triple sostenibilidad”	67
2.2.11 El cuarto pilar del desarrollo sostenible: la cultura	68
2.2.12 Las instituciones como eje articulador del desarrollo	76
2.2.13 Más allá del desarrollo: poner la vida en el centro.....	78
2.2.14 Decrecimiento sostenible	79
2.2.15 Redondo vs. lineal: desarrollo inspirado en las formas de la tierra.....	80
2.2.16 Postdesarrollo	81
2.2.17 El buen vivir, el vivir bien.....	83
2.2.18 Una cartografía alternativa del desarrollo basada en la ecología de saberes	85
2.2.19 El desarrollo económico (y no solo economicista) puesto en cuestión	86
2.2.20 El género y su interpelación radical a las narrativas y prácticas del desarrollo	87

2.2.21 El paradigma dicotómico, una camisa de fuerza que frena nuestra capacidad transformadora	91
2.3 La evolución en la concepción de las relaciones entre cultura, desarrollo y emprendimiento en las políticas impulsadas por los actores y organismos internacionales más relevantes y/o significativos a nivel internacional	99
2.4 Recorrido por los conceptos clave: consensos y diferencias.....	113
2.5 Recapitulación.....	134
3. Panorama general del sector cultural en términos económicos y del emprendimiento	144
3.1 ¿Qué actividades comprende el sector cultural?	144
Clasificación sectorial de las Industrias Culturales del BID	144
UNCTAD	146
OMPI.....	147
Unión Europea (UE)	148
Ministerio de Cultura de España	149
UNESCO.....	150
3.2 ¿Cuál es el peso de la cultura en la economía de los países?	156
Aporte de la economía cultural al PIB	157
Nivel regional en Iberoamérica	158
México.....	162
Chile	163
Colombia.....	164
Costa Rica.....	165
España	166
3.3 ¿Qué situación encuentran quienes crean y emprenden cultura?	167
Especificidades de la economía cultural	167
Dificultades operativas a las que se enfrenta la economía cultural	169
Un apunte sobre las fortalezas.....	172
Necesidades de la economía cultural y el emprendimiento.....	173
4. Políticas, experiencias y financiación internacional en el contexto iberoamericano.....	175
4.1 Políticas favorables al emprendimiento cultural en América Latina.....	176
Políticas de cultura y emprendimiento cultural por países	181
Experiencias internacionales	198
1. Cuenta Satélite de la Cultura	198
2. Red de Ciudades Creativas (UNESCO).....	199
3. Ciudades Creativas (Fundación Kreanta)	199
4. Fundación Iberoamericana de Industrias Culturales y Creativas (FIBICC).....	200
Experiencias específicas por países.....	201
ARGENTINA	201
Buenos Aires Creativa	201
(http://www.creativabuenosaires.com.ar/)	201
Programa MICA	202
InCUBAte.....	203
BRASIL	203
Puntos de cultura	203
FORA DO EIXO (Fuera del eje).....	203
CHILE	204
Decreto que reglamenta la Ley de Donaciones con Fines Culturales (Decreto 71 de 2014).....	204
Fundación Santiago Creativo.....	204
COLOMBIA	205
Ley 1014 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento	205
Laboratorios sociales de cultura y emprendimiento (LASO).....	205

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

Emprendimiento cultural	206
Desarrollo cultural de Medellín	206
Industrias Culturales de Cali	207
Incubadora de Empresas Culturales (IEC)	209
La incubadora de las industrias culturales y creativas de Bogotá	209
MÉXICO	209
Reinventar (incubadora de ideas a.c)	209
Secretaría de Cultura de la Ciudad de México	210
PERÚ	211
Culturaperu.org	211
URUGUAY	211
Usinas Culturales	211
ESPAÑA	211
Simulador para emprendedores culturales	211
Barcelona Cultura	212
Cult up	212
Red de Artistas Entre Dos Orillas (E2O)	212
AGETECA	213
4.3 Financiación internacional para programas e iniciativas culturales	214
UNESCO	215
Fondo Internacional para la Promoción de la Cultura (FIPC)	215
Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (FIDC)	215
Fondo para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (FODM)	216
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	216
Idear Soluciones para Mejorar Vidas	216
UNIÓN EUROPEA (UE)	217
Programa Europa Creativa	218
Programa COSME: Programa para la Competitividad de las Empresas y de las PYME	218
Banco Mundial (BM)	219
Banco de Desarrollo de América Latina (CAF)	219
OEI	220
Mercosur Cultural	221
Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)	222
Programa ACERCA	222
Programa Patrimonio para el Desarrollo	222
Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)	223
Programas Iberoamericanos de Cultura	223
4.4 Recapitulación	225
5. Emprender cultura en Panamá	228
5.1 Contexto económico y social de Panamá	229
5.1.1 Datos de situación	229
Población	229
Crecimiento económico	230
5.1.2 Disparidades que afectan el ejercicio de los derechos culturales	230
El modelo productivo	230
Desigualdad y desarrollo humano	231
Educación y empleo	231
Salarios	235
Migraciones	236
Situación de la población afrodescendiente	237
Situación de la población indígena	238
Inclusión digital	240
Conclusiones	240
5.2 Aproximación cuantitativa al sector cultural en Panamá	241

5.2.1 La economía cultural panameña en el contexto latinoamericano.....	242
Gasto público en cultura	253
Importaciones y exportaciones de servicios y bienes culturales	256
Empleo cultural	261
Consumo cultural.....	262
Reputación de Panamá: El “Country Rep Trak”	266
5.2.2 Contribución e impacto de las industrias creativas en la economía	270
5.2.3 La ocupación en el sector cultural	277
5.2.4 Empresarialidad en el sector cultural	286
5.2.5 Empresas del sector cultural.....	295
5.2.6 Recapitulación.....	299
5.3 Subsectores culturales en Panamá.....	305
Música	306
Diversos tipos de géneros	306
Festivales panameños	306
Economía de la música	310
Cine	315
Teatro y Danza	318
Libros	321
Patrimonio cultural.....	325
Artesanía	327
Turismo cultural.....	330
5.4 Cultura y emprendimiento cultural en las políticas públicas	331
La Ley de Cultura que no pudo ver la luz	332
Las políticas públicas existentes	332
La cultura en las estrategias de desarrollo nacional	332
Políticas específicas en materia cultural a nivel nacional	333
Derechos de Autor	338
Políticas referentes a algunos de los principales subsectores de la cultura	339
Políticas de emprendimiento.....	347
Políticas dirigidas a la protección de los derechos culturales de los pueblos indígenas.....	350
Políticas locales de emprendimiento cultural.....	351
5.5 Experiencias destacadas	354
Fomento de la Cultura y el Desarrollo en Portobelo (2011-13).....	357
Programa de cultura y emprendimiento de la Fundación Ciudad del Saber	359
Canal de Empresarias de la Fundación Ciudad del Saber (2015-18).....	361
Fundación Danilo Pérez. Arte. Educación y Cultura	362
Prisma.....	363
Programa Cultura Naranja PTY	363
Proyecto Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI).....	363
5.6 Soportes financieros privados al emprendimiento cultural en Panamá.....	364
Soluciones de Microfinanzas, S.A. (Microserfin).....	364
Grupo Financiero Delta, Corp (Delta).....	365
Banesco	365
Costeame	365
5.7 Debilidades y fortalezas para emprender cultura en Panamá.....	366
5.7.1 Debilidades.....	366
Relevancia de “la” cultura y de “las” culturas	366
Normativa legal y políticas	371
Acceso igualitario a la cultura	377
Igualdad de oportunidades para crear/emprender cultura	378

Educación y capacitación	380
Mercado Cultural.....	384
Infraestructuras y espacios culturales	386
Financiación	387
5.7.2 Fortalezas	388
Diversidad y creciente dinamismo cultural.....	389
Cantera de emprendedores/as culturales	390
Aumento del interés por la cultura.....	390
Penetración de las TIC.....	390
6. Conclusiones y algunas propuestas.....	392
6.1 Presentación	392
6.2 Conceptos: cultura, desarrollo y emprendimiento.....	394
6.3 Los hechos: contraste entre los datos y las realidades.....	403
6.4.1 Propósito (para qué).....	407
6.4.2 Contenidos (qué).....	408
6.4.3 Sujetos (quiénes).....	409
6.4.4 Institucionalidad y gobernanza (cómo).....	411
6.5 Panamá: una potencia cultural con capacidades que apenas conoce y gestiona	414
6.5.1. Conclusiones y propuestas de carácter general	415
Reconocimiento.....	416
Conocimiento	417
Equidad y diversidad.....	419
Legislación, políticas públicas e institucionalidad	420
Ecosistema.....	424
6.5.2. Conclusiones y propuestas específicas para fomentar el emprendimiento cultural	425
Equidad e igualdad de oportunidades para la creación y el emprendimiento	425
Estrategias paraguas	426
Capacitación y acompañamiento al desarrollo de iniciativas.....	426
Capacitación y apoyo al fortalecimiento de una red de gestores culturales	428
Creación y fortalecimiento de redes.....	429
Posicionamiento y visibilidad de los creadores/as	430
Financiación	430
Estructuras y espacios para la creación y el emprendimiento cultural	431
Estrategias y acciones para la ampliación del mercado local y turístico.....	432
Internacionalización	436
Gobernanza	437
7. Bibliografía	439
Publicaciones.....	439
Páginas web.....	451
Instituciones y organismos	451
Organizaciones y programas	452
Otras publicaciones online: prensa, blogs, organizaciones	455
Anexos	458
Anexo 1. Entrevistas: listado de personas entrevistadas y cuestionarios	1
Anexo 1.1. Listado de personas entrevistadas.....	1
Anexo 1.2. Cuestionarios diseñados para las entrevistas	3
Modelo guion emprendedores(as) y profesionales culturales	3
Modelo guion organizaciones e instituciones	8
Anexo 2. Detalle de políticas e iniciativas de referencia en el sector cultural, desde la perspectiva del emprendimiento.....	11

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

Argentina	11
Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento.....	12
Fuentes de financiación	16
Bolivia	18
Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento.....	20
Fuentes de financiación	21
Brasil	22
Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento.....	22
Fuentes de financiación	24
Chile	25
Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento.....	26
Políticas culturales.....	28
Fuentes de financiación	28
Colombia	30
Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento.....	31
Políticas culturales.....	34
Fuentes de financiación	35
Costa Rica	36
Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento.....	38
Fuentes de financiación	39
Cuba	41
Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento.....	44
Fuentes de financiación	46
España	48
Leyes específicas de cultura	49
Fuentes de financiación	51
México	52
Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento.....	53
Políticas culturales.....	55
Fuentes de financiación	56
Paraguay	56
Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento.....	57
Fuentes de financiación	59
Perú	59
Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento.....	60
Políticas culturales.....	61
Fuentes de financiación	62
Uruguay	63
Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento.....	65
Fuentes de financiación	66

Índice de tablas

Tabla 1. Análisis de publicaciones relevantes en los temas culturales.....	113
Tabla 2. Análisis de las frecuencias de las citas de denominaciones culturales en orden decreciente.....	114
Tabla 3. Listado de principales definiciones y conceptos en torno a la cultura, economía y emprendimiento.....	115
Tabla 4. Algunos datos relevantes que permiten medir el aporte de la economía cultural al PIB	157
Tabla 5. Aportación al PIB de la economía cultural	157
Tabla 6. Importancia de la economía cultural en términos de empleo	158
Tabla 7. PIB cultural, a partir de las Cuentas Satélites de la Cultura. Iberoamérica (siete países). (% del PIB y millones de dólares de 2005)	159
Tabla 8. Balanza comercial, bienes culturales, bienes auxiliares; comercio mundial, promedio 2011-2012. Iberoamérica (20 países). (Volumen y porcentaje del PIB)	161
Tabla 9. Aporte al PIB cultural por subsector, 2011-2013. Costa Rica. (%)	165
Tabla 10. Comparación de aportes al PIB del sector cultural y de productos tradicionales de Costa Rica	166
Tabla 11. Política cultural de Argentina.....	181
Tabla 12. Política cultural de Bolivia.....	183
Tabla 13. Política cultural de Brasil	184
Tabla 14. Política cultural de Chile.....	186
Tabla 15. Política cultural de Colombia.....	187
Tabla 16. Política cultural de Costa Rica	189
Tabla 17. Política cultural de Cuba	190
Tabla 18. Política cultural de España	191
Tabla 19. Política cultural de México	193
Tabla 20. Política cultural de Paraguay.....	194
Tabla 21. Política cultural de Perú	196
Tabla 22. Política cultural de Uruguay.....	197
Tabla 23. Acciones realizadas por el programa COSME.....	218
Tabla 24. Contribución de la “Economía Naranja” a la economía de Latinoamérica y el Caribe (datos disponibles tomados de Oxford Economics). Varios años.	245
Tabla 25. Lista de las industrias relacionadas con los derechos de autor (WIPO).....	246
Tabla 26. Clasificación de las industrias basadas en el Copyright en Panamá, acordes con el ISIC	248
Tabla 27. Factores de ajuste a la contribución de las industrias basadas en el copyright en Panamá 2006.....	250
Tabla 28. Factores de ajuste aplicados para medir, específicamente, el valor agregado en Panamá 2006.....	251
Tabla 29. Participación de las industrias basadas en el Copyright en el empleo	252
Tabla 30. Participación de las industrias basadas en el Copyright en el PIB	252
Tabla 31. Participación de las industrias basadas en el Copyright en el comercio exterior.....	253
Tabla 32. Gasto público en cultura (en dólares de 2005). América Latina (19 países).....	254
Tabla 33. Presupuesto de gasto de funcionamiento e inversiones asignado al INAC. Años 2010-2014.....	256

Tabla 34. Volumen de las importaciones de bienes y servicios culturales (Millones de Dólares). América Latina (18 países). Promedio 2011-2012.....	257
Tabla 35. Volumen de las exportaciones de bienes culturales hacia el mundo. América Latina (18 países). Promedio 2011-2012.....	259
Tabla 36. Actividades de las Industrias Creativas del CIIU Rev. 4 con correspondencia CAEN incluidas en las Industrias Creativas Subyacentes (ICS).....	271
Tabla 37. Impacto económico de las industrias creativas subyacentes en la economía panameña. Año 2011	276
Tabla 38. Clasificación Industrial Nacional Uniforme de la Categoría de Actividad Económica “Artes, Entretenimiento y Creatividad”	279
Tabla 39. Evolución de la población de 15 años y más ocupada en “Artes, entretenimiento y creatividad” por sexo (tasas de variación anual, %). República de Panamá. 2015-2017.....	281
Tabla 40. Datos sobre el consumo de cine en Panamá. 2017.....	316
Tabla 41. Actividades presentadas y público participante en el Teatro Nacional, Teatro Balboa y Teatro Anita Villalaz. Primer semestre 2014.	319
Tabla 42. Exportaciones e importaciones de libros y producción editorial (2015).....	323
Tabla 43. Exportaciones e importaciones de libros. América Latina (2014).	323
Tabla 44. Aspectos económicos del sector turístico. Panamá. Varios años.	346

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Clasificación sectorial de las industrias culturales proporcionada por el BID	145
Ilustración 2. Definición de <i>economía naranja</i> proporcionada por el BID.....	146
Ilustración 3. Clasificación de las Industrias creativas de la UNCTAD	147
Ilustración 4. Clasificación de las Industrias creativas de la OMPI.....	147
Ilustración 5. Definición del sector: los cuatro círculos las actividades culturales y creativas. Comisión Europea.....	148
Ilustración 6. Clasificación sectores culturales. España.....	149
Ilustración 7. Dominios culturales y su relación con las industrias culturales y creativas. UNESCO.....	150
Ilustración 8. Patrimonio Cultural Inmaterial (dominio transversal). UNESCO	151
Ilustración 9. Ciclo cultural. UNESCO.....	152
Ilustración 10. Marco para los dominios de estadísticas culturales. UNESCO.....	153
Ilustración 11. Dificultades operativas más comunes que enfrenta la economía cultural en América Latina.....	169
Ilustración 12. Programa de asesoramiento al emprendedor cultural y creativo.....	201
Ilustración 13. Modelo de Intervención de Santiago Creativo	205
Ilustración 14. Procesos de ejecución del programa Industrias Culturales Cali.....	208
Ilustración 15. Módulos que componen el curso de Entre Dos Orillas	213
Ilustración 16. Módulos del curso de AGETECA.....	214

Índice de gráficos

Gráfico 1. Gasto público en cultura como porcentaje del gasto público total, 2013. Iberoamérica. (%).....	160
Gráfico 2. Contribución de las Industrias Creativas al PIB de cada país. (%)	162
Gráfico 3. PIB de la cultura y proporción respecto al PIB nacional 2015 y 2016. México. (Millones de pesos y porcentaje).....	163
Gráfico 4. PIB de la cultura por bienes y servicios, 2015. México (%).....	163
Gráfico 5. Participación porcentual en el VAB por actividad cultural.....	164
Gráfico 6. Composición del PIB cultural por subsector, 2013. Costa Rica. (%)	165
Gráfico 7. Aportación al PIB de las actividades culturales por sectores y por fases en España. 2015.....	166
Gráfico 8. Crecimiento de la economía, en tasa de variación anual (%). Panamá y América Latina y Caribe. 2007-2017 (previsiones para 2017)	230
Gráfico 9. Población con educación secundaria, por sexo, en % del total. Panamá. 2015	232
Gráfico 10. Distribución de la población egresada de la Universidad por sexo, en %. Panamá 2014 Fuente: Universidad de Panamá, 2015	232
Gráfico 11. Población no económicamente activa dedicada a labores del hogar, por sexo, en % del total. Panamá %, 2016.....	232
Gráfico 12. Distribución del trabajo doméstico por sexo, en %. Panamá,	232
Gráfico 13. Distribución de la población ocupada por sexo y actividad económica, en %. Panamá, 2017	234
Gráfico 14. Distribución de la población ocupada por sexo y ocupación, en %. Panamá, 2017	235
Gráfico 15. Mediana del salario mensual devengado (en balboas) por ocupaciones, para hombres y mujeres, y brecha salarial (H-M)/H. Panamá, 2016	236
Gráfico 16. PIB Cultural (%). América Latina (10 países). Varios años.	243
Gráfico 17. Contribución de las industrias de derechos de autor al PIB.	244
Gráfico 18. Contribución de las industrias de derechos de autor al empleo nacional.....	244
Gráfico 19. Gasto público per cápita en cultura (en dólares). América Latina y promedio para Iberoamérica. Años 2011-2013	255
Gráfico 20. Gasto público en cultura respecto al gasto público total (%). América Latina y promedio para Iberoamérica. Alrededor de 2013.....	256
Gráfico 21. Importaciones de bienes y servicios culturales sobre el total de importaciones (%). América Latina (18 países). Promedio 2008-2009.....	258
Gráfico 22. Importaciones de bienes y servicios culturales sobre el total de importaciones (%). América Latina (18 países). Promedio 2011-2012.....	258
Gráfico 23. Exportaciones de bienes y servicios culturales sobre el total de exportaciones (%). América Latina (18 países). Promedio 2008-2009.....	260
Gráfico 24. Exportaciones de bienes y servicios culturales sobre el total de exportaciones (%). América Latina (18 países). Promedio 2011-2012.....	260
Gráfico 25. Peso del empleo cultural, de las actividades auxiliares y de otras actividades relacionadas sobre el empleo total (%). América Latina (14 países). Alrededor de 2012	261
Gráfico 26. Peso del empleo público cultural sobre el total del empleo público (%). América Latina (18 países). Varios años	262
Gráfico 27. Número de libros leídos al año por habitante. 2013. Latinoamérica.....	264
Gráfico 28. Número de visitas a los Museos Públicos de Panamá. Primer semestre 2014.....	266

Gráfico 29. Índice de reputación por países (ranking Latinoamérica) En el G-8 y Latam	267
Gráfico 30. Diferencia entre la valoración de los atributos de Panamá y el promedio de Latinoamérica entre ciudadanos del G-8.....	268
Gráfico 31. Diferencia entre la valoración de los atributos de Panamá y el promedio de Latinoamérica entre ciudadanos de Latinoamérica.	269
Gráfico 32. Población de 15 años y más ocupada en “Artes, entretenimiento y creatividad” por sexo (Valores absolutos). República de Panamá. 2017.....	280
Gráfico 33. Distribución de la población ocupada por categoría en la actividad económica (%). República de Panamá. 2017	280
Gráfico 34. Evolución de la población de 15 años y más ocupada en “Artes, entretenimiento y creatividad” por sexo (Valores absolutos). República de Panamá. 2014-2017.....	281
Gráfico 35. Distribución de la población ocupada en “Artes, entretenimiento y creatividad” por grupos de actividad y sexo (%). República de Panamá. 2010.....	282
Gráfico 36. Distribución de la ocupación en “Artes, entretenimiento y creatividad” por tipo de ocupación y sexo (%). República de Panamá. 2016.....	283
Gráfico 37. Distribución de la ocupación en “Artes, entretenimiento y creatividad” por grupo de actividad y tipo de ocupación (%). República de Panamá. 2010	284
Gráfico 38. Mediana del salario por categoría en la actividad económica (Balboas). República de Panamá. 2016	285
Gráfico 39. Ingresos mensuales de profesionales, científicos e intelectuales según subgrupo de ocupación. Balboas. Panamá. 2015	285
Gráfico 40. Distribución de la población ocupada en la ocupación total y en “Artes, entretenimiento y creatividad” por categorías de la ocupación (%). República de Panamá. 2016	286
Gráfico 41. Tasa de actividad independiente según categoría de actividad económica (%). República de Panamá. 2014	287
Gráfico 42. Tasa de actividad independiente en “Artes, entretenimiento y creatividad” por sexo (%). República de Panamá. 2016	287
Gráfico 43. Tasa de propiedad de negocio en la actividad independiente en “Artes, entretenimiento y creatividad” por sexo (%). República de Panamá. 2016	288
Gráfico 44. Tasa de propiedad de negocio en la actividad independiente según categoría de actividad económica (%). República de Panamá. 2016	288
Gráfico 45. Distribución de la población ocupada en la actividad independiente “Artes, entretenimiento y creatividad” según grupos de edad (Valores absolutos). República de Panamá. 2010.....	289
Gráfico 46. Distribución de la población ocupada en la actividad independiente en “Artes, entretenimiento y creatividad” según nivel de instrucción (%). República de Panamá. 2010 ..	290
Gráfico 47. Distribución de la población ocupada en la actividad independiente en la ocupación total según nivel de instrucción (%). República de Panamá. 2010	290
Gráfico 48. Distribución de la población ocupada en la actividad independiente en “Artes, entretenimiento y creatividad” según nivel de ingresos (%). República de Panamá. 2010	291
Gráfico 49. Distribución de la población ocupada en la actividad independiente en la ocupación total según nivel de ingresos (%). República de Panamá. 2010.....	291
Gráfico 50. Distribución de la población ocupada en “Artes, entretenimiento y creatividad” por grupos de actividad y categorías de la ocupación (%). República de Panamá. 2010.....	292
Gráfico 51. Tasa de actividad independiente en “Artes, entretenimiento y creatividad” según Grupo de Actividad y sexo (%). República de Panamá. 2010	293

Gráfico 52. Tasa de propiedad de negocio en la actividad independiente en “Artes, entretenimiento y creatividad” según grupo de actividad y sexo (%). República de Panamá. 2010.....	294
Gráfico 53. Distribución de locales según categoría de actividad económica (Valores absolutos). República de Panamá. 2009	295
Gráfico 54. Distribución de locales de “Artes, entretenimiento y creatividad” por provincia (%). República de Panamá. 2009	296
Gráfico 55. Distribución de locales de “Artes, entretenimiento y creatividad” según Grupos de Actividad (%). República de Panamá. 2009.....	296
Gráfico 56. Distribución de ingresos totales según categoría de actividad económica (Balboas). República de Panamá. 2009	297
Gráfico 57. Distribución de ingresos totales en “Artes, entretenimiento y creatividad” según Grupos de Actividad (%). República de Panamá. 2009	298
Gráfico 58. Distribución del personal empleado de “Artes, entretenimiento y creatividad” según Grupos de Actividad (%). República de Panamá. 2009	298
Gráfico 59. Distribución de remuneraciones pagadas en “Artes, entretenimiento y creatividad” según Grupos de Actividad (%). República de Panamá. 2009.....	299
Gráfico 60. Distribución de aportes económicos por disciplina. 2017.....	335
Gráfico 61. Cooperativas activas en la República de Panamá, por tipo: al tercer trimestre 2017.	350

Agradecimientos

Este trabajo ha sido posible gracias a la colaboración de unas cuantas organizaciones y personas, sin las cuales nunca hubiera podido alcanzar mi objetivo.

De forma especial, deseo reconocer el inestimable apoyo recibido por la Fundación Ciudad del Saber, sobre todo en las personas de Manuel Lorenzo, Walo Araujo y Davinia Uriel.

Al igual que el que me procuraron, de mil maneras, mis queridos compañeros de Enred Consultoría; en particular Ángel Sallé, Laura Molpeceres, Rocío Carmona (un reconocimiento especial para ella), Estíbaliz Infante, Juan Fernández Vaquero y Carla Chasco.

Muchísimas gracias también a Gema De Cabo y Sara Silveira, quienes me empujaron, de principio a fin, con su sabiduría, generosidad y cariño.

A Carlos Villaseñor, que me abrió los ojos a horizontes nuevos, donde descubrí nexos que no encontraba.

A mis amigas de Portobelo, Guna Yala e Ipetí (Sandra Eleta, Aurora Fierro, Lourdes Gutiérrez, Soledad Marín de Cortez, Omayra Casamá, Sara Omí, Lupita Omí, Carolina Martínez, Iguaidigili López, Petita Ayarza, Betty Lida Archibold, Florina López, Floribis González, Xiomara Martínez, Euselina Morales y Yaricela Adames), que colocaron mis pies en sus verdades de mar, tierra, pasión y esfuerzo.

Y a Jorge Enríquez, que me aguantó, cuidó y ayudó a no tirar la toalla, mientras yo intentaba compaginar, lo mejor que podía, la elaboración de esta tesis con un intenso trabajo.

No puedo dejar de citar a quien ha sido mucho más que una directora de tesis, Capitolina Díaz Martínez. Ella me impulsó, acompañó y, literalmente, trajo hasta aquí a bordo de su fe y energía incombustible.

Gracias a todas las personas entrevistadas, verdadero núcleo de este trabajo, por haber regalado su voz para llenar de vida esta tesis. Y a Virginia Carrillo, que hizo de puente de oro para llegar a algunas de ellas.

Y, al fin, mucho más que gracias a mis padres, que me regalaron una vida buena, dos culturas y un par de alas para recorrerlas. A ellos dedico este trabajo.

1. Introducción

1.1 Presentación

Esta tesis surgió de una inquietud y de una oportunidad. La inquietud tiene que ver con mi experiencia en el trabajo con emprendedoras y emprendedores culturales de distintos sectores y territorios, así como en los tanteos que yo misma he realizado -durante bastantes años ya- en mi labor de gestora de proyectos culturales, habiendo probado suerte en la edición de libros, en la coordinación de exposiciones y eventos artísticos y hasta en la producción discográfica “amateur”. Desde dichas posiciones he visto, escuchado y sentido mucho: pasión, sudor, alegrías, decepciones y bastantes dificultades de quienes crean y emprenden cultura para llegar a fin de mes. Y así fue como, entrecruzado con tales vértigos cotidianos, empecé a acercarme (reconozco que a tropezones) a libros, discursos, ponencias y conversaciones sobre la relevancia de la cultura como eje del desarrollo económico y humano, algo que -por supuesto- me hizo todo el sentido del mundo, aunque también ruido, porque me costaba visualizar el nexo entre la teoría y la práctica.

Y entonces quise entender mejor la manera en que se vinculan la teoría y las políticas de economía cultural con la realidad de las y los protagonistas (creadores y emprendedores culturales) que yo conocía.

Me asistía la utópica idea de alcanzar la “sentencia río del discurso único” de la que nos habla el hermoso fragmento de Ríos sin discurso, del brasileño Joao Cabral do Melo Neto, que un día elegí como poema de cabecera para mi trayectoria como profesional y activista del desarrollo y que ahora he querido inaugurar mi trabajo de tesis.

*“...El curso de un río, su discurso-río,
raro es que de golpe llegue a reanudarse;
un río necesita de muchas corrientes
para rehacer el hilo que hizo al formarse.
Salvo la grandilocuencia de una avenida
que le imponga interina otro lenguaje,
un río necesita de mucha agua en hilos
para que todas las pozas se enfrasen:
reanudándose, de una a otra poza,
en frases cortas, entonces frase y frase,
hasta la sentencia-río del discurso único
en que, si voz tiene, la sequía combate”.*

Joao Cabral do Melo Neto
Ríos sin discurso

Por su lado, la oportunidad vino de la mano de mi trabajo, desde hace 5 años, con la Fundación Ciudad del Saber (<http://www.ciudadelsaber.org>), una organización ubicada en Panamá que nació con el propósito de convertir una antigua base militar norteamericana en un centro de pensamiento, “sustituyendo soldados por estudiantes y armas por libros”, tal y como reza en su misión fundacional.

Allí he podido participar en el diseño y ejecución de un programa para mujeres emprendedoras (Canal de Empresarias <http://canalempresarias.org/>), por el que han pasado más de 1,300 mujeres hasta la fecha, incluyendo urbanas y rurales, extranjeras, afrodescendientes e indígenas, jóvenes y mayores y hasta madres acompañadas de sus hijas, parte de las cuales se han inclinado hacia proyectos culturales. Allí, asimismo, empecé a colaborar con las estrategias de emprendimiento cultural de la institución, al participar, entre otras actividades, en la realización de un estudio que fue el germen de esta tesis. Mi gratitud y reconocimiento a la Fundación Ciudad del Saber es –pues- enorme dado que, no solo me permitió compartir y aprender en el terreno, sino que me abrió el espacio para pensar, investigar y hacer el “clic” que necesitaba para decidirme a profundizar en esta temática. A partir del trabajo en la Ciudad del Saber, he incorporado a mi experiencia e inquietudes la reflexión sistemática sobre la cuestión para dar a respuesta y una cierta estructura a los hallazgos (más bien interrogantes), parciales y desordenados, que me había ido encontrando en torno a lo que significa emprender en la cultura desde espacios locales.

Estos interrogantes se refieren básicamente a: a) la relación entre cultura, desarrollo sostenible y -dentro de él- emprendimiento, qué cultura y qué emprendimiento para qué desarrollo; b) la relación entre cultura y economía concretada en el hecho de emprender en este tipo de actividades (a nivel micro, el emprendedor como ser “híbrido” que porta la contradicción entre el *amor al arte*¹ y la necesidad de disponer de un medio de vida digno o, en algunos casos, crear excedentes a través de su actividad) y, a nivel macro, las tensiones entre la definición del valor de la cultura como expresión humana y a la vez su caracterización como mercancía); c) la relación entre los conceptos macro (cuantitativos) que veremos son los utilizados por lo habitual en este campo (economía creativa, economía cultural, industria cultural, etc.) y la realidad micro (cuantitativa y cualitativa) de sus protagonistas (sujetos), es decir, los “prosumidores”, creadores, gestores y emprendedores culturales; d) la relación entre creación cultural y emprendimiento (¿todos pueden/deben/tienen la oportunidad de ser emprendedores?, ¿quiénes pueden y quiénes no?, ¿quiénes se apropian de los resultados de la creación, de los beneficios de lo creado?, ¿cuáles son las condiciones para emprender de manera sostenible?); e) el emprendimiento cultural local en el contexto de la globalización económica y la sociedad de la información; y f) el panorama de las políticas de economía y emprendimiento cultural y cómo estas son realmente pertinentes y casan con las necesidades y oportunidades de impulsar una economía cultural potente e inclusiva en los territorios.

Sin embargo, al intentar enfocarme en mi objeto específico de estudio (el emprendimiento cultural en Panamá), fui consciente de que era preciso comprender los múltiples contextos en los que se desenvuelve el presente trabajo, y esto suponía un ejercicio de aclaración de conceptos sin los cuales no es posible aterrizar de forma apropiada en la figura del/la emprendedor/a cultural (cultura, economía, desarrollo), marco histórico (qué narrativas y

¹ “Dicho de trabajar en algo: Por afición y desinteresadamente” (<http://dle.rae.es/srv/fetch?id=2PGm1ay>).

prácticas nos han traído hasta aquí), entorno político-territorial (Panamá no se entiende sino es como parte de la región latinoamericana) y social (el emprendimiento cultural en Panamá ha de ser situado en su propia realidad socioeconómica, política e histórico-cultural). Todo esto, además, sin dejar de considerar que nos encontramos en un momento de cambios radicales, que están afectando a todas las dimensiones de la vida humana, entre ellas -desde luego- a todas las que se relacionan con la temática elegida para esta tesis: el sistema económico, los mercados de trabajo, el papel de los Estados y de los espacios locales, la construcción de las identidades (personales y colectivas) y los modos en los que se interpreta, crea y consume (o “prosume”) cultura. Esto me condujo, como podrá apreciarse a continuación, a concebir mi investigación como un “embudo de base ancha”.

Reconozco que el reto ha sido superior a lo esperado. Pero confío haber logrado ampliar, aunque sea levemente, el conocimiento acerca de las realidades y desarmonías existentes en la relación entre cultura, desarrollo y emprendimiento, a partir de sus manifestaciones en el caso de Panamá.

1.2 Objetivos

Objetivo general

Lograr un mayor conocimiento -contextualizado y con perspectiva internacional- acerca de la realidad de la economía cultural de Panamá en términos económicos y de emprendimiento, incidiendo particularmente en analizar el grado de consistencia entre las conceptualizaciones, tendencias de mercado y políticas públicas sobre la materia, por una parte, y la situación real de las personas creadoras y emprendedoras locales, por otra.

Objetivos específicos

- Caracterizar el emprendimiento en la economía cultural y aproximarse al debate internacional en torno al mismo.
- Categorizar en detalle las actividades que la componen, así como su papel en el desarrollo y el peso que dispone en el conjunto de la economía de los países.
- Mapear las políticas, experiencias y actores más relevantes relacionados con el emprendimiento cultural, tanto a nivel internacional como en Panamá.
- Identificar obstáculos, oportunidades, demandas y prioridades del entorno del emprendimiento cultural, a nivel internacional y en Panamá.
- Identificar los aspectos económicos de la cultura y en particular del emprendimiento cultural, conociendo qué fuentes financieras y fondos nacionales e internacionales se interesan por el emprendimiento cultural.
- Exponer algunas conclusiones de este recorrido, añadiendo unas breves recomendaciones sobre cómo podría mejorarse la situación de las y los creadores y emprendedores culturales locales e incentivar su mayor participación y poder en el sector.

1.3 Metodología

La investigación ha sido realizada mediante un procedimiento de trabajo mixto. Por una parte he llevado a cabo un análisis de datos secundarios, compuesto por el detallado análisis documental (revisión de bibliografía, documentos y páginas web sobre la temática -tanto generales, como referidos a la Unión Europea, la región iberoamericana y Panamá-), y por el análisis de los datos estadísticos disponibles. Por otra parte, se han realizado una serie de entrevistas y cuestionarios abiertos con agentes clave del sector.

La investigación documental se ha basado en la revisión y análisis de documentos clave en la materia, elaborados tanto por académicos/as y expertos/as del campo de la cultura y el desarrollo y organismos Internacionales focalizando, igualmente, en estudios y diagnósticos de América Latina y España, así como en investigaciones y/o proyectos realizados anteriormente en Panamá, que he localizado en rastreos específicos.

El análisis cuantitativo, por su parte, trata de conocer la realidad de la economía cultural en Panamá, a partir de las fuentes estadísticas disponibles desagregándolas en distintas variables que cubren los objetivos planteados en esta tesis. La descripción y el análisis estadístico generan un mapeo de aproximación que proporciona la información de contexto y el estado del arte de la temática. La principal fuente de información en este aspecto, ha sido el Instituto Nacional de Estadística y Censo de Panamá (INEC), de donde se ha podido obtener información relativa al contexto socioeconómico, la ocupación, la empresariedad y las empresas del sector cultural en el país. Lamentablemente, el análisis ha evidenciado una falta de información considerable relativa a aspectos de interés para profundizar en el análisis.

Para completar la información descrita, consideré necesario incluir una visión cualitativa del panorama que rodea al emprendimiento cultural, alimentada por sus principales protagonistas: instituciones, asociaciones, empresas y profesionales pertenecientes al sector cultural en Panamá. Con esa finalidad, se llevó a cabo la selección de actores relevantes que por su profesionalidad, experiencia y papel desempeñado en el sector pudieran aportar -de manera directa- información de valor a la presente investigación Finalmente, se seleccionaron un total de 43 agentes institucionales y privados a los que se les realizó una entrevista en profundidad, se les pasó un cuestionario o se les recabó información escrita respecto a cuestiones puntuales. Los criterios de selección de las personas a entrevistar se basaron en la búsqueda de unos perfiles característicos:

- Instituciones de referencia a nivel estatal y local (cultura, emprendimiento/pymes, estadística, innovación, políticas sectoriales específicas como cine, música, artesanía, turismo, etc....).
- Entidades financieras especializadas en la pyme.
- Centros culturales.
- Universidades con incubadoras de emprendimiento.
- Creadores/as, artistas.
- Emprendedores/as culturales.
- Profesionales de la gestión cultural.
- Especialistas académicos y no académicos.

Las instituciones seleccionadas fueron un total de 19, el resto de entrevistados y entrevistadas fueron 24 personas emprendedoras, especialistas y/o gestoras de la cultura².

Para la realización de las entrevistas, realicé el diseño de dos guiones tipo, basados en plantillas diferentes en función de la naturaleza de la persona entrevistada (institución u organismo y emprendedoras/emprendedores culturales). Estas plantillas o guiones de cuestionario, sirvieron para que las personas que no pudieron ser entrevistadas de forma presencial, rellenaran el mismo y pudiesen facilitar la información que interesaba para esta investigación.

En el caso de las organizaciones, la información solicitada a las personas entrevistadas se dividió en 5 bloques:

- Descripción de programas realizados. Se pidió detallar las principales actividades llevadas a cabo en relación con la cultura, las que se espera hacer a corto plazo y las que destacarían como buenas prácticas.
- Visión de la economía cultural en Panamá. Incluyendo cuestiones como las actividades consideradas de mayor potencialidad dentro del sector, la identificación de necesidades, dificultades, fortalezas, oportunidades y retos, los déficits de las políticas y las actuaciones primordiales a llevar a cabo para mejorar el panorama del emprendimiento cultural del país.
- Buenas prácticas y recursos externos a su organización que considerarían relevantes.
- Contactos destacados en el sector cultural.
- Información cultural de Panamá. Datos, directorios, estudios, etc. que pudiesen aportar mayor información sobre la realidad nacional del emprendimiento cultural.

Para las personas emprendedoras y profesionales de la cultura, el cuestionario se dividió en 4 bloques:

- Proyecto o actividad de la persona entrevistada. Se pidió una descripción detallada de la misma (tipo de actividad, año de inicio, motivación, obstáculos, oportunidades y necesidades que encontraron, financiación utilizada y perspectivas de futuro entre otras cuestiones).
- Visión de la economía cultural en Panamá. Incluyendo cuestiones como las actividades consideradas de mayor potencialidad dentro del sector, la identificación de necesidades, dificultades, fortalezas, oportunidades y retos, los déficits de las políticas y las actuaciones primordiales a llevar a cabo para mejorar el panorama del emprendimiento cultural del país, etc.
- Buenas prácticas y recursos externos.
- Contactos destacados en el sector cultural³.

La información recabada de las entrevistas llevadas a cabo, sirvió para completar información acerca del panorama de la economía cultural en Panamá, aportando una visión desde el interior de la misma acerca de los déficits, oportunidades y necesidades que encuentran los y las

² Ver el listado completo en el Anexo 1.1. Listado de personas entrevistadas.

³ Para ver los dos modelos de cuestionario acudir al Anexo 1.2. Cuestionarios diseñados para las entrevistas.

profesionales de la cultura en su deseo de emprender; así como las características específicas de los emprendimientos culturales en Panamá, las principales instituciones que apoyan su labor, experiencias de interés, etc.

En definitiva, el objetivo de la metodología escogida para realizar la presente investigación ha sido: a) realizar un acercamiento a la economía y el emprendimiento cultural en Panamá, haciéndolo de manera contextualizada respecto a la situación, narrativas, debates, políticas y experiencias llevadas a cabo en los países del entorno; b) profundizar en el conocimiento de las distintas actividades que conforman la economía de la cultura; c) contrastar la realidad de los creadores y emprendedores culturales locales (los trabajos que realizan, las oportunidades que encuentran, el apoyo recibido y percibido, los problemas que enfrentan y las expectativas que expresan) en relación a los discursos, datos, políticas y prácticas que se dan en el sector desde una perspectiva macro; y d) por último, realizar una reflexión crítica de todo lo anterior, elaborando algunas conclusiones (y, en la medida de lo posible, también recomendaciones) sobre las barreras, oportunidades y proyección -a través del emprendimiento- de la economía cultural local panameña.

1.4 Estructura y contenidos

La investigación se estructura en cuatro grandes bloques diferenciados: marco conceptual, panorama de la economía de la cultura en el contexto internacional (cifras, políticas, experiencias, financiación...), análisis de la economía y del emprendimiento cultural en Panamá y, finalmente, un conjunto de reflexiones, conclusiones y, eventualmente, propuestas que contribuyan a mejorar la situación de los creadores/as y emprendedores/as locales.

Por ello, tras la introducción (capítulo 1), se dedican las primeras páginas (capítulo 2) a un relativamente profuso análisis del marco teórico aplicable a la relación entre cultura, desarrollo, desarrollo local y emprendimiento. En concreto, se realiza una revisión de la evolución histórica de la conceptualización de la cultura y de las principales perspectivas teóricas desde las que se aborda, a partir del pasado siglo, desde el ámbito de la sociología de la cultura. Se completa con un recorrido por la evolución de los conceptos de desarrollo y desarrollo local, así como por sus retos de cara a interpretar las realidades plurales del mundo presente, culminando con el análisis acerca del modo en que se han interrelacionado ambas dimensiones. El objeto de este análisis es superar las dificultades para obtener definiciones claras que puedan extrapolarse al objeto de esta tesis y los términos clave que se manejan en torno a la cultura enfocada al desarrollo económico y al emprendimiento. Todo ello, enmarcado en la intensa producción y debate impulsados por organismos internacionales (especialmente la UNESCO), así como por un número cada vez superior de gobiernos, especialistas académicos y profesionales que dan sustancia a las realidades y retos de la economía y el emprendimiento cultural.

A continuación (capítulo 3), se ofrece una descripción panorámica de las realidades de la economía y el emprendimiento en cultura desde una doble perspectiva. Por una parte, una perspectiva macro, donde se revisan las actividades o dominios que comprende la cultura definida como sector productivo. Se incluye también una selección de cifras que resumen su importancia cuantitativa en las economías, particularizando en la región de América Latina y Caribe y en cuatro países, tres latinoamericanos (México, Colombia, Costa Rica) y uno europeo (España). Y, por otra parte, una perspectiva micro, bajo la que se identifican especificidades,

barreras y fortalezas que encuentran los agentes que trabajan a favor del emprendimiento cultural y las personas emprendedoras.

En este mismo bloque (capítulo 4) se lleva a cabo una descripción del marco político y legislativo de los principales países del entorno de Panamá. Se destacan aquellas leyes, políticas e iniciativas que resultan de interés para desarrollar un ecosistema favorable al emprendimiento. También se identifican los elementos clave incorporados en las leyes y políticas: su orientación estratégica, prioridades, relevancia y gobernanza. Se acompañan de la selección de una serie de experiencias significativas en el terreno. Para culminar este bloque, se lleva a cabo un mapeo de los principales mecanismos de financiación de organismos internacionales y de otros actores, tanto para el desarrollo de programas de soporte como para la financiación directa de los proyectos y la actividad productiva de los emprendedores y emprendedoras, que operan a nivel internacional, de los cuales aprender o extraer oportunidades en el futuro.

En el tercer bloque (capítulo 5), la investigación se centra en la República de Panamá. Un apartado en el que se intenta describir de manera sistemática y pormenorizada el panorama del emprendimiento cultural en dicho país, inscribiéndolo en su contexto político, social y económico. En primer lugar, se analizan las escasas estadísticas oficiales disponibles, reflejando la carencia de una información fiable que posibilite caracterizar el perfil y situación de esta economía en aspectos tales como la aportación al PIB, el empleo o la empresarialidad. En segundo lugar, se ofrece una caracterización más aterrizada de algunos subsectores clave (música, cine, artesanía, libros etc.), sobre la base de la recopilación y análisis de fuentes primarias y secundarias. Para, posteriormente, analizar el recorrido de las políticas públicas (más bien de la limitada existencia de ellas), destacando en todo caso, al igual que en el segundo apartado, una serie de experiencias significativas que fomentan el emprendimiento en la cultura. No queda fuera tampoco un breve apunte sobre los mecanismos de financiación. El bloque finaliza con la exposición de las que se han considerado -a partir de la información recabada en las fuentes bibliográficas y en las entrevistas realizadas- las principales carencias, oportunidades y retos para impulsar un ecosistema que favorezca, de forma integral, el emprendimiento cultural en el país.

Como conclusiones y recomendaciones (capítulo 6), se presentan los principales hallazgos derivados de esta exploración teórica, cuantitativa y cualitativa, así como -ante las necesidades identificadas- posibles medidas que, en opinión de esta doctoranda, contribuirían a mejorar el emprendimiento cultural en el país.

El estudio cuenta, además, con un apartado de anexos en el que se ofrece información complementaria a la expuesta en el cuerpo principal de la investigación, a partir de la cual es posible conocer con mayor detalle las políticas culturales de los países seleccionados y la metodología utilizada (listado de personas que fueron entrevistadas, cuestionarios empleados, etc.).

Termino con un texto de la economista mexicana Ana Esther Ceceña, que me resulta muy inspirador y que conecta también con el fragmento del poeta brasileño Joao Cabral do Melo Neto con el que he querido comenzar mi trabajo. Ya de entrada, reconozco que -aunque quisiera- no voy a poder ponerle un broche que haga de esta tesis una aportación redonda, ni tampoco ese va a ser mi objetivo. Mi propósito se limitará entonces, como he señalado, a tratar de comprender y juntar algunos hilos sueltos de ese río sin discurso (o con sobreabundancia de él), a dejar abiertas futuras líneas de investigación que otros puedan acometer en el futuro y, por

encima de todo, a recordar que enterradas entre tantas palabras, tantas políticas y “no políticas”, lo que hay son personas, personas diversas, contradictorias, con capacidad de agencia o casi sin ella, que son la mejor brújula para un trabajo como el que aquí se presenta. Para mí la única brújula posible.

“Yo discrepo con esa vieja idea de que para hacer realidad los sueños tenemos que transformar las condiciones materiales más grandes. Pienso que tenemos que combinar el trabajo de nuestras subjetividades, nuestros encuentros, la relación de nuestras luchas, el entendimiento mutuo, y también la toma de posición en lo que nos pertenece. Nuestros recursos, nuestros territorios, los servicios públicos, es decir, apropiarnos de lo público, de lo social, al mismo tiempo que estamos haciendo un trabajo permanente por descolonizar el pensamiento. No es necesario juntarnos todos para derrocar aquello tan grande. Hay que ir derrocando en chiquito y juntándonos poco a poco para avanzar sobre esto que son los horizontes más amplios de larga duración. Hay que enlazar los horizontes civilizatorios de estas luchas con los pequeños horizontes inmediatos que enfrentamos en lo cotidiano” (Ceceña, 2002).

Y ahora sí, sin más preámbulos, comenzamos.

2. Marco conceptual: evolución y principales hitos de las definiciones e interrelaciones entre cultura, desarrollo, desarrollo local y emprendimiento a nivel internacional

“Vivimos en tiempos de preguntas fuertes y de respuestas débiles. Las preguntas fuertes son las que se dirigen -más que a nuestras opciones de vida individual y colectiva- a nuestras raíces, a los fundamentos que crean el horizonte de posibilidades entre las cuales es posible elegir. Por ello son preguntas que producen una perplejidad especial. Las respuestas débiles son las que no consiguen reducir esa complejidad sino, por el contrario, la pueden aumentar”.

Boaventura de Sousa Santos

Los tres ámbitos que configuran el escenario de acción de esta tesis (cultura, desarrollo y emprendimiento) no solo se caracterizan por constituirse en términos utilizados constantemente en el mundo actual sino por su condición polisémica e interdependiente, así como por ser el centro de vertiginosos debates. A ello se le suma que el complejo entramado que configuran está atravesado por cortocircuitos entre las diversas, e incluso simultáneas, perspectivas teóricas y su dimensión práctica, su institucionalización en las políticas y su concreción en la realidad de los sujetos que forman parte de la esencia de este entramado (creadores y emprendedores), que son el principio de la cadena que está en la base de la producción cultural y de la economía cultural-creativa de nuestros países. Lejos, entonces, estoy de pretender que estas disonancias, estos claroscuros, no atraviesen todo este trabajo: por el contrario constituyen, por un lado, mi punto de partida y, por otro, el sustento, la fundamentación para las preguntas centrales para las que pretendo encontrar algunas respuestas o, al menos, presentar algunas conclusiones como resultado de esta investigación, que se refieren -tal y como indiqué en el capítulo anterior- a *quiénes emprenden cultura en Panamá, qué cultura emprenden y cómo lo hacen.*

Estas preguntas y las reflexiones que genera la búsqueda de repuestas confluyen, precisamente, en torno al protagonismo de los sujetos actuales o potenciales de la economía cultural: a las capacidades y recursos (educación, información, inclusión digital, etc.) de que disponen para ser incluidos como agentes culturales de pleno derecho; a su participación efectiva en las dinámicas de creación y producción cultural, tanto a nivel local como global; al reconocimiento de sus creaciones en el acervo común; a su conexión, con otros actores, en otros lugares, de otras disciplinas; al disfrute de los beneficios (personales, colectivos, económicos) derivados de los bienes producidos; en definitiva, al rol de la cultura como palanca de expresión de la creatividad y “empoderamiento sostenible” de personas y comunidades. También pretendo enfocarme en los agentes impulsores y facilitadores de estos procesos, en donde toca poner el acento en las políticas públicas; es decir, en quiénes, con qué lineamientos, capacidades, recursos y proyectos, con quiénes otros y para quiénes las políticas culturales actuales hacen o dejan de hacer.

Es en este proceso de avance y de búsqueda de elementos para dar respuestas y poder formular algunas conclusiones, donde se concentra mi objetivo en esta apertura y para este capítulo. En él pretendo aportar algunas pinceladas acerca de la evolución y principales hitos en la conceptualización e interrelación entre los dos pilares en los que se asienta este escenario: las corrientes de pensamiento o perspectivas teóricas de la cultura y las posiciones y propuestas políticas de las principales voces y actores institucionales de la interrelación entre cultura y

desarrollo, en la que se contextualiza el emprendimiento cultural. Porque, como bien afirman sus principales estudiosos y activistas *“es inútil hablar de la relación entre la cultura y el desarrollo como si fueran dos cosas separadas, cuando en realidad el desarrollo y la economía son elementos, o aspectos, de la cultura de un pueblo. La cultura no es pues un instrumento del progreso material: es el fin y el objetivo del desarrollo, entendido en el sentido de realización de la existencia humana en todas sus formas y en toda su plenitud”* (UNESCO, 1997). *“La cultura se define, no ya como una dimensión accesoria del desarrollo, ni como un elemento de nostalgia histórica o solamente de identidad, sino como el tejido mismo de la sociedad y como fuerza interna para su desarrollo”* (Calvo et al, 2007).

Luego, a lo largo del documento y en la medida en que se vaya desplegando la investigación, iré abordando los debates y, ante todo, preguntándome sobre si existe o no, y sobre cuál es el grado de coherencia, entre los discursos y la realidad de los y las protagonistas de la denominada economía cultural y creativa (de la que la cultura es el eje principal). O, dicho de otro modo, serán los elementos que desde este capítulo me aporte la revisión de ambos pilares, los que tendré como referencia del escenario de la investigación, con el objetivo de ir respondiendo a mis preguntas disparadoras.

Desde esta lógica, el capítulo se estructura en cuatro puntos dedicados, respectivamente, a:

- una sintética revisión de la evolución histórica de la conceptualización de la cultura y de las principales perspectivas de su abordaje teórico, desde el ámbito de la sociología de la cultura, a partir del siglo XX;
- un recorrido por la evolución de los conceptos de desarrollo y desarrollo local, así como por sus retos, de cara a interpretar las realidades plurales del mundo presente;
- la relación entre cultura, desarrollo y emprendimiento en las políticas impulsadas por los actores y organismos internacionales más relevantes y/o significativos a nivel internacional;
- una selección de conceptos claves del entramado o escenario de inscripción de esta investigación.

2.1 Evolución histórica de la definición de cultura y de las principales perspectivas teóricas desde la sociología de la cultura, a partir del siglo XX.

Pese a la prolífica presencia de la palabra cultura en la sociedad, así como en las ciencias humanas y sociales, no es posible encontrar una definición precisa y, menos aún, única. Se utiliza con significados y en contextos diferentes, habiéndose convertido en una parte de numerosas palabras compuestas, como la cultura cotidiana, la cultura de la discusión, la cultura alimentaria, la cultura corporativa, la cultura del fútbol, la cultura de masas, la cultura popular, la subcultura y otras muchas composiciones.

Por su parte, en el ámbito de las ciencias humanas y sociales se ha producido, especialmente desde el siglo XX (y particularmente en las últimas décadas de la mano de la vertiginosa irrupción de la cultura digital), un crecimiento exponencial del auge y de los debates en torno a la noción y el lugar (o la incidencia) de la “cultura” en la sociedad y en los modelos de desarrollo. Las diferentes definiciones del término y desde diversas disciplinas muestran, cada vez más, su condición polisémica, es decir, es un concepto en el que conviven varias acepciones

según la perspectiva, tiempo y lugar desde el cual se le pretenda definir. Dado este gran número de usos distintos de la palabra "cultura", y la diversidad de definiciones concurrentes, parece razonable hablar en lugar de un concepto cultural, de conceptos culturales en plural. Por un lado, se debe comprender que las diferentes disciplinas (por ejemplo, la psicología, la etnología, la historia, la antropología, la sociología o las ciencias de la educación) entienden conceptos diferentes por el término "cultura". Por otro, la comprensión de la cultura es diferencial, tanto dentro de las disciplinas individuales y los estudios culturales, como en las distintas sociedades y grupos sociales. En consecuencia, *"la polisemia y ambivalencia"* al decir de Ariño (s/f) del término "cultura" -que surge de los múltiples teóricos y/o responsables de la generación de corrientes de pensamiento- se ha incrementado notoriamente.

Conviven múltiples definiciones de cultura -antropológicas, filosóficas, sociológicas- en sentido muy abierto o más restringido. Desde la que tiene un enfoque más o menos mercantil, hasta la que involucra lo artesanal, las bellas artes y los temas de patrimonio histórico entre otras. Asimismo, y no por ello de menor relevancia especialmente para este trabajo, el uso del término también configura, como señala Ariño (1997), *"un campo de fuerzas, porque las palabras llevan inscritas las huellas de las relaciones sociales que las han producido y que contribuyen a definir y producir. Así, cuando decimos de una persona que es culta, implícitamente estamos clasificando a otras como incultas, mientras que cuando cultura se aplica a la forma de vida de un pueblo o un grupo, inferimos de ello que todos los pueblos y grupos tienen su propia cultura"*.

Uno de los primeros desafíos, por tanto, es definir qué se entiende por cultura y cómo medirla. Pero el proceso para encontrar la respuesta a esta pregunta no es individual ni se resuelve al interior de una institución, sino que tiene un carácter eminentemente social (Cruz, 2010), puesto que la cultura representa uno de los medios tangibles e intangibles más importantes de las sociedades y su diversidad tiene un valor intrínseco tanto para el desarrollo como para la cohesión social y la paz.

Por ello, y muy especialmente para los objetivos de este trabajo, considero que el abordaje teórico-conceptual de la sociología de la cultura es el que me brinda el marco más pertinente y coherente. El objetivo de la sociología es el estudio de la dimensión social de la vida humana y, por ello, el análisis de la cultura desde la sociología implica un abordaje contextual y articulado con los entornos sociales, económicos y políticos en los que se desarrolla. Esto es, parte de reconocer que la cultura, en tanto producción simbólica de sentido, se inscribe siempre en contextos sociales estructurados. Esta relación no es el objetivo o no está presente, por ejemplo, en la crítica literaria o en la filosofía y de ahí su pertinencia para mi trabajo: me aporta reflexiones e ingredientes para comprender las complejas relaciones entre las creaciones culturales y los contextos sociales, intelectuales e institucionales en los que estas se insertan y desarrollan.

Ahora bien, tampoco en el ámbito de la sociología de la cultura ha habido una única acepción y los matices, las posiciones encontradas o diametralmente opuestas, son el signo de identidad de la evolución en el proceso de construcción de sus significados. O sea, estamos ante un recorrido no solo vasto sino atravesado por múltiples y cambiantes debates que permean o se expanden hacia los otros ámbitos y del que no es posible ni pertinente dar cuenta en este trabajo.

Ante ello, he considerado que lo viable y más efectivo sería intentar construir un hilo conductor conformado por la combinación entre el criterio cronológico y el del agrupamiento de las

perspectivas o enfoques teórico-conceptuales fundamentales en la evolución del análisis sociológico de la producción cultural. El desarrollo de dicho hilo conductor es producto de mi personal síntesis, interpretación y apropiación de los textos siguientes, que se constituyen en los referentes teórico-conceptuales centrales de la misma:

- Ariño, A. (s/f). La concepción de la cultura.
- Ariño, A. (1997). Sociología de la cultura. La constitución simbólica de la sociedad.
- Ariño, A. (2010). Ponencia: ¿Qué está cambiando en las prácticas culturales?
- Pecourt, J. (2016). Memoria de Oposición a Contratado Doctor, no publicada.

Complementando lo explicitado, considero éticamente indispensable especificar que los dos primeros puntos 2.1.1 y 2.1.2 son, fundamentalmente, descriptivos y el resultado de mis selecciones, adaptaciones y titulaciones de los referidos textos de Ariño y Pecourt. A partir del 2.1.3 he realizado una interpretación personal basándome, mayoritariamente, en los textos de los autores citados y en mis lecturas de Manuel Castells.

La estructura del apartado es la siguiente:

2.1.1 - Los enfoques centrales en la evolución histórica de la conceptualización de la cultura. Tiene un carácter introductorio por lo que allí reseño, mediante una síntesis de sus principales características, las tres definiciones fundamentales de dicha evolución: la clásica, la antropológica y la sociológica.

2.1.2 - Las principales corrientes del análisis sociológico de la cultura en las sociedades contemporáneas. Como sostiene Ariño (1997), el análisis cultural en las sociedades contemporáneas y complejas requiere necesariamente abordar conjuntamente la importancia de los medios de comunicación de masas (los media) y del mercado. *“En gran medida la información y los bienes simbólicos circulan como mercancías en soportes proporcionados por las modernas tecnologías, son producidos y almacenados de forma industrial, distribuidos por los media con técnicas de marketing y consumidos por audiencias o públicos extensos en contextos y circunstancias muy heterogéneas. El análisis de este rasgo crucial de la modernidad que ha transformado no solo las formas de comunicación sino a la propia sociedad, tiene el interés añadido de abordar un asunto en el que se entrecruzan cuestiones de estatificación y reproducción cultural como de dominación y subordinación, constituyendo un campo de polémica agitada y vivaz desde los años treinta (1930)”*.

Este tratamiento conjunto es el que da origen y sustento a las teorías de la cultura de masas y a sus principales corrientes que, también según Ariño, pueden agruparse en dos modalidades o perspectivas en su análisis y valoración: a) las *“de los partidarios de una cultura humanista al viejo estilo, que, de izquierdas o de derechas, han visto en las formas culturales modernas una expresión de anticultura o seudocultura, una degradación del gusto, una degeneración de la creatividad y una subordinación al interés económico”*; b) las que *“han reivindicado el carácter activo (a veces, la omnipotencia) y la autonomía relativa de las audiencias y la creatividad de la cultura popular”*.

Por lo tanto, los siguientes puntos están dedicados, respectivamente, a presentar los principales enfoques, énfasis y cuestionamientos de ambas perspectivas de análisis, a través de una breve selección de sus principales referentes: i) las teorías de la cultura de masas: principales hitos de las corrientes críticas y cuestionamientos; y ii) el cambio de perspectiva en las teorías de la

cultura de masas: la reivindicación de la actividad autónoma de las audiencias y de la singularidad, la creatividad y la resistencia de la cultura popular.

2.1.3 - La interdependencia de los cambios: un mundo nuevo, un régimen de comunicación diferente y una nueva cultura, la cultura digital. La cultura digital o de la “*virtualidad real*”, como la denomina Manuel Castells, que emerge en el cambio de milenio y se sustenta en la incesante innovación tecnológica del régimen y de los medios de comunicación. Dicha cultura no solo cuestiona -por insuficiente y obsoleta- la rígida y jerarquizada clasificación entre alta cultura y cultura de masas (muchas veces utilizada indistintamente como cultura popular) que dominó el siglo XX, sino que conlleva transformaciones sustantivas en sus procesos de producción y circulación. Y, por supuesto, en los de recepción y apropiación por parte de los cada día más numerosos y heterogéneos públicos consumidores, de sus audiencias. Y esto sin entrar en las profundas modificaciones de los diversos campos o lenguajes artísticos (música, cine, artes visuales mediados por TIC, etc.) que la integran.

Hoy en día, solo es posible abordar y comprender la cultura del siglo XXI a partir y desde su contextualización en un período histórico con más acumulación y más radical en materia de transformaciones económicas y sociales. Se consolidan la globalización y la innovación tecnológica constante, se cuestionan los modelos conocidos de producción del conocimiento, de morfología societaria, de organización de los sistemas de producción, de consumo, de desarrollo económico-social y se transversalizan las relaciones y representaciones de género. Cada uno de estos paradigmas impacta en el otro en una relación mutuamente transformadora que conduce y se concreta en la instalación de la economía y la sociedad de la información y la comunicación, que es la expresión del capitalismo avanzado, y conlleva no solo la redefinición de los conceptos mismos de cultura, sociedad, economía, desarrollo, bienestar y de acceso a estos de los diferentes grupos y actores sociales sino, fundamentalmente, de la relación entre economía y cultura. Ambas esferas que, como se constatará en los epígrafes 2.1.1 y 2.1.2 a los que se ha hecho referencia, estuvieron separadas y caracterizadas por lógicas diferentes, ahora comienzan a interactuar y converger. Y ello no solo porque ambas se sustentan en la producción basada en el conocimiento y en la revolución tecnológica y se alojan y despliegan desde Internet, sino porque el desarrollo de la nueva economía depende, en muy buena medida, de la expansión de la cultura digital y viceversa: la cultura pasa -al menos teóricamente- a ser el cuarto pilar del desarrollo y la denominada economía creativa un rubro de creciente incidencia en el producto bruto mundial y nacional. O sea, ambas confluyen en un escenario de intersecciones y entrecruzamientos que solo puede comprenderse y abordarse desde un enfoque sistémico, atento a la interdependencia y retroalimentación recíproca.

Se trata de un entramado extremadamente complejo (inabarcable en el marco y para los objetivos de esta investigación), de un campo de investigación emergente y en plena ebullición, pero confío en que, entre lo aquí registrado e “interactuando y en retroalimentación” con los otros puntos de este capítulo, quede mínimamente perfilado.

Por ello, y a partir de un recorte y selección intencionada y pragmática, me centraré aquí en: i) los componentes clave e identitarios de la cultura digital; y ii) algunas consideraciones sobre el significado y las potencialidades de los cambios en las dimensiones del lenguaje, las prácticas culturales, la participación y los contenidos de la cultura digital.

2.1.1. Los enfoques centrales en la evolución histórica de la conceptualización de la cultura

La palabra "cultura" es un término polisémico y ambivalente, cuya concepción actual es el resultado de una larga evolución, desde su significado primario asociado a la idea de cultivar la tierra, en la que se han ido desarrollando tres concepciones básicas de cultura: la clásica, la antropológica y la sociológica.

La concepción clásica de la cultura empezó a fraguarse a lo largo del siglo XVII, cuando *"la cultura, acompañada de un genitivo (cultura de), se refiere a un proceso de mejora de la naturaleza (colonización, domesticación, educación)"* (Ariño s/f), pero *" (...) la utilización independiente de la palabra cultura (...) no se generalizará hasta el siglo XVIII. (...) Aunque la idea de cultura, en su sentido moderno, se desarrolla de forma paralela en diferentes países europeos (...) a principios del siglo XIX, la cultura empieza a utilizarse como sinónimo, y en ocasiones como contraste, a la idea de civilización. (...) En esta pugna cultura/civilización se encuentran los orígenes de la concepción "clásica" de la cultura"*. (Pecourt, 2016).

Bajo esta dualidad, por una parte, la cultura *"pasó a designar los resultados del proceso de cultivo del ser humano, es decir, el estado del espíritu cultivado por la instrucción y el refinamiento y la suma de los saberes acumulados por la humanidad a lo largo de su historia; en síntesis, las creaciones y realizaciones del ser humano y de las sociedades humanas. Este concepto, en el contexto de la Ilustración, aparecía estrechamente asociado a las ideas de progreso, educación y razón (...) El progreso habría de nacer de las luces, esto es, de la cultura o de la civilización."* (Ariño, s/f). Es por todo ello que esta conceptualización clásica de la cultura se conoce como "alta cultura". Al mismo tiempo, pero en contraposición a esta concepción de la cultura en correspondencia casi biunívoca con civilización, propia del francés e inglés, *"en Alemania "cultura" (connotación positiva) y "civilización" (connotación negativa) eran antitéticas. (...) En este sentido, la cultura se entiende "como el proceso de desarrollo y ennoblecimiento de las facultades humanas", un proceso facilitado por la asimilación de las grandes obras artísticas, literarias y filosóficas de la humanidad y que se relaciona también con el carácter progresivo de la era moderna."* (Pecourt, 2016).

Tras estas disquisiciones, la evolución histórica del concepto de cultura se orienta, a finales del siglo XIX, hacia una definición antropológica, con sustanciales diferencias con respecto a la definición clásica. Mientras que ésta es de tipo jerárquico o humanístico, la antropológica, postula que *"todos los seres humanos están constituidos culturalmente"* (Ariño, s/f).

Como en todas las corrientes, en el enfoque de la antropología cultural, conviven numerosas definiciones, críticas y evoluciones conceptuales, pero es posible identificar entre sus rasgos característicos predominantes la concepción de que la cultura *"no se reduce a la forma de vida refinada, urbanizada o supuestamente espiritual de algunos grupos sociales, sino que es genérica y universal; (...) tiene un carácter grupal; (...) no es resultado de factores genéticos o raciales, sino sociales y, en consecuencia, es aprendida y específica; (...) tampoco puede ser entendida como una especie de esencia o de máquina absolutamente integrada, sino un proceso y como una red compleja de elementos que satisfacen los requisitos adaptativos de la existencia humana, expresan la creatividad de los seres humanos mediante el manejo de símbolos, y reflejan las experiencias transmitidas de generación en generación"* (Ariño, s/f). Este enfoque, por lo tanto, pone el acento en la pluralidad de las culturas, impulsando la relatividad cultural, ha contribuido a mostrar que la cultura transforma la naturaleza y *"a reconocer la importancia de la educación, la enculturación y socialización"* (Ariño, s/f).

A modo de ver de Ariño (s/f), los dos conceptos de cultura presentados, el clásico y el antropológico, son muy distintos pero muestran una inequívoca consistencia interna. *"El concepto humanista es jerárquico: estratifica a los grupos y personas de acuerdo con la distribución de determinados recursos simbólicos. Subraya la idea de bien cultural que puede acumularse y atesorarse, pero desconoce (y oculta) las raíces sociales que rigen la distribución asimétrica de tales bienes. (...) El concepto humanista es normativo. La estratificación se rige por criterios supuestamente internos que determinan la legitimidad y consagración de unas formas y prácticas y el repudio de otras. (...) Finalmente, este tipo de concepto cae fácilmente en el etnocentrismo: Tiende a confundir lo propio del grupo con lo propio de la especie y transforma el particularismo en universalismo. (...) El concepto antropológico, por contraste, supone importantes aportaciones: Capta el carácter constitutivo de la cultura, desvela las ilusiones etnocéntricas y las ideologías, sostiene que la cultura es autónoma aunque interdependiente, y amplía el campo de análisis. Sin embargo, también tiene limitaciones de bulto: hay una cierta tendencia a recaer en la sistematicidad e integración de cada cultura, a la homogenización de los grupos sociales mediante el cemento de las creencias y valores (tesis de la cultura común); hay un frecuente olvido de fenómenos como el poder y la dominación y una caída en el relativismo"*.

Desde los inicios del siglo XX, se perfila una tercera conceptualización de la cultura, la sociológica, que, como sostiene Pecourt (2016), *"además de tener en cuenta el carácter simbólico de los fenómenos culturales (en lo que coincide con la concepción antropológica), incide en que los fenómenos culturales aparecen y se encuadran en contextos sociales que tienen una estructura muy definida (grupos, organizaciones, instituciones, etc.) que condicionan en gran medida su naturaleza".* Y la define *"como el estudio de las formas simbólicas en relación con los contextos sociales e históricos de producción, transmisión y recepción. Estos contextos no son aleatorios ni dependen del azar, tienen unas pautas y unas regularidades, pueden estudiarse de forma sistemática y analítica"*.

Un eje central y distintivo del análisis sociológico es el de la estratificación cultural. En palabras de Pecourt (2016) *"las sociedades humanas dependen de la distribución de símbolos y representaciones colectivas que organizan el "modo de vida" de la colectividad. En este sentido, todas las comunidades tienen una cultura que les es propia y con la que se sienten, en mayor o menor medida, identificados. Sin embargo, también es cierto que la distribución cultural es desigual y asimétrica, ya que la información y los símbolos, además de facilitar el desarrollo personal y la construcción de la identidad, operan como recursos sociales que los individuos poseen en medidas diversas. Dadas las desigualdades en la distribución de información y cultura no es de extrañar que los grupos humanos utilicen dichas diferencias para afirmar su posición social."*

Como señala este autor, el sistema básico de clasificación que comenzó a formularse a mediados del siglo XIX fue entre *cultos* e *incultos* o bárbaros y esta diferenciación, en varios aspectos, sigue vigente. Pero Ariño (1997) matiza que, en la medida en que se llega a las sociedades contemporáneas y, especialmente, con el avance de los medios de comunicación masivos, se han ido consolidando nuevos sistemas de categorización, *"aparentemente menos burdos y más neutros"* pero que, igualmente, expresan fuertes jerarquizaciones sociales, sustentadas sobre todo en el acceso a recursos económicos y, fundamentalmente, a las lógicas del mercado.

En este contexto, Pecourt (2016) identifica tres grandes sistemas de jerarquización cultural:

a) Las jerarquías culturales, que implica la aceptación de la existencia de la alta cultura como fuente central de legitimidad y valoración de los gustos culturales. "(...) la *“estructura cultural” de la sociedad se organiza siguiendo las pautas generales de la sociedad de clase. (...) De este modo existe una “clase alta cultural” que produce y consume la cultura clásica y vanguardista y una “clase baja cultural” que consume la cultura de masas y popular*” (Pecourt, 2016).

b) Las jerarquías de género: El género, como bien afirma Pecourt, es un proceso que implica la autoidentificación y la identificación de los demás con la etiqueta de masculino o femenino, adquirida a través de procesos sociales (culturales) orientados a interiorizar y normalizar comportamientos no tanto diferenciados como dicotómicos. Una dicotomía que define las relaciones de poder entre hombres y mujeres (a favor de los primeros) y que condiciona la experiencia subjetiva de individuos y grupos.

A esto me permito añadir que el mundo de la cultura es un ámbito central en la producción, difusión y reproducción de las distinciones de género y de la segregación y valoración diferenciada de los espacios ocupados por los hombres y las mujeres. En general, la dirección, producción y representación sectorial de las industrias culturales son espacios de hombres, donde las mujeres participan en minoría y no tienen apenas visibilidad. Sin embargo, si hablamos de consumo cultural, la realidad cambia. Es decir, la producción cultural es un espacio claramente masculino, mientras que el consumo se posiciona como un área dominada por las mujeres. En buena parte de las actividades culturales (música clásica, danza, museos, lectura,...) suelen ser consumidas mayoritariamente por las mujeres, si bien las realidades cambian en los diferentes países y territorios. Pero la palma se la lleva el mercado de las obras de arte en el cual, como dicen algunas exponentes del sector, la situación se resume en “obras de hombres compradas por hombres”. De hecho, en un mercado billonario y en clara expansión no había un solo cuadro pintado por una mujer entre los treinta y cinco que han alcanzado records en su precio de venta. A lo largo de esta tesis estaré analizando las consecuencias de esta jerarquización pero, solo a modo de ejemplo, lo abordo específicamente en el punto 2.2.20.

c) Las nuevas jerarquías: hacia fines del siglo pasado y con el comienzo de la irrupción de la cultura digital se registran intensos debates sobre la estratificación cultural, sobre *“la deslegitimación de la cultura de masas en la actual sociedad”*, se cuestionan los límites entre la alta cultura y la cultura popular y comienzan a formularse nuevos criterios de jerarquización junto con la caracterización de nuevas modalidades o expresiones culturales. Se inscribe y responde a los postulados disciplinares de la sociología y, en particular, a los planteamientos de la sociología contemporánea respecto a que *“la matriz de toda estructura social está compuesta, como el juego de ajedrez, de reglas y recursos, manejados por figuras sociales, que ocupan determinadas posiciones y les permiten ejecutar acciones concretas. La interacción de todos estos elementos produce campos de acción, campos de relación y campos de significado y en todos ellos se da una distribución asimétrica de los recursos y se desarrollan estrategias y luchas para conquistarlos y defenderlos”* (Ariño, 1997).

2.1.2. Las principales corrientes del análisis sociológico de la cultura en las sociedades contemporáneas

A lo largo de esta evolución de la conceptualización sociológica de la cultura, al igual que en las perspectivas clásica y antropológica, no existe una corriente exclusiva de pensamiento sobre la cultura, sino que se superponen -pero también se contradicen y polemizan - conceptualizaciones

y corrientes bien diversas que, a su vez, van evolucionando a la par de los contextos socio-económicos en los que se desarrollan.

Las teorías de masas: principales hitos de las corrientes críticas y cuestionamientos

Las principales corrientes del análisis sociológico de la cultura en las sociedades contemporáneas, que han ocupado gran parte del siglo XX, se han centrado en las teorías de la cultura de masas y en el posterior análisis crítico de las mismas.

En palabras de Ariño (1997), las teorías de la cultura de masas “... parte (n) del supuesto de que la modernidad, que ha quebrado las viejas comunidades, solidaridades y formas de vinculación social, ha creado una sociedad masa, compuesta por hombres masa, es decir, átomos individuos insulares y aislados, inermes ante la técnica y los medios de comunicación. Pero, además, y por lo que a la cultura se refiere, esa sociedad comporta una degradación de las formas simbólicas a la categoría económica de mercancías y una producción de las mismas al modo industrial socavando la singularidad, originalidad y el valor del arte creativo y del buen gusto. En estas condiciones, la teoría de la cultura de masas tiende a considerar a las audiencias como masas pasivas, vulnerables, manipulables y explotables, sentimentaloides e instintivas, fácil presa de la publicidad consumista y de la propaganda política, recreándose en el mal gusto y asumiendo como robots las fórmulas estandarizadas de la cultura industrial. Esta visión, que ahora puede parecernos de un simplismo rampante e inaceptable, predominó indiscutida durante tres décadas (años treinta, cuarenta y cincuenta) y perdura, de forma sutil o subrepticia (con alusiones, por ejemplo, a la americanización o disneylandización del mundo), en determinadas corrientes críticas de la actualidad”.

Una de las corrientes críticas más destacadas es la *Escuela de Frankfurt*, que se caracteriza por una defensa de la autenticidad de la alta cultura y la confrontación con la cultura de masas y la industria cultural. Como señala Pecourt (2016), es una de las corrientes de pensamiento más influyentes del siglo XX, cuyas ideas se enmarcan y están determinadas por el desarrollo del marxismo, el psicoanálisis y la teoría de la racionalización de Max Weber y, en consecuencia, por la atmósfera de pesimismo cultural que caracteriza a la Europa de las primeras décadas del siglo XX. Los máximos exponentes de esta Escuela fueron, en su primera etapa, Theodor Adorno y Mark Horkheimer, que se centraron en el análisis de la “*industria cultural*”, concebida no solo como la industria dedicada a los procesos técnicos y organizativos de la producción masiva de productos culturales (que, por tanto, no difiere de los otros ámbitos de la producción capitalista), sino “*como un proceso general, producido en las sociedades modernas, que lleva a la mercantilización de la cultura en todas sus fases de producción y recepción. Las consecuencias básicas de este proceso son una superficialidad y banalidad creciente al tiempo que se dejan de lado los fines más elevados de la cultura*”. Para estos autores, la existencia de las industrias culturales está directamente asociada con la manipulación psíquica del individuo; de hecho, “(...) con el desarrollo de la industria cultural, la ideología ya no es independiente de la realidad social sino que forma parte de ella; es una “*especie de cemento social que asegura el anclaje del individuo en el entorno capitalista*” (Pecourt, 2016), encontrándose que “*la audiencia aparece interpretada como un público consumidor dependiente, pasivo y servil, mientras que la publicidad se retrata como “omnipotente”*” (Ariño, 1997).

En su segunda etapa, el principal representante de la *Escuela de Frankfurt* fue Jürgen Habermas, que matizó los aspectos más polémicos de las teorías de sus predecesores. Como describe Pecourt (2016), analizó la aparición y posterior disolución de la esfera pública, “*entendiéndola como un espacio de comunicación y debate estimulado por el desarrollo de los medios de*

comunicación y las industrias culturales (...) Es precisamente la autonomía de este ámbito cultural lo que permite que los ciudadanos puedan organizarse libremente y discutir los temas políticos de interés general". El espacio de la esfera pública alcanzó su esplendor en los cafés de Londres y París en el siglo XVIII, pero a partir del siglo XIX y durante el XX se desintegró con el desarrollo de las burocracias del Estado y la comercialización de la cultura de masas, que convierten lo que antes era un espacio privilegiado de debate crítico-racional en un espacio de consumo, dirigido por la industria cultural (lo que Habermas denominó: la re-feudalización de la esfera pública). "*El debate racional se sustituye por las técnicas de persuasión de las masas. Bajo estas condiciones, la esfera pública como tal ya no existe, la libertad de pensamiento y el debate entre iguales es inviable*". (Pecourt, 2016). Además, Habermas, a diferencia de sus predecesores, "*(...) asegura que la cultura de masas, en sus primeras etapas, fomentó el debate político crítico, al permitir opiniones independientes sobre los gobernantes (...). Esta posición mereció múltiples críticas, sobre todo por no denunciar la exclusión de las clases populares y las mujeres*" (Pecourt, 2016).

Este debate sobre cómo se va generando producción y consumo cultural, en el marco de la sociología de la cultura, encuentra una nueva referencia a partir de la segunda mitad del siglo XX en las teorías de Pierre Bourdieu, que se desarrollan en el mismo momento histórico en el que coexisten varias corrientes intelectuales determinantes del pensamiento contemporáneo, entre las que destacan: el existencialismo, el estructuralismo y el marxismo (Pecourt, 2016). Bajo la perspectiva de este autor, Bourdieu identifica en la estructura social la existencia de diversos campos (el económico, el social, el cultural y el simbólico), que son espacios de relaciones sociales, regidos por reglas de juego y retos específicos, y caracterizados por el conflicto y la competencia; de hecho, el campo de la producción cultural tiene "*una estructura y una lógica de funcionamiento propia, sus propios agentes e instituciones, un capital escaso por el que se compite y una aspiración permanente a la autonomía*". A su vez, en el campo cultural distingue el campo cultural *minoritario* (alta cultura) y el campo cultural *mayoritario*, que tiene dos grandes polos: la cultura popular (tradicional) y la cultura de masas (industrial/comercial). En este contexto, Bourdieu apunta que en la sociedad moderna "*la cultura de masas ha desplazado en peso e influencia a la cultura popular*". En la cultura de masas, el principio de legitimación se basa en su relación de dependencia respecto a los poderes políticos y económicos, es decir, "*ya no es la comunidad de iguales (escritores, artistas, filósofos, científicos) la que decide la posición del creador dentro del campo cultural, sino que son fuerzas ajenas al mundo de la cultura las que se imponen*" (Pecourt, 2016).

Otro de los conceptos fundamentales de la teoría del análisis cultural de Bourdieu es el de la cultura como distinción. De acuerdo a Pecourt (2016), para Bourdieu el gusto está socialmente construido, y por tanto tiene un carácter arbitrario e histórico que puede cambiar según la sociedad y el momento histórico. Asimismo, identifica tres grandes estratos sociales y pautas de consumo bien diferenciadas: "a) *Las clases altas*, que son *las productoras y consumidoras de las formas culturales que se consideran legítimas (... la alta cultura)*; b) *Las clases medias*, que se caracterizan "*por el afán de superarse y adaptarse a los parámetros de la alta cultura legítima*"; c) *Las clases populares que hacen virtud de la necesidad*".

Si bien las ideas de Bourdieu sobre la producción y el consumo cultural han sido muy influyentes en el ámbito de la sociología de la cultura, también han recibido importantes críticas por su asociación tan estrecha entre consumo cultural y posicionamiento en la estructura de clases, así como por la rigidez de su concepto de clase social. La más destacada es la de la teoría de la omnivoridad cultural de Peterson (1992), que postula que las distinciones sociales basadas

en el gusto y el consumo cultural se han diluido con la aparición de grupos sociales que realizan un consumo cultural variado y omnívoro, sin atenerse a los criterios jerárquicos establecidos y que incrementan su tolerancia y su interés por la multiculturalidad (Pecourt, 2016). A esta teoría volveré más adelante.

Pero las críticas a estas corrientes de pensamiento no quedan ahí. Ariño (1997) apunta una crítica generalizada a todas ellas, incluidas las de la *Escuela de Frankfurt*. Argumenta, en primer lugar, que reflejan una visión estática de la recepción de la producción cultural y una visión de *“los medios y las industrias culturales como plenamente desarrolladas y estabilizadas que se dirigen y son utilizadas por unas audiencias uniforme y establemente socializadas en el uso de dichos medios”*. Desde el punto de vista de Ariño, esto implica desconocer que los medios se caracterizan por procesos constantes de evolución y de cambios tecnológicos incesantes y que las relaciones con ellos varían según la clase social, el género, los capitales culturales, la edad de quienes acceden a ellos (no tienen la misma relación ni los valoran igual quienes han accedido en edad madura que los niños que comenzaron a relacionarse con el mundo a través de ellos). Además, añade, la postulación de estas corrientes sobre la expansión de la cultura de masas como expresión del imperialismo cultural es igualmente rígida y esquemática: las consecuencias de la globalización no son uniformes y están atravesadas por la vertiginosidad de las innovaciones tecnológicas. La interdependencia que generan *“supone conectar culturas que se encontraban aisladas y relativizarlas, destrucción pero también la creación de culturas cosmopolitas (...), es decir culturas no configuradas por el territorio, constituidas por agencias de comunicación desespacializadas, redes de especialistas, élites empresariales y organizacionales, asociaciones transnacionales, ONG, etc. Pero, a su vez, la homogeneización y relativización producida por la interconexión genera movimientos de resistencia y revitalización de las tradiciones (...) La globalización cultural es ambivalente y se halla repleta de tensiones (...) No hay relaciones unidireccionales, sino más bien, reciprocidad, hibridismo, conflicto...”* (Ariño, 1997).

Estas críticas ponen de manifiesto la necesidad de abordar el análisis de la producción cultural en la sociedad actual teniendo en cuenta las condiciones, contextos y modalidades de recepción de las audiencias.

El cambio de perspectiva en las teorías de la cultura de masas: la reivindicación de la actividad autónoma de las audiencias y de la singularidad, la creatividad y la resistencia de la cultura popular

En palabras de Ariño (1997), la televisión es, muy probablemente, la tercera actividad a la que más tiempo dedicamos en promedio al día, si bien la cantidad de tiempo dedicado no es lineal, sino que depende de factores como el sexo, la edad o la situación profesional pero, con todo e independientemente del estatus social o gustos de cada persona, en las sociedades contemporáneas es imposible sustraerse de su influencia. *“Por ello mismo no es de extrañar que las investigaciones acerca de la cultura en la sociedad de los medios de comunicación de masas (los media) y especialmente los estudios sobre consumo cultural hayan tendido a centrarse en el consumo televisivo. (...) Más allá de las simples mediciones de audiencias, por las que como es lógico se hallan muy interesadas las casas de publicidad y las empresas propietarias de los media, el tema que ha concitado la atención de los estudiosos es el de los efectos cognitivos (...). Sin embargo, no podemos atribuir efectos a priori, denostar el consumo de las clases populares, subsumir todas las modalidades de efectos en una sola (parece crucial distinguir entre el corto plazo y el largo plazo), considerar que su distribución es uniforme en el conjunto*

social y negar un rol activo a las audiencias” Ariño, de este modo, pone de manifiesto la necesidad de virar hacia un nuevo enfoque en la manera de interpretar el consumo cultural, que otorgue un papel activo a las audiencias y supere las limitaciones de las corrientes críticas de la teoría de la cultura de masas, abriendo el abanico a diferentes posibilidades en la interpretación de los mensajes e ideas que se propaguen, en un nuevo escenario globalizado y dominado por los medios de comunicación.

Bajo este nuevo enfoque del análisis cultural, surgen una serie de corrientes que focalizan su atención en el análisis de los media. Según Ariño (1997), es la sociología norteamericana la que desarrolla la metodología y conceptualización más potente de la investigación sobre los efectos sociales, culturales y psicológicos de los mensajes transmitidos por los media en el público, en concordancia con la incidencia que estos tienen en su sociedad. Así surgen *Los estudios empíricos sobre los efectos de los media masivos en las audiencias* (a partir de 1930), cuyo principal exponente -Harold Laswell- ofrece una visión funcionalista de la comunicación, a la que concibe como un acto de captación de un receptor por parte de un emisor mediante estímulos motivacionales y de incentivación social. Sus estudios sentaron las bases para nuevos enfoques centrados en *los usos y gratificaciones de los media*, los cuales otorgaban al televidente el poder de aceptar, rechazar y manipular a voluntad el *significado* de los mensajes.

Sin embargo, a modo de ver de Ariño (1997), en las sociedades postindustriales el *significado* se convierte en un escenario de confrontaciones entre culturas tradicionales, subculturas de clase, culturas étnicas y nacionales, entre los diferentes medios de comunicación, la escuela y la familia, entre religiones y agencias de publicidad, entre ideologías contrapuestas y sus interpretaciones de la historia. Al mismo tiempo, en la medida en que la televisión y los medios de comunicación se convierten en grandes negocios, se instala la lucha por su control por parte de los grandes conglomerados económicos y los principales grupos de poder.

En este contexto, y según este autor, ante el fracaso de las corrientes de *los efectos y de los usos y gratificaciones* y la insatisfacción ante el determinismo marxista clásico para abordar la complejidad de la problemática de la relación entre los medios de comunicación y la cultura, surgen nuevos enfoques que toman como objeto de investigación el estudio de la propiedad y el control de los media, su concentración en la clase dominante y las consecuencias que ello tiene para los mercados culturales, que se agrupan en *Las teorías de la economía política de los media* (década de los 70). La conclusión de sus investigaciones es que los medios de comunicación propagan las ideas, valores y discursos de las clases dominantes, pero dejan sin responder cuestiones fundamentales, tales como si efectivamente lo logran, cómo lo hacen, qué es lo que vuelve populares sus mensajes, es decir, qué es lo que hace que algunos sean apropiados por las audiencias y otros no o qué grado de autonomía pueden tener los profesionales de la comunicación frente a los propietarios de los medios.

El enfoque de la semiótica y el análisis del significado de los mensajes (a partir de los 60) proporciona una visión más adecuada y sistemática de la situación caótica de las sociedades de mediados del siglo pasado, establece el estatus del significado, llama la atención sobre la ambigüedad y provee de un marco analítico para investigar e intentar explicar por qué las cosas significan lo que significan. Su impacto para el estudio de la televisión es enorme. “*Ahora podemos definir la naturaleza de la relación entre el vidente (significado) y la pantalla (significante). El significado del mensaje televisivo no es fijo pero tampoco es arbitrario. Será determinado por el entorno semiótico que incluye su historia, su vecindario, su clase y, por supuesto, la televisión misma. Nos lleva más allá de los confines de los efectos y usos y*

gratificaciones obligándonos a evaluar el proceso mediante el cual los significantes televisivos se convierten en signos televisivos” (Lewis, 1991, citado por Ariño, 1997).

Siguiendo a Ariño (1997), tanto las corrientes de los estudios empíricos de las audiencias como el enfoque semiótico, si bien surgieron y se propusieron superar la perspectiva determinista, esquemática y, ante todo, parcial de las teorías críticas de la cultura de masas, siguieron sin ofrecer un abordaje sistémico, o sea simultáneo y articulado de los procesos de producción, circulación y apropiación de la producción cultural y de sus complejas interrelaciones. Esta perspectiva de análisis es la que, según este autor, ya requerían las sociedades del siglo pasado y que se torna imprescindible en la actual economía y sociedad de la información y el conocimiento.

Ante estas carencias y limitaciones, surge la corriente de *Estudios Culturales*, que representa un salto cualitativo en el desarrollo y consolidación del cambio de perspectiva, procurando integrar la investigación empírica rigurosa dentro de la teoría del poder y la dominación. Enfatizaron la creatividad y autonomía de las audiencias, a las que concibieron “*como poseedoras de determinadas competencias y conocimientos culturales, que han sido adquiridos en las experiencias sociales previas y que son puestos en práctica en el momento de la interpretación, lo que produce diversidad y contestación*” (Ariño, 1997). Como describe Pecourt (2016), se originan en el Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) de la Universidad de Birmingham de Inglaterra, ubicándose en el resurgimiento de la izquierda británica de los años sesenta y setenta, influidos por la semiótica y el marxismo. Pretenden borrar la drástica separación entre alta cultura y cultura de masas de la *Escuela de Frankfurt*, al mismo tiempo que reivindican el valor y la dignidad de la cultura popular. Asimismo, prestan especial atención a la incidencia de los media y de los sistemas de clasificación (clases sociales, género, raza, colonialismo, etc.) en la promoción e incorporación de determinados valores, creencias, competencias y rutinas vitales en la población.

Bajo esta corriente, se distinguen dos grupos principales de teorías y autores. Para Pecourt (2016), el teórico más representativo de la primera generación es Stuart Hall, que se centra en el análisis de la producción y recepción cultural. “*La producción y el consumo cultural están condicionados por amplio abanico de influencias, que incluyen los discursos propios del medio (por ejemplo, las imágenes de la televisión), el contexto cultural en que tiene lugar la comunicación (como las convenciones visuales que se utilizan en los telediarios) y las tecnologías que se utilizan para difundir la producción cultural*”. El público, por su parte, no es una masa homogénea y pasiva, sino que se compone de múltiples grupos con intereses diversos, que se relacionan de forma diferente con los significados y las formas ideológicas dominantes. Desde esta concepción, Hall abre el abanico de las interpretaciones posibles por parte del público, instalando el concepto de audiencia activa y proporcionando un modelo dinámico para superar el determinismo de las teorías críticas de la cultura de masas. En palabras de Ariño (1997) “*Los productores de un programa pueden usar sus habilidades semiológicas para incitar al televidente a “preferir” ciertos significados, pero (...) el mensaje es insignificante sin la audiencia (...) que puede asumir el significado, oponerse a él o producir una respuesta que negocia la aceptación o el rechazo*”.

A partir de Hall, se configura una segunda generación de los *Estudios Culturales*. Su máximo representante es John Fiske, que reivindica la cultura popular y la teoría socialista del placer y del acto de consumo como táctica del pueblo para eludir el control ideológico de los bloques de poder en la producción de la cultura de masas. En palabras de Pecourt (2016) “*ante el aumento*

de la “distancia” entre los mecanismos de la democracia parlamentaria y vida cotidiana de las personas, la participación política se ha desviado hacia otras esferas y se ha consolidado en el uso creativo de los productos que ofrecen las industrias culturales ... Mientras los ciudadanos estén excluidos de los procesos de toma de decisión en las modernas democracias, recurrirán a otras micro-fórmulas de participación política que podrían dar lugar a una democracia semiótica, basada en la interpretaciones libres y abiertas de la cultura dominante”.

En esta línea, Paul Willis reivindica la valorización de una cultura común creativa, intrínseca al ser humano, también resistente, y el reconocimiento de los efectos no deseados pero emancipadores, niveladores y habilitantes de satisfacción de la acción del mercado y de los medios de comunicación. Como sostiene Ariño (1997) *"Aquí radica el carácter común de la cultura común (...) pero ha sido necesaria la acción del mercado y de los medios de comunicación para hacerla aflorar (...) Su papel clave dentro de la sociedad contemporánea es lo que ha creado las condiciones para una nueva emancipación (...), ello no significa una entronización del mercado, sino un reconocimiento de las condiciones que ha creado: es nivelador, es ineludible, proporciona satisfacciones que otras promesas no han logrado materializar, hace aflorar impulsos y potencialidades (...) Pese a sus contradicciones y limitaciones, el mercado ofrece incentivos y posibilidades para el desarrollo de la creatividad cultural”.*

Como señala Ariño (1997), estas visiones de la resistencia y la creatividad popular de Fiske y Willis han sido cuestionadas por otros integrantes de los *Estudios Culturales*. La crítica mejor fundada en evidencias empíricas es la de Justin Lewis. Este autor sostiene que, si bien no se puede dar por supuesta y a priori una interpretación preferida, tampoco es sostenible la defensa de que los medios de comunicación no tienen efectos importantes en la determinación de las interpretaciones posibles de las audiencias. Lewis realiza un trabajo de campo sobre los noticieros, donde muestra que la estructura narrativa peculiar de los mismos promueve una visión del mundo profundamente a-histórica, que favorece tanto a la izquierda como a la derecha, por lo que necesariamente no son resultado de la voluntad previa de sus productores. También realiza un estudio sobre el Show de Cosby, donde demuestra que tenía un significado ideológico ambiguo en relación a la raza y la clase social: para los blancos representa los avatares de una familia universal sin color, mientras que los negros la valoran como visión positiva y reivindicativa del color y la raza. Todo ello, bajo la interpretación de Ariño, significa que es necesario reconocer la complejidad en las sociedades actuales y plurales: no existe la interpretación ni el significado: *“las interpretaciones dependen de los condicionamientos sociales”.*

2.1.3. La interdependencia de los cambios: un mundo nuevo, una sociedad nueva, un régimen de comunicación diferente y una nueva cultura, la cultura digital o de la virtualidad real

Manuel Castells (1999), una de las principales autoridades mundiales de la sociedad de la información, se pregunta *“¿Por qué es este un mundo nuevo? Los chips y los ordenadores son nuevos; las comunicaciones ubicuas y móviles son nuevas; la ingeniería genética es nueva; los mercados financieros globales, integrados electrónicamente, que operan en tiempo real son nuevos; y la economía capitalista interconectada que abarca todo el planeta y no solo algunos de sus segmentos es nueva; la ocupación de la mayoría de la mano de obra urbana en el procesamiento del conocimiento y la información en las economías avanzadas es nueva; una*

mayoría de población urbana en el planeta es nueva; el desafío general al patriarcado es nuevo; la conciencia universal sobre la conservación ecológica es nueva; y el surgimiento de una sociedad red, basada en un espacio de los flujos y en un tiempo atemporal, es nuevo en la historia. Este es nuestro mundo, el mundo de la era de la información...

En este mundo nuevo ha surgido una nueva sociedad, Castells continúa, porque *“en ella se observa una transformación estructural de las relaciones de producción, de las relaciones de poder y de las relaciones de experiencia, que conllevan una modificación igualmente sustancial de las formas sociales del espacio y el tiempo y la aparición de una nueva cultura”*.

Esta nueva sociedad, la sociedad red, es resultado, en palabras de Castells, de *“tres procesos interdependientes que se gestaron a partir de los años setenta: la revolución de la tecnología de la información; la crisis económica tanto del capitalismo como del estatismo y sus reestructuraciones subsiguientes y el florecimiento de movimientos sociales y culturales, como el antiautoritarismo, la defensa de los derechos humanos, el feminismo y el ecologismo. La interacción de estos procesos y las reacciones que desencadenaron crearon una nueva estructura social dominante, la sociedad red; una nueva economía, la economía informacional/global; y una nueva cultura, la cultura de la virtualidad real. La lógica inserta en esta economía, esta sociedad y esta cultura subyace en la acción social y las instituciones de un mundo interdependiente...”*. Específicamente respecto a la relación entre comunicación, cultura y poder, Castells enfatiza que las batallas culturales son las batallas de poder en la era de la información. Se libran primordialmente en los medios de comunicación y por los medios de comunicación, pero estos no son los que ostentan el poder. El poder, como capacidad de imponer la conducta, radica en las redes de intercambio de información y manipulación de símbolos, que relacionan los actores sociales, las instituciones y los movimientos culturales, a través de iconos, portavoces y amplificadores intelectuales.

La lenta evolución en el régimen de comunicaciones que transitó por la oralidad, la escritura, la imprenta, la integración de lo audiovisual en la televisión, en las dos últimas décadas no solo se ha tornado vertiginosa sino radical: hoy estamos inmersos, como afirma Ariño (2010), *“en la hegemonía del régimen de comunicación audiovisual-digital (...) y de la globalización de los flujos de significado, mediante la permanente y ubicua conectividad”*. Vivimos en un universo digital, la cultura contemporánea está saturada de productos mediáticos lo que le dan una naturaleza cualitativamente diferente, que está transformando tanto nuestra interacción social como nuestra vida cotidiana. La tecnología digital -simbolizada por la revolución del microchip y del desarrollo de Internet- no solo ha instalado el almacenamiento y procesamiento de la información con una rapidez y cuantía inédita en la historia de la humanidad sino también la reproducción indefinida de las creaciones culturales, sin alterar su calidad, y todo ello ubicado en el ciberespacio, metáfora del “no lugar” en el que no rigen las dimensiones conocidas del tiempo y del mundo físico. Este espacio inmaterial es el que se aloja la nueva cultura digital, la de la *“virtualidad real”* que, en conjunción con la hegemonía del nuevo régimen de comunicación audio-visual-digital, instala un fenómeno nuevo definido *“por la conectividad, la movilidad y la globalización de los flujos de contenidos que afecta y afectará a todos los aspectos de la vida social y a la organización y producción del significado”* (Ariño, 2010).

En este nuevo contexto, Pecourt (2016) señala que, si bien la conectividad y el lenguaje digital han sido condición de existencia para la nueva cultura digital, la evolución de Internet desde la Web 1.0 a la Web 2.0 ha supuesto un salto cualitativo en el desarrollo de la misma. Mientras que la Web 1.0 fue el reinado del productor cultural, porque solo facultaba la lectura por parte

del público consumidor, la Web 2.0 es interactiva y, por ende, social y participativa, además de que ha generado una nueva forma de entender la cultura y el conocimiento.

Caracterización de los componentes clave e identitarios de la cultura digital

Esta nueva cultura digital se materializa en diversos tipos de manifestaciones. Una de ellas es la *cultura de la colaboración* (Pecourt, 2016), que permite a los usuarios consumidores crear y subir sus propios contenidos en la red que luego pueden ser compartidos, “re-leídos y re-escritos” por infinidad de otros consumidores. Por lo tanto, se tornan borrosas las fronteras entre la producción, la circulación y la apropiación cultural, instalando la colaboración como una de las características distintivas de la cultura de la virtualidad real. El ejemplo más emblemático es Wikipedia, que se “construye” a partir de la creación continuada de contenidos aportados por sus usuarios.

Aunque los proyectos abiertos y colaborativos comenzaron asociados a los de creación de software libre, luego se han ido extendiendo a otros ámbitos, especialmente al mundo de la cultura, la comunicación y la ciencia, y han fundamentado el desarrollo del movimiento Open (Ariño, 2009), que es el primero y el más importante de los nuevos movimientos de la sociedad red. Este movimiento pugna por la accesibilidad sin restricciones a los flujos de signos y a los productos culturales, desafía las vías de apropiación comercial privada, rechaza la reducción del conocimiento a mercancía y reclama la reconstrucción de la esfera pública en condiciones de comunicación móvil, así como la construcción de un dominio público nuevo para el desarrollo de una cultura libre mediante la accesibilidad abierta.

Otra manifestación de la cultura digital es la *cultura remix*, que Pecourt (2016) define como “una actividad global que consiste en el intercambio eficiente y creativo de información gracias a las nuevas oportunidades generadas por las tecnologías digitales y que se apoya en la práctica del “cut/copy and paste. (...) La remezcla supone, por tanto, descomponer y reordenar los textos culturales que se difunden a través de los medios y las industrias culturales, dotándolos de nuevos significados”. Como indica este autor, el remix cultural no es una invención de la cultura digital: en general las vanguardias de todas las culturas han retomado y reelaborado productos culturales anteriores, especialmente las manifestaciones de la alta cultura, para innovar, para generar nuevas formas de expresión, pero los rasgos distintivos del remix digital son que, mayoritariamente, toma elementos de la cultura popular y no es producido por profesionales consagrados sino por los propios receptores, con lo cual se reitera y refuerza la aparición de los “prosumers” (conjunción del productor y el consumidor cultural) y -por ende- la no diferenciación entre producción y recepción o apropiación cultural. Además, si bien el remix es una práctica cultural de presencia intensiva en la música y en la cinematografía, se ha ido extendiendo a otras manifestaciones artísticas, como la literatura y la animación.

Una tercera manifestación de la cultura digital, siguiendo a Pecourt (2016), es la *cultura de la convergencia*. Este término, acuñado por Henry Jenkins, alude a que, junto a la convergencia entre productores y consumidores culturales, se manifiestan convergencias en otras dimensiones igualmente significativas: 1) la convergencia tecnológica, referida a la creación de objetos tecnológicos que integran funciones que antes estuvieron separadas, por ejemplo, el ordenador portátil y el teléfono inteligente; 2) la convergencia industrial, que alude a que las compañías industriales se están fusionando en busca de sinergias para crear grandes conglomerados que incluyen muchos tipos de media diferentes: periódicos, editoriales, revistas, discográficas, radios, equipos de deporte, cadenas de televisión, estudios cinematográficos, páginas web, etc.; 3) la convergencia mediática, que se refiere a cómo los usuarios consumen la producción de la

cultura digital, realizando varias funciones casi al mismo tiempo, pasando de unas o otras rápidamente. En palabras de Pecourt (2016) *“La convergencia de la cultura digital impone alteraciones en los procesos de la producción y la recepción cultural. De este modo se están dando dos movimientos al mismo tiempo, por un lado un proceso de arriba-abajo dominado por las grandes corporaciones mediáticas (la convergencia tecnológica e industrial) y, por el otro, un proceso de abajo-arriba caracterizado por la participación constante de los consumidores (la cultura cooperativa de la Web 2.0). En este contexto, según Jenkins, la circulación de contenidos depende de la participación activa de los consumidores”*.

Siguiendo con las manifestaciones de la nueva cultura digital, llegamos a lo que Pecourt (2016) presenta como las manifestaciones del proceso de comercialización creciente de Internet y la cultura digital, que se concretan en a) el monopolio del acceso por parte de compañías mundiales que pueden controlar el tráfico de Internet y dirigirlo según sus intereses comerciales (Google, Microsoft, Yahoo, Facebook, etc.); b) la obsolescencia programada de los nuevos productos tecnológicos (hardware y software), lo que significa que los productos de la cultura digital se diseñan para un tiempo limitado de uso con el fin de asegurar su renovación constante; c) el lugar del entretenimiento y la invasión de la publicidad, que ya se ha posicionado como un género cultural en sí mismo; y d) los derechos de autor. Con respecto a esto último, el copyright se ha convertido en una cuestión clave para la cultura digital puesto que una de sus características distintivas es la posibilidad de reproducción indefinida de sus creaciones sin afectar la calidad y con costo cero, de forma tal que evade los canales de distribución tradicionales. Por ello, ha ido generando cada vez más tensiones y posiciones fuertemente encontradas entre sus defensores y sus críticos, porque plantea la necesidad de encontrar un difícil equilibrio entre la protección del trabajo de los productores y la concepción de la cultura y el conocimiento como bien público. A modo de ver de Pecourt (2016) *“La expansión de las leyes del copyright en la era digital favorece a los grandes conglomerados mediáticos pero obstaculiza el desarrollo del talento creativo a pequeña escala, porque imposibilita la utilización de esos materiales en futuras creaciones (...) Las leyes del copyright funcionan como el gran obstáculo al desarrollo de la cultura del a cooperación y el remix (...) lo que propone la cultura del copyright es el pago por uso (pay-per-use)”*. En este contexto se inscriben el movimiento Open, ya presentado, y el movimiento de las licencias Creative Commons, lanzado en 2002 como una alternativa para, en lugar de restringir, incrementar el consumo y permitir los usos derivados de la producción cultural.

Este escenario coloca como una cuestión central para el desarrollo de la cultura de la virtualidad real el dilucidar si *“Internet se convertirá en un espacio de diálogo, debate y cooperación (...), o si, por el contrario, se convertirá en una esfera mercantilizada, dominada por las industrias del entretenimiento, que dificulte la participación libre y universal”* (Pecourt, 2016). E instala las problemáticas de los alcances y riesgos de la globalización de los contenidos; de las prácticas culturales en estrecha relación con los perfiles y las formas de participación del público y, fundamentalmente, de la propia democratización de Internet.

Esta preocupación -y nuevamente solo a título de ejemplo de la diversa y constante aparición de nuevas posiciones o reflexiones que, como ya he señalado, aún no llegan a consolidarse ni a adquirir el desarrollo necesario como para posicionarse como corrientes- me lleva a la sucinta caracterización de la *cultura mainstream*, como una más de las manifestaciones de la cultura digital. Ha sido el sociólogo y periodista Frédéric Martel, con la publicación de *“La cultura mainstream: cómo nacen los fenómenos de masas”* (2011), quien ha instalado la reflexión y las

alertas sobre la guerra por el poder en los contenidos que se ha instalado en la industria de los intercambios culturales, en cuyo epicentro se encuentra esta expresión de la nueva cultura.

En una entrevista con motivo del lanzamiento de su libro, Martel define así el concepto “*El mainstream es, ante todo, una cultura popular, una cultura de masas. Puede ser divertimento, pero también puede ser arte. Es tanto Lady Gaga como Piratas del Caribe, y también Batman y Toy Story, las series de televisión y el manga. Es algo, por tanto, que puede ser positivo, gusta a mucha gente y crea felicidad y divertimento, pero también puede suponer problemas porque al final es monolítico, imperialista y, de tan repetitivo, puede ser realmente criticable. La cultura mainstream es positiva y negativa y, más que un concepto, es un término que se puede analizar y entender desde un punto de vista local, nacional, geográfico... Se pueden hacer muchas lecturas de este concepto*” (Martel, 2011).

La cultura mainstream fue originalmente diseñada y producida por las potentes industrias del entretenimiento en Estados Unidos que han sido capaces de extender su influencia hasta el último rincón del planeta, no solo por sus productos sino por sus estrategias de difusión. Hollywood no ha sido un simple centro de producción de películas, también ha sido el eje de una gran maquinaria comercial que determina cómo han de ser consumidas dichas películas en Norteamérica y en todo el mundo: basta el ejemplo de los multicines instalados en los centros comerciales, no solamente con el mismo objetivo sino replicando hasta con el mismo patrón de diseño estructural y arquitectónico. Pero, hoy, ya Hollywood no tiene el monopolio de este negocio ni de esta estrategia; nuevos países emergen con sus medios de comunicación y sus propias diversiones masivas. Todo se acelera. En India, en Brasil o en Arabia Saudí se compite por dominar la web y ganar la batalla de la influencia cultural. Es desde esta realidad que Martel enmarca la cultura mainstream en un choque de civilizaciones culturales y en la expansión del “soft power”, la guerra con armas ‘blandas’, formadas por elementos culturales, entretenimiento y ocio, pero que también sirven para imponer una visión por encima de otras. “*Creo que hay una batalla cultural globalizada hoy por hoy, por instalar unos valores, por imponer la cultura de masas (...). Son guerras, batallas, rivalidades económicas. Si vas a China, a Riad (capital de Arabia Saudí) o a Dubai, los jefes de las industrias culturales quieren defender unos valores contrarios a los de EEUU. ¿Cuáles? La familia, un cine con menos violencia y menos sexo, y mayor tolerancia con respecto a las religiones. Escuchas esto por parte de los opositores de EEUU, que son China y el mundo árabe, y nos damos cuenta de que son exactamente los mismos valores que defienden Disney y la MPAA [el lobby y brazo político de Hollywood]: más familia, menos violencia y menos sexo*” (Martel, 2011).

Como señala Montesinos (4 de octubre 2012), Martel considera un deber hacernos conscientes de que la globalización ha supuesto una redistribución de las cartas en el gran tablero universal de los intercambios culturales. No se puede seguir ignorando o negando que, al mismo tiempo que los EEUU siguen afianzando su histórica hegemonía cultural, las naciones emergentes están aprendiendo a competir con productos que, “*en unos casos imitan a los yanquis y en otros parten de los referentes propios para hacerlos accesibles a otros pueblos, creando así flujos nuevos de información y entretenimiento*”, o sea que se están redistribuyendo, a nivel mundial, las posiciones en la carrera por la venta de contenidos culturales y, al mismo tiempo, reforzándose las industrias que elaboran productos de consumo fácil. “*Nuevos países emergen con sus medios de comunicación y sus propias diversiones masivas. Internet multiplica su poder. Todo se acelera. En India, en Brasil o en Arabia Saudí se compite por dominar la web y ganar la batalla de la influencia cultural. Se quieren controlar las palabras, las imágenes y los*

sueños”. Incluso los contenidos culturales que se pretenden independientes y ‘antimainstream’, con especiales raíces en Europa, hacen parte del fenómeno de masas.

Por un lado, parecería que no hay salida pero, como veremos en el próximo punto, Internet también está demostrando que ofrece la oportunidad de un punto de ruptura. En un viaje de ida y vuelta, los jóvenes -el principal objetivo de la cultura mainstream- y las culturas locales tienen en internet la oportunidad, sin precedentes, para producir cosas nuevas sin pasar por las grandes empresas de medios y del entretenimiento. “*En un tiempo de globalización y digitalización, las personas pueden ser actor y parte en esta competencia global*”, ha aseverado Martel. La gran pregunta entonces es si los productores de contenidos, los actores que están en la base de la cadena, las mujeres y v hombres emprendedores locales están siendo preparados y apoyados por los Estados para hacerlo, para crear nuevos modelos de negocios que, atentos y alertados ante el soft power, frente a esta guerra global de la cultura por el dominio de los contenidos, puedan no solo concebir sino desarrollar y sostener nuevos modelos de negocios bien distintos al modelo de show business. A este punto central volveré más adelante.

Algunas consideraciones sobre la significación y las potencialidades de los cambios en las dimensiones del lenguaje, las prácticas culturales, la participación y los contenidos de la cultura digital

“Así la pregunta de qué está cambiando en las prácticas culturales tiene a mi juicio una sola respuesta válida. Está cambiando todo, por dos razones: a) porque el régimen de comunicación digital reconfigura la forma de acercarnos a cualquier práctica e integrarla en nuestra vida cotidiana (convergencia y autocomunicación); b) y el proceso de globalización ha creado un escenario de códigos culturales coexistentes, concurrentes, interconectados, competidores, que no pueden funcionar sin una interpelación constante de unos a otros, sin conflictos y dilemas” (Ariño, 2010).

a) La hegemonía del lenguaje digital y la producción de una metacultura

La evolución en el desarrollo de la red de redes no se detiene, sin embargo, en la Web 2.0, y ya se nos han anunciado nuevas etapas: la Web semántica (Web 3.0), que localiza contenidos mediante máquinas de búsqueda con algoritmos personalizados y documentos enriquecidos de metadatos, y la Web ubicua (4.0), que tendría la capacidad de conectar todo con todo mediante agentes virtuales inteligentes que simularían las operaciones que, por ahora, realiza solo la mente humana. Y apenas empezamos a intentar comprender sus lógicas y aportaciones, ya estarán desarrollándose nuevas. El fenómeno que esta hegemonía del lenguaje digital instala -caracterizado, según Ariño (2010), por la conectividad, movilidad y globalización de los flujos de signos- no solo afecta profundamente toda nuestra vida cotidiana, desmonta la centralidad de la comunicación letrada y del libro en la conceptualización de la cultura, instala la figura de los “prosumers”, cuestiona los criterios de movilidad, o sea los perfiles y las pautas de acceso a los bienes y servicios culturales; desmonta la diferenciación conocida de espacios y campos de la cultura (información, entretenimiento, comunicación), incorpora nuevas realidades y objetos (las redes, las comunidades virtuales, el hipertexto, etc.) sino que, y por encima de todo esto, produce la meta-cultura.

“¿Qué entiendo por meta-cultura? Denomino con este término a la resultante de un proceso de creciente integración, propiciado por Internet, de todas las formas culturales, pasadas y presentes, que ahora se encuentran (real o potencialmente) accesibles al individuo mediante conexión en cada pantalla. Al hablar de integración no me refiero a la creación de una

estructura interrelacionada en el sentido que la primera antropología dio al concepto de cultura como sistema integrado o totalidad de sentido, ni tampoco a la idea imperante durante el auge del nacionalismo estatal de que a un Estado le correspondía una sociedad y una cultura nacional, sino a un fenómeno infinitamente más extenso pero también más difuso e inconexo, menos unificado; más informal, pero no menos real, derivado de que el medio virtual es el espacio de la realidad, de toda la realidad, ya que es un hiperespacio constituido por la confluencia de los diversos medios” (la nube, el cloud computation) (Ariño, 2010).

La meta-cultura se basa en el lenguaje digital y, en consonancia con estos tiempos, es un término polisémico: a) es una post cultura porque está más allá de las culturas de los pueblos (etnoculturas) y de la de las sociedades naciones (socioculturas), pero no es su síntesis; b) es una amalgama de personas y cosas confusamente mezcladas, un “*efecto collage no predeterminado por nadie en concreto y resultado de la acción de todos*”, pero no es la sumatoria de acciones o aportes individuales y cada uno de sus componentes culturales “*puede ser seleccionado y apropiado por cada sujeto como un producto único, separado, discreto, dislocado de las tradiciones o nichos originarios y mezclado o recombinado con elementos muy dispares*”; c) “*alcanza una dimensión de absoluta inconmensurabilidad para el sujeto individual y, por tanto, eleva a su máxima expresión la tensión entre la cultura subjetiva y la cultura objetiva*”; d) la producción del significado se da en el territorio fluido y ubicuo del hipermedio, en lugar del concreto y conocido de la lecto-escritura; e) constituye el universo más extenso que pueda imaginarse de acumulación de cultura objetivada y constantemente reproducida y renovada (mediante la inteligencia colectiva); f) genera un nuevo tipo de capital cultural, el capital técnico específico del régimen audiovisual que reclama de una nueva competencia: la de operar en y con la inteligencia colectiva en el mundo virtual; g) faculta la convergencia multimedia (de lenguajes y contenidos), transforma las modalidades de participación cultural e instala nuevas formas de diversidad cuestionando la preconizada homogeneidad; h) por un lado, “*conlleva desterritorialización, dado el carácter inmaterial del lenguaje digital, pero de otro adquiere una nueva importancia la localidad, en el sentido de la relevancia que tienen los nichos socioecológicos culturales (de la creatividad, de la innovación, de la tolerancia) donde uno elige el espacio social donde se asienta con sus afines*”; i) transforma la relación entre la esfera pública y la privada, como lo demuestran las luchas en torno a la propiedad intelectual (Copyright), la autoría colectiva y la libre circulación de los flujos de significado que, como vimos, promueve el movimiento Open.

Por todo ello, “*el nuevo universo de la meta-cultura resulta inconmensurable para el sujeto y para su cultura subjetiva (el concepto es de Simmel), y genera ambivalencias, contradicciones y dinámicas específicas*” (Ariño, 2010) , y, lo crucial para mi trabajo, fortalece y fundamenta mi pregunta sobre si las políticas culturales actuales, y específicamente las de Panamá y de América Latina, buscan, se proponen potenciar la esfera pública y los flujos de significado como bienes públicos o los dejan en manos del mercado con su actual estructura dominada por las grandes corporaciones, cómo veíamos en el punto anterior. Esto porque, si bien ya no se discute conceptualmente que el lenguaje digital y la nueva organización de las comunicaciones traen consigo nuevas y mayores oportunidades, sabemos que la utilización del ordenador, el teléfono inteligente e Internet no están distribuidos equitativamente ni todos los grupos poblacionales conocen y realizan un uso máximo de todas las oportunidades y posibilidades que brindan y, menos aún, desde los mismos patrones de relevancia.

Ariño (2010) apunta que las tendencias muestran una correlación inversa con la edad, de manera que son los más jóvenes los que tienen tasas de uso más elevadas y, en la medida en que

aumenta la edad, desciende la utilización tanto del ordenador como de Internet. Asimismo, la propia penetración del ordenador y de Internet están relacionados con los ingresos netos del hogar y las variables educación y ocupación definen un escenario de desigualdades: a mayor nivel educativo, mayor utilización de ambos. Por su parte, el uso de las TIC está directamente relacionada con la ocupación de la persona y con el hecho de ser activa o no: son las que se dedican a las tareas del hogar o las que están jubiladas las que presentan los porcentajes más reducidos y estas variables se cruzan y potencian con la edad, mostrando el efecto generacional.

b) Las prácticas culturales y la regularidad de las lógicas de la diversidad y la desigualdad

Una definición rigurosa de la cultura nos dice que “*consiste en un conjunto de significados (un sistema significativa como sostiene Geertz), sea cual sea el nivel de desarrollo de los mismos (creencias o ideologías) o el grado de integración que presenten*” (Ariño, 2010). Pero, de forma más sencilla, podemos concebirla como el conjunto de prácticas que nos permiten organizar la vida social, darle sentido al mundo y a la existencia personal. En la línea que vimos en los *Estudios Empíricos* sobre los efectos y usos de las medias por la audiencia, en las sociedades contemporáneas tienen un fuerte desarrollo las encuestas de hábitos y prácticas culturales. Si bien representa una visión administrativa-académica de la cultura y por tanto, parcial, estas encuestas suelen ser la principal fuente de información disponible para saber ¿qué hacemos las personas y cuáles pueden ser las variables que permiten comprender cómo se distribuyen nuestras prácticas, hábitos y preferencias?

Existen, fundamentalmente, dos enfoques para la interpretación de esta información: a) el clásico de Bourdieu, que postulaba la existencia de una clasificación jerárquica de las preferencias y prácticas culturales, de los campos de preferencia, que se corresponde con la estratificación social por clase (presentado en el apartado Las teorías de masas: principales hitos de las corrientes críticas y cuestionamientos); b) la del individualismo, sostenida desde el marketing y que afirma la soberanía del consumidor que elige y crea sus gustos culturales según su placer, según lo que quiere, por lo que el rol del mercado es poner a su disposición sus preferencias, dando continuidad a las encuestas de uso y gratificaciones de las corrientes que agrupamos en las teorías de las audiencias activas.

Sin embargo, las múltiples encuestas y estudios internacionales demuestran que las preferencias y prácticas culturales siguen determinadas regularidades y, aunque hay grandes variaciones individuales dentro de las distintas categorías resultantes, los gustos no son singulares sino que siguen ciertas regularidades que obedecen a dos lógicas bien distintas: la de la diversidad y la de la desigualdad. “*El consumo cultural -afirma Tak Wing Chan- se halla diferenciado por género, edad y otras variables sociodemográficas y se encuentra estratificado por la educación, los ingresos y el estatus social*” (Ariño, 2010).

Estos estudios también facultan una aproximación a categorías diferenciadoras de públicos. “*La transformación de la esperanza de vida con su consiguiente democratización y las rápidas transformaciones tecnológicas han generado una sociedad de edades (en el sentido de que la edad y la generación se convierten en un factor claramente diferenciador de las prácticas). En el último siglo, cada oleada tecnológica ha marcado duraderamente a una generación: quienes vivimos en la infancia la escolarización universal hemos sido marcados por la cultura letrada y los nativos digitales desarrollan habilidades y competencias para las cuales nosotros no nos hallamos predispuestos.*” (Ariño, 2010). La música es un ejemplo indiscutible de la capacidad estructuradora de las preferencias de las categorías de edad y generaciones.

También al interior de las generaciones se pueden generar agrupamientos: las personas de edad avanzada con tiempo y mayoritariamente con buena salud que deben definir sobre la marcha sus preferencias ante un escenario nuevo (opción entre continuidad e innovación). En el otro extremo, las generaciones más jóvenes que viven inmersas en la cultura móvil y que constituyen la primera generación que dedica más tiempo de su vida a actividades no supervisadas por los adultos. Entre ambas generaciones puede caracterizarse a la madura -que está próxima a la jubilación- y que es la primera que ha vivenciado y adoptado, siempre en función -claro está- de su posición social, la autorrealización y la autonomía personal.

Por su parte, la variable estadística sexo y la categoría sociológica género facultan el análisis de pautas de diversidad de preferencias que responden a la construcción social de las desigualdades de género y a las desigualdades al interior del colectivo femenino (ejemplo mujeres universitarias y trabajando frente a amas de casa) pero se registra una tendencia general respecto a que las mujeres somos culturalmente más activas que los varones y más omnívoras pero, a la vez, seguimos participando en mucha menor medida en la creación y producción cultural.

Otro elemento de transformación de las sociedades contemporáneas son los flujos migratorios y la creación de un mundo multicultural. Las poblaciones migrantes tienen orígenes y marcos culturales propios, que suelen ser bien distintos a los de población receptora, lo que puede generar distintas modalidades de enclaves etnoculturales que transitan desde el predominio del aislamiento por voluntad propia o por rechazo, a una integración plena que se concreta en una configuración nueva de prácticas culturales integradoras de las de origen y destino (yo suelo denominarlas “una herida en la raíz por la que se cuele savia nueva”), pasando por distintos procesos de aculturación. Asimismo, se distribuye territorialmente en la comunidad receptora y esto genera, a su vez, otros enclaves etnoculturales específicos; todo lo cual plantea el desafío de la interculturalidad.

La diversidad étnica constituye asimismo, en América Latina sobre todo, un factor clave para interpretar la diferenciación de las prácticas culturales pero, sobre todo, la estratificación social existente en los procesos de creación, producción y consumo cultural. Amplias (y mayoritariamente marginadas) poblaciones indígenas y afrodescendientes constituyen comunidades con una gran riqueza simbólica que, sin embargo, cuentan con una muy escasa participación como agentes culturales reconocidos, una realidad que no puede comprenderse, ni abordarse, partiendo exclusivamente de los ejes educación/ingresos/estatus social a los que se refiere Tak Wing Chan. En este sentido, merece la pena considerar las sustantivas aportaciones procedentes de autores tales como Boaventura de Sousa Santos, Arturo Escobar o Ramón Grosfoguel, quienes cuestionan los paradigmas tradicionales del desarrollo (e incluso sus alternativas) al sustentarse estos, según su opinión, en un edificio político, socioeconómico y, por supuesto, cultural que mantiene sus fundamentos anclados en una colonialidad del poder todavía vigente en la mayoría del planeta. Indios y negros fueron diezmados, sometidos, esclavizados y contruidos desde el poder colonial como “no seres”. *“La mayor parte en ese sistema-mundo está en la zona del no ser, son sujetos cuya humanidad no es reconocida como tal, hay una minoría del mundo que está en la zona del ser cuya humanidad es reconocida. Ahí las identidades, conocimientos, espiritualidades, formas de ser y vivir, son privilegiadas o consideradas como superiores de otras formas de vivir, de ser, de estar, de pensar, de rezar, etc. que son inferiorizadas. En la zona del no ser, el sistema utiliza la violencia y la desposesión para administrar y gestionar los conflictos. No puedes entender lo que se vive en la zona del no ser con las teorías críticas que se producen desde la zona del ser y viceversa”* (Grosfoguel, 2013). En esa medida, *“el fin del colonialismo político no ha significado el fin del colonialismo*

en las mentalidades y subjetividades, en la cultura y en la epistemología que, por el contrario, continuó reproduciéndose de modo endógeno” (Sousa, 2010).

La economista e investigadora mexicana Ana Esther Ceceña (2012) muestra cómo esta visión va mucho más allá de reivindicar el rol socioeconómico, político y cultural de estas mayorías expoliadas por el poder sino que propugna un nuevo pensamiento que rescate y ponga en valor para el conjunto social otras voces, otras experiencias e, incluso, otro horizonte civilizatorio: *“La situación de insustentabilidad civilizatoria a la que se llega en torno al cambio de milenio obliga a pensar el horizonte en términos sistémicos y a confrontarlo desde los inmanentes epistémicos que provienen de las cosmovisiones heredadas y reconstruidas a lo largo de los últimos 500 años. Desde sus orígenes, cosmovisiones, organizaciones societales, imaginarios y conexión/pertenencia con la Madre Tierra se mantuvieron como los espacios refugio desde donde se gestaba la resistencia”*. A ello me referiré con mayor detalle en el apartado siguiente.

Con todo, y aunque sostengo que la etnia no puede ser desconsiderada en este análisis y que estoy convencida de que estas miradas sobre el desarrollo nos convocan a repensar muchas de las categorías sociales y culturales vigentes, no cabe duda de que una regularidad que se da a nivel universal es que el consumo cultural está estratificado por el nivel educativo, los ingresos y el estatus y, si bien no se ha establecido cuál es el más determinante, hay cierto consenso de darle a la clase social menor importancia que en el pasado.

Asimismo, es imprescindible tener en cuenta la estructura de cada sistema educativo. En los sistemas educativos maduros con alta esperanza de vida escolar media de los niños, claramente el principal factor de discriminación de los estilos y prácticas culturales es el nivel educativo. Pero, si se está ante un sistema que combina alta educación terciaria con una también alta tasa de abandono y fracaso escolar temprano -como se da en España, pero también en muchos países de América Latina- se estará ante un contexto en el que las desigualdades en el capital educativo tienen una extraordinaria capacidad de producir y reproducir desigualdades en los distintos campos de preferencia y práctica cultural.

Algunos autores que confrontan con Bourdieu, retoman el concepto weberiano de estatus, que expresa una jerarquía social de superioridad, igualdad o inferioridad, que está relacionada con los estilos de vida y con la identidad personal y que se ponen muy habitualmente de manifiesto en la confortabilidad con determinados encuentros y/o espacios de interacción social (*“En la ópera no espero encontrar gente como yo”*; *“los conciertos de música clásica no son para gente como yo”*). Desde esta posición, el consumo cultural distintivo se constituye en un medio para establecer y mantener un estatus privilegiado que, además, puede estar asociado o favorecido por identidades ocupacionales, lo que ocurre habitualmente al interior de las “clases altas”.

“Lo que, sin duda, es incuestionable es que el consumo cultural está muy lejos de ser una mera expresión del gusto y de la elección individual” (Ariño, 2010).

“En conclusión, cuando estudiamos la estratificación social y su relación con el consumo y la participación cultural aparece una pluralidad de universos de valor, porque los bienes culturales tienen una naturaleza singular, que les diferencia de otros tipos de bienes: no son rivales, el consumo de un bien (una pieza de música, la mirada al David de Miguel Ángel) por una persona no impide el consumo del mismo bien por parte de otra. De ahí que existan muchos universos culturales alternativos, complementarios o concurrentes. Pero, además de diversidad, también hay desigualdad, basada en el estatus, en la ocupación, en la clase y, muy singularmente, en el nivel educativo. Los estudios recientes muestran más bien que, aunque

existen configuraciones y divisorias culturales, estas dependen de múltiples factores” (Ariño, 2010).

- c) La habilitación de la omnivoridad y la diversidad cultural para la superación de la clásica mirada dicotómica de la cultura.

Como vimos, la teoría de la omnivoridad fue elaborada por Peterson, también como crítica a Bourdieu, y hoy se aplica mucho en el análisis de la forma de distribución de las prácticas y ante el reconocimiento de que, actualmente, el consumo cultural se ha desplazado desde el eje vertical fundado en la distinción entre alta cultura y cultura popular hacia un eje horizontal caracterizado por la combinación de géneros y prácticas clasificados en niveles diferentes. La omnivoridad se entiende como esta capacidad nueva de los actores para mezclar formas distintas en un único menú (música clásica y ópera, rock y folk, teatro y karaoke; novelas y deporte; etc.) o sea hacia la mixtura cultural.

Ha sido una teoría muy debatida, pero su verificación empírica mediante encuestas ha confirmado su validez interpretativa, aunque con algunos matices: se confirma que la apertura y tolerancia se ha instalado como valor consensuado, pero también se alerta sobre la existencia de muchos tipos de omnivoridad, siendo determinante el capital educativo y los ingresos medios altos, por lo que la apertura omnívora y multicultural se constituye en un criterio de distinción para las clases medias altas o, más específicamente, para el agrupamiento social determinado por el tipo de conocimiento que se posee; o sea, no toda la élite es omnívora. Esto significa que no puede sostenerse que, en la sociedad contemporánea, ya no hay fronteras y gustos estigmatizados, *“pero no son fronteras de clase y no cuentan con una vigilancia policial muy estricta”* (Ariño, 2010). Otros autores postulan la apertura a la diversidad cultural o el eclecticismo (combinación de prácticas disonantes): se trata de denominaciones diferentes para señalar la flexibilidad de los gustos, la existencia de combinatorias y la acumulación. Lo que también se ha constatado es que en la clase obrera con niveles educativos bajos no se detecta la omnivoridad. Por su parte, Ariño (2010) propone avanzar hacia un concepto más amplio, el de régimen de práctica cultural, y estudiar los tipos de regímenes predominantes desde la convicción de que lo que importa no es solo qué es lo que se consume (ingredientes del menú) sino la organización y modalidad del consumo, criterio que, personalmente, me resulta mucho más potente para mi universo de análisis.

- d) La necesidad y potencialidades de una redefinición de los contenidos de las políticas de la cultura digital desde un enfoque sistémico e integrador de lo local y lo mundial, el individuo y la comunidad.

Frecuentemente al analizar los datos de las encuestas sobre participación cultural pero también - y esta para mí es una cuestión central- en la conceptualización y/o en la implementación de las políticas culturales, se hace como si las prácticas culturales fueran actividades inconexas y como si cada marco nacional pudiera autocontenerlas. *“Pero la realidad es que en el mundo de los flujos de signos y de los flujos de personas (migraciones y multiculturalidad), la geografía cultural también se torna compleja y el mapa de códigos culturales predominantes es una resultante de la combinación de diversas dimensiones”*.

Manuel Castells sostiene como hipótesis que el proceso de transformación cultural actual evoluciona a través de dos grandes ejes bipolares: *“la oposición entre globalización e identificación y la brecha entre individualismo y comunismo”* (Castells, 2010). Estos polos son definidos en función de las creencias y valores de individuos y grupos. Así, la globalización

conlleva la aparición de un conjunto de valores y creencias específicos que, en gran medida, se comparten en todo el mundo y tiene tres grandes manifestaciones: cosmopolitismo, consumismo y multiculturalismo; por su parte, la identificación designa valores y creencias en los que se reconocen determinados grupos (bien de adscripción, bien de elección); el individualismo hace referencia a creencias y valores que dan prioridad a las necesidades, deseos y proyectos de cada individuo; mientras que el comunalismo comporta la superioridad de la comunidad y su imposición como instancia de mediación con cualquier poder. La combinación de estos dos ejes produce cuatro modelos culturales básicos de la sociedad global: consumismo (representado por las marcas), individualismo en red, cosmopolitismo (ya sea político, ideológico o religioso) y multiculturalismo”.

Ariño (2010), valorando la identificación de los ejes de Castells como una herramienta hermenéutica poderosa que tiene en cuenta conjuntamente lo espacial y lo social, propone una modificación en su denominación por entender que el cosmopolitismo y consumismo también son formas de identificación. Como se observa en el esquema siguiente, postula como polos: lo local y lo mundial de un lado y, del otro, individuo y comunidad, con lo que nuevamente coincido y me resulta un aporte sustantivo para mi análisis.

	LOCAL			
INDIVIDUO	LOCALISMO <ul style="list-style-type: none"> • Autonomía personal • Redes • Nueva ruralidad • Circuitos de estatus 		COMUNITARISMO <ul style="list-style-type: none"> • Nacional, religioso, • estético. • Enclaves etnoculturales: derechos de grupos 	COMUNIDAD
		MARCOS GENERALES DE SIGNIFICADOS		
	INDIVIDUALISMO <ul style="list-style-type: none"> • Consumista • Mercado • Cultura como mercancía 		COSMOPOLITISMO <ul style="list-style-type: none"> • Globalización • Humanidad como comunidad imaginada • Nueva definición de la esfera pública 	
	MUNDIAL			

Este planteamiento se basa en las interrelaciones y concurrencias de los códigos culturales y contrarresta el universalismo abstracto de los derechos que ha fundamentado las políticas de asimilación cultural, así como proponiendo un universalismo concreto que sea capaz de integrar la pluralidad, funcionando “*pragmáticamente mediante la cultura del compartir, de la mediación, de los protocolos. Esto es la Internet*” (Ariño, 2010). Asimismo, este marco de referencia faculta y da sostén a una redefinición de la pertenencia local, social y comunitaria que, simultáneamente, permita y fomente la autonomía personal desde la convicción de que las normas y prácticas del grupo de pertenencia “*no pueden sofocar la libertad individual*”.

Es un enfoque que traspasa las dicotomías clásicas, las categorías binarias de análisis, y nos aporta un marco mucho más holístico y abarcador de la complejidad y convoca a una

redefinición de las políticas de democratización y de democracia cultural que haga compatible el acceso al capital cultural común y la construcción de una diversidad que sea reconocida pero también compartida; la distribución y el reconocimiento, la lucha contra las desigualdades y la consideración de las diferencias.

Por último, como concluye Ariño (2010), *“aún cabe extraer otra consecuencia para las prácticas culturales: cuando se habla de hipermedio, de hipertexto, como lugares de convergencia de modos y canales de comunicación, se tiende a olvidar que dicha convergencia se produce, como ha señalado Richard Jenkins, en las mentes de los sujetos que son capaces de integrarlos en sus rutinas cotidianas y en sus pautas de interacción”*.

No quiero finalizar este apartado sin llamar la atención sobre la enorme utilidad y aplicabilidad de los enfoques sobre diferenciación/estratificación social de las prácticas culturales, así como los relativos a los grandes polos en los que se despliegan los (radicales) procesos de transformación cultural que experimentamos actualmente (individuo/comunidad y local/mundial), en las dinámicas de creación, producción y emprendimiento cultural (y no solamente en el consumo). Del mismo modo, me parece muy relevante la comprensión de las prácticas culturales considerando la subjetividad. Espero aportar en esta tesis alguna información de interés al respecto, si bien creo que merecería la pena abrir futuras líneas de investigación que muestren la pertinencia de este modelo de análisis para la comprensión integral del conjunto de actividades que abarcan las economías culturales del siglo XXI.

No obstante, confieso que me queda la (gran) inquietud no resuelta acerca de cómo integrar en estos modelos y reflexiones los enfoques de la diversidad cultural y las jerarquías sociales basadas en factores clave como *la etnia y el género*, que no solamente representan una llamada de atención sobre la relevancia de los sujetos correspondientes en tanto que protagonistas de la acción cultural, sino que habrían de implicar un reconocimiento y consideración central de su subjetividad, experiencias y pensamientos (más holísticos) sobre el mundo en todos estos análisis. Porque, después de todo, puede apreciarse -mediante una estricta enumeración de los autores relevantes citados en este epígrafe (y también, como veremos, en el siguiente)- hasta qué punto son abrumadoras las *“voces masculinas blancas”* quienes han conducido, hasta la fecha, todo el pensamiento sobre la sociología cultural y del desarrollo.

Tomo prestadas de la socióloga feminista María Ángeles Durán (2008) las palabras que yo no soy capaz de expresar para poner de manifiesto mi inquietud, y también, mi impotencia.

“Sería pedir demasiado que, en el corto tiempo de un par de generaciones, las recién llegadas creasen un monumento de ideas similar al que la acumulación de siglos ha creado durante su ausencia. Falta lenguaje, depuración de conceptos; tiempo, en definitiva, para transferir la experiencia de la vida a las ideas. Pero no se puede olvidar que esta experiencia ha sido distinta y lo sigue siendo y que todavía siguen sin voz pública la mayoría de las mujeres del mundo. Por si no fuesen pocas las dificultades de emerger, de crear consciencia y lenguaje, y de hacerse oír, a ello se añade el frágil estatuto intelectual de la experiencia innovadora. ¿Cómo marcar los límites entre la experiencia personal y la anécdota? ¿Cómo elevar la experiencia conocida, todavía tan escasamente explícita y sistematizada, al nivel de categoría?”.

“Para equilibrar perspectivas, no basta que las mujeres –y otros grupos sociales tradicionalmente excluidos– razonen y transfieran sus experiencias sobre sí mismos, sino que han de hacerlo sobre los otros y sobre el conjunto. En ese sentido, cualquier aportación desde las perspectivas innovadoras es al mismo tiempo un avance y una aspiración frustrada; porque, por comparación con el complejo edificio de las ideas ya tratadas, de los millones de experiencias «otras» que han filtrado y les dieron la base experiencial para transformarse conceptualmente, los esfuerzos por filtrar y conceptualizar las experiencias nuevas son muy modestos, muy insuficientes. Intelectualmente, la apuesta conlleva inevitablemente el desgarramiento de saberse parte de una cultura construida sobre experiencias ajenas y de carecer al mismo tiempo de elementos suficientes para construir la propia y fundirla”.

2.2 Un recorrido por la evolución de los conceptos de desarrollo y, especialmente, de desarrollo local, así como de su relación con la perspectiva de género y el enfoque de derechos humanos, de cara a interpretar las realidades plurales del mundo presente

En el apartado anterior he pretendido realizar un repaso a las aportaciones que, desde el campo de la sociología de la cultura, brindan un marco de interpretación a mi trabajo. Pero, dado que este se refiere más específicamente al campo de la creación/producción cultural, y en particular a la figura de las y los emprendedores culturales, he creído conveniente añadir a este capítulo un abordaje -aclaro que sin pretensión de exhaustividad- de la cuestión desde la sociología del desarrollo (con énfasis, sobre todo, en el desarrollo local), un campo que resulta mucho más afín a mi propia experiencia, al llevar desempeñándome en él desde hace ya bastantes años. Y un campo que resulta aquí de obligada referencia pues, al margen del mismo, no es posible comprender las lógicas de los discursos, políticas y prácticas que serán, posteriormente, objeto de mi análisis. Tras ello, en el punto siguiente (2.3) me referiré, entonces sí, al espacio de convergencia entre cultura, desarrollo y emprendimiento, desde la visión de las políticas internacionales más relevantes.

Comenzaré por señalar que, al igual que lo que sucede con la cultura, no existe una perspectiva común sobre lo que se entiende por desarrollo, sino que el propio concepto cuenta con una dilatada, compleja y paradójica trayectoria, no solo en función de los distintos -e incluso enfrentados- posicionamientos que existen sobre él sino, también, en virtud de su constante evolución para responder al surgimiento de nuevos desafíos e intereses. Y es que, a medida en que se han ido estableciendo límites a cada perspectiva, se han incorporado nuevas dimensiones y énfasis dentro de un debate en el cual las palabras han sido y son -también- un lugar de consenso y de batalla. Sin embargo, es hoy cuando este debate conceptual adquiere su máximo sentido y vigencia porque, nunca como ahora, han estado tan cuestionados los modelos hegemónicos de desarrollo, así como el propio concepto en sí.

“En el amplio campo de intersección entre ética, valores, y desarrollo, se observan no pocas contradicciones. Una muy notoria radica en que en tanto la práctica del fomento al desarrollo, es decir, las políticas, programas y proyectos, muestra una orientación materialista, segmentada, analíticamente cartesiana, invirtiendo sistemáticamente el orden lógico entre fines y medios; por otro lado, los referentes intelectuales más citados, como Hirschmann, Sen, Furtado, Streeten, Max-Nef, Goulet, Lebret (+), y otros, plantean posturas profundamente éticas y remarcan la naturaleza axiológica del desarrollo” (Boisier, 2003).

Esta dualidad entre las dimensiones descriptiva y normativa del desarrollo, que se acompaña de concepciones opuestas del mundo así como del modo en que se ejerce el poder en él (quién, qué, para qué y cómo), fue ya magistralmente desvelada hace casi medio siglo, con palabras que mantienen hoy en día su plena vigencia: *“El desarrollo necesita ser redefinido, desmitificado y arrojado al ruedo del debate moral”*, escribe el discípulo norteamericano de Le Bret, Dennis Goulet (1971, p.xix), y para ello nada mejor que recuperar el pensamiento del maestro de Goulet, el cura dominico francés Joseph-Louis Le Bret quien en su famosa obra *Dinámica concreta del desarrollo* dijo: *“La mayoría de los expertos no se atreven a enfrentarse con la cuestión de los valores ni, en consecuencia, con la de los objetivos de óptimum humano que hay que proponer.[...] Al no estar resuelto el carácter previo de la escala de valores, gran parte de los escritos sobre el desarrollo y de los estudios concretos para el desarrollo lanzan el mundo a una gigantesca aventura. Son indiscutibles la buena voluntad y la competencia especializada de la mayoría de los expertos y de los asociados a la cooperación técnica; pero, si se hiciese el inventario crítico de los esfuerzos y de los gastos inútiles y a veces perjudiciales que se han hecho, debería llegarse a la conclusión de que es necesario examinar de nuevo la noción del desarrollo. Algunos autores que tratan del desarrollo, adolecen de la cortedad de miras de su concepción metafísica. Están aprisionados por una teoría del poseer y de la extensión de la posesión, cuando en realidad habría que subordinarlo todo a ser-más y elaborar una teoría y una praxis del ser-más que comprendiese la utilización civilizadora del poseer”* (Le Bret, 1969, citado en Boisier, 2003).

Así pues, el concepto de desarrollo, al igual que el de cultura, no solo es polidrico sino que ha evolucionado de forma no lineal, agrupando diversas perspectivas que se han ido confrontando o sumando entre sí, desordenada y/o contradictoriamente, pero en su mayoría alineadas en torno a dos grandes corrientes: la materialista y la humanista. En relación a la extremadamente redundante adjetivación del desarrollo, Boisier se pregunta hasta qué punto *“se ha producido paulatinamente una verdadera polisemia en torno al desarrollo, es decir, una multiplicidad de significados, cada uno de los cuales reclama identidad única en relación al adjetivo con que se acompaña el sustantivo “desarrollo”. Así se asiste a una verdadera proliferación de “desarrollos”: desarrollo territorial, desarrollo regional, desarrollo local, desarrollo endógeno, desarrollo sustentable, desarrollo humano y, en términos de su dinámica, desarrollo “de abajo-arriba” (o su contrapartida, “del centro-abajo”) y otros más.* (Boisier, 2011: 6).

Con Amartya Sen, la teoría del desarrollo surge como disciplina en la segunda mitad del siglo XX, conservando en su perspectiva económica el espíritu de los clásicos, pero configurándose como una disciplina nueva, con nuevos objetivos y métodos. En este contexto, y siguiendo a Sen, las teorías del desarrollo se agruparían en: (1) las teorías duras del desarrollo, que consideran a este como un proceso estrictamente económico, en las que se incluyen la teoría de la acumulación, la teoría de la modernización y la teoría de la dependencia, entre otras; y (2) las teorías amables del desarrollo, que consideran este como un proceso amigable, destacando la cooperación entre los individuos y para consigo mismos. Entre ellas se incluyen las reflexiones sobre el desarrollo sostenible, las teorías del capital humano y capital social, el enfoque de la satisfacción de las necesidades humanas y, finalmente, el desarrollo humano (en el que se incluyen también aspectos de las teorías duras del desarrollo) (Bedoya, 2010).

“No creo que el concepto de desarrollo haya cambiado desde entonces. Había trabajos teóricos sobre desarrollo antes del IDH en los 70 y 80. (...) Pero desde entonces, los trabajos siguen básicamente la misma línea, reemplazando características de propiedad, medios y posesión de ingreso, por características que tienen que ver con la vida humana y la libertad de la gente

para vivir la clase de vida que valora según su propio raciocinio. (...) Así que el cambio ha sido desde materias primas hacia la libertad y las capacidades de las personas, y ese cambio aún sigue en pie" (Sen, 4 de noviembre 2010).

En realidad, tras las diez letras que componen la palabra desarrollo se esconden buena parte de las relaciones de poder, intereses, conflictos, aspiraciones y retos de la humanidad. Me propondré por ello mantener una mirada crítica, y sobre todo humilde, a lo largo del recorrido conceptual que pretendo llevar a cabo en estas páginas, intentando alejarme todo lo que pueda de la gigantesca aventura referida por Le Bret, una aventura que desborda con creces mi capacidad y los objetivos del presente trabajo. Porque, como bien señala Sergio Boisier, *"hay que tomar distancia de una suerte de conducta viciosa del pensamiento académico latinoamericano, que se expresa, de tiempo en tiempo, en el surgimiento de "apuestas totales" en torno a ideas y conceptos que nos llegan de allende los mares y que se transforman entonces en la corriente principal sobre un determinado tema"... "La cuestión más preocupante es que estas "apuestas totales" reifican los conceptos, los elevan a categorías finalistas cuando en la mayoría de los casos se trata de cuestiones instrumentales. Pareciera que el orden lógico entre metodología y teleología se trastocara"* (Boisier, 2004).

En términos generales, puede decirse que cuatro son las dimensiones fundamentales que constituyen el principal foco de las (sesgadas) conceptualizaciones y políticas de desarrollo, con énfasis muy distintos en función de los momentos y las posiciones de los actores responsables de su impulso. Se trataría de: a) la dimensión económico-empresarial (focalizada en las condiciones del entorno económico, así como en la promoción de las empresas y los sectores productivos); b) la dimensión territorial/medioambiental (con el eje puesto en el papel del territorio, su ordenación, la preservación de los recursos naturales y de la calidad medioambiental, y, transversalmente, el nuevo rol de las ciudades como actor con voz propia en la era global); c) la dimensión social y cultural (cuyo centro son las personas y las comunidades, sus talentos y necesidades, la cultura y la diversidad) y, finalmente, d) la dimensión político-institucional (que pone el acento en el papel motor y la calidad de la respuesta de las instituciones en la articulación y catálisis de todo ese cúmulo de actores, aspiraciones y procesos).

En cada una de ellas se expresan las tensiones subyacentes entre los modelos materialistas (de corte neoliberal-economicista) y las apuestas humanistas, mucho más débiles y difusas en su capacidad de orientar estratégicamente los cambios que proponen. Las polaridades individuo/comunidad y local/global forman parte, cómo no, de esta compleja ecuación y asimismo, dentro de ella, dialogan, se cuestionan y entran en conflicto los espacios objetivos y subjetivos desde los cuales se piensa y repiensa el desarrollo.

Enumeraré a continuación las corrientes que considero más relevantes, incidiendo sobre todo en aquellas que entiendo aportan mayor valor al objeto de esta tesis, buena parte de ellas enfocadas desde y/o hacia los entornos locales.

2.2.1 Desarrollo y crecimiento económico

La noción de desarrollo y el concepto de progreso que caracteriza a la modernidad occidental se gestaron originalmente al compás de la Revolución Industrial, cuando la combinación entre un fuerte aumento de la producción industrial, la consiguiente acumulación de capital y los avances tecnológicos en curso produjeron un crecimiento económico sin precedentes, tanto en las

metrópolis occidentales como en sus colonias, pero en direcciones divergentes. El mito del control de la naturaleza por el ser humano, convertida en un recurso explotable sin considerar en ningún momento los límites del planeta, el aislamiento progresivo de la actividad económica mercantil de la esfera política, así como del resto de actividades básicas para la reproducción de la vida que no pasan por el mercado y la ignorancia de las capas sociales sin recursos monetarios suficientes para participar en él, amalgamaron los cimientos de un nuevo sistema para el cual la prioridad absoluta pasó a ser la riqueza material extraída y los procesos de acumulación (Larrañaga y Jubeto, 2011).

"Cuando dicha cuestión entró en escena durante la década de 1940, lo hizo primeramente de la mano de los progresos de la teoría del crecimiento económico... La reflexión sobre el desarrollo se hallaba limitada a la concepción elemental de (...) superar los problemas del subdesarrollo a través del crecimiento económico, aumentando el PNB. Pero resultó que esta no era una vía adecuada para pensar la cuestión del desarrollo, que se ha de vincular con el avance del bienestar de las personas y de su libertad. La renta es uno de los factores que contribuyen al bienestar y a la libertad, pero no es el único. (...) La cuestión del desarrollo, desde los inicios –en Adam Smith, en John Stuart Mill, en Karl Marx y en tantos otros—, tuvo que ver con una determinada concepción de la vida humana buena. Y esto es algo que ha de recuperarse en la investigación contemporánea sobre el desarrollo". (Sen, 12 de febrero 2006).

Sin embargo, bajo el enfoque imperante, el crecimiento económico se constituyó en una reducción práctica del concepto de desarrollo, formando parte de la base ideológica de las políticas públicas de desarrollo durante la segunda mitad del siglo XX. Esto ha tenido consecuencias sobre la evolución de los países de América Latina, que han visto la aplicación de políticas de crecimiento hacia afuera (basado en exportaciones) o hacia adentro (basado en importaciones) de manera cíclica a lo largo de dicho periodo: (...) *La adopción de conceptualizaciones de desarrollo múltiples y contradictorias a los largo del periodo, ha tenido a nuestro juicio una lógica común, que se origina en los principios de la acumulación colonial y patriarcal en América Latina; mecanismos que han fomentado la consolidación de grupos de poder y de grupos al servicio de aquéllos.*" (Figueroa, 2012).

El ingeniero y antropólogo colombiano Arturo Escobar, nos alerta sobre el hecho de que el concepto del desarrollo se refiere no solo a un proyecto económico sino también cultural. *"Es cultural en dos sentidos: surge de la experiencia particular de la modernidad europea; y subordina a las demás culturas y conocimientos, las cuales pretende transformar bajo principios occidentales. Segundo, el desarrollo y la modernidad involucran una serie de principios: el individuo racional, no atado ni a lugar ni a comunidad; la separación de naturaleza y cultura; la economía separada de lo social y lo natural; la primacía del conocimiento experto por encima de todo otro saber. Esta forma particular de modernidad tiende a crear lo que la ecóloga hindú Vandana Shiva llama «monocultivos mentales». Erosiona la diversidad humana y natural. Por esto el desarrollo privilegia el crecimiento económico, la explotación de recursos naturales, la lógica del mercado y la búsqueda de satisfacción material e individual por sobre cualquier otra meta.*"(Escobar, 2010: 22).

Ello explica que el desarrollo apareciera, por tanto, vinculado al progreso material a través de actividades de producción y consumo con base en los mercados e íntimamente asociado, en dicha medida, al crecimiento económico, cuantificado por el producto interior bruto (PIB) de un

país o región. En este marco, las teorías hegemónicas del desarrollo dieron asimismo sustento conceptual a los sistemas de dominación entre países, interpretando engañosamente el desarrollo como el proceso lineal mediante el cual los países y regiones más “atrasados” (subdesarrollados) se pondrían al nivel de los “más adelantados” (desarrollados), siguiendo sus mismas fases y alcanzando de ese modo su hipotético bienestar, como si el desarrollo y el subdesarrollo no fueran en realidad las dos caras de una misma moneda.

“A lo largo de un proceso histórico, se construían proyectos de desarrollo sustentados en una ideología del “atraso”, de que se precisaba “correr detrás de la máquina” siguiendo modelos o recetas para el progreso económico-material. De ahí derivaron discursos como el de “vamos a crecer para luego repartir” (cuando, después de concentrar, parece muy difícil repartir...)” (Monte, Keil y Soethe, 2011).

“Nos encontramos así ante una situación en que el lenguaje limita nuestros intentos de imaginar otras formas de pensar, ser y hacer; nos atrapa en las del pasado. Por ejemplo, ¿no pensamos aún que somos ‘pobres y subdesarrollados’, que ‘tenemos que desarrollarnos’? Esto constata la vigencia del ‘desarrollo’ como forma naturalizada de soñar, de pensar, hasta de ser. Y no es para menos: la creación de África, Asia, y América Latina como ‘subdesarrollados’ ha involucrado un profundo proceso simbólico y material; a esto apuntan los críticos cuando dicen que fuimos «inventados» como subdesarrollados. Una invención cultural de esta naturaleza no se desmantela fácilmente, pues involucra instituciones, individuos y comunidades, prácticas sociales, económicas, y ambientales; se despliega en todos los rincones de la vida social, y nos convoca afectivamente, en nuestras subjetividades y cuerpos. Pero nada de esto es natural”. (Escobar, 2010:23).

En este contexto, el impulso del desarrollo fue asumido, en términos políticos, como una responsabilidad centralizada de los Estados que se concretaba, por ejemplo, en la puesta en marcha de grandes planes de industrialización o de creación de infraestructuras, sin que los territorios y comunidades afectados por esas medidas participasen de la información ni, mucho menos, de las decisiones. Esta perspectiva, además de no reconocer la interdependencia existente entre la riqueza de unos y la pobreza de otros, tampoco se haría eco -como cabe suponer- de la diversidad y la complejidad de las necesidades humanas, ni tampoco de sus fortalezas y talentos. Medir el desarrollo atendiendo solo a estos factores (como el PIB, la renta per cápita...), proporciona, únicamente y a grandes rasgos, unas coordenadas genéricas para conocer la evolución de un país o territorio en términos macroeconómicos. *“¿Qué papel juega la cultura? Es reducida a un simple catalizador del ‘avance’ económico: es un medio que puede favorecer u obstaculizar un fin. De darse esto último, los elementos culturales deberían ser erradicados ya que el desarrollo es inevitable y beneficioso para todos. De manera tal que cultura es sinónimo de objeto prescindible (...) la cultura pierde su centro como campo autónomo y se provoca un desplazamiento de la producción industrial gasto, inversión, producto exportable...”* (Olmos, 2008).

Otros aspectos no considerados, como el acceso a la salud, los derechos humanos, la igualdad de género, la diversidad cultural, la seguridad y la paz, nos sirven como ejemplo para señalar las limitaciones de esta concepción del desarrollo. Y, más allá de los factores económicos, sociales, culturales y ambientales que haya que incorporar al concepto de desarrollo para que este abarque realmente el nivel de progreso de un país, hay otro tampoco considerado: la noción de territorio (a la que dedicaré los siguientes apartados). Y sin embargo, *“El territorio no es solo una determinante geográfica, es fundamentalmente una construcción histórica y una práctica*

cultural. Construcción de referentes identitarios fundamentales para sus habitantes, con los cuales se sintetiza su historia y su memoria" (Olmos, 2008).

Esta dimensión es, a propósito, muy relevante para mí, y en ella pondré una atención especial, siendo consciente de que se trata de una perspectiva limitada en medio del enrevesado bosque conceptual del desarrollo, que no pretendo ni mucho menos cartografiar. Pero es en un entorno local redefinido por el contexto de cambios, donde ha transcurrido buena parte de mi experiencia en el campo de la economía cultural. Por otra parte, es en el mundo local o bien "(g)local" (local + global) donde se asienta una parte importante de las personas que crean y emprenden iniciativas (o que querrían hacerlo si pudieran), donde se construyen las experiencias de las micro y pequeñas empresas que configuran el grueso de esta economía y de estos empleos. En estas personas y empresas localizadas territorialmente deseo centrar mi mirada, en su participación en las industrias creativas y culturales, en su reconocimiento dentro de las políticas públicas correspondientes, en las oportunidades que encuentran (o no) para que sus proyectos prosperen y en la forma en que expresan las tensiones individuo/comunidad y local/mundial que atraviesan, también, los procesos de creación y producción que ellas y ellos protagonizan.

2.2.2 Desarrollo territorial, desarrollo endógeno

"¿Qué es el territorio? El territorio no es solamente un espacio geográfico ni la jurisdicción correspondiente a un nivel de gobierno sino que es la forma en que el espacio geográfico es habitado, socializado y humanizado (Claval, 1999). El territorio es el resultado de una red de relaciones entre los sujetos individuales y colectivos entre sí, y entre estos y el ambiente o espacio biofísico en el que se localizan temporal y geográficamente; una configuración compleja que surge de múltiples interacciones e interferencias de factores también resultado de esas relaciones. Sin embargo, a la vez que resultado, el territorio es soporte material y simbólico de la vida humana. En el contexto de estas relaciones entre sujetos y medio biofísico, el territorio es el resultado de una singular forma de apropiación, transformación y valoración material y simbólica de ese hábitat o espacio geográfico determinado (García, 1976, en García, 2006)" (Corbetta, 2009).

La asociación del desarrollo a las dinámicas territoriales representó en su momento un giro casi diríamos que paradigmático, al transformar no solo los escenarios del desarrollo sino sus propios agentes (instituciones, comunidades, personas), dando así origen al conocido como principio endógeno ("el desarrollo desde adentro"), el cual representa -sin duda- uno de los principales fundamentos del desarrollo local. Esta aproximación hace referencia a los procesos de acumulación de recursos desde los territorios. El desarrollo, por tanto, se basaría en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas locales: recursos naturales, humanos, culturales,..., es decir, el territorio concebido desde la doble perspectiva de continente y contenido. Bajo este enfoque, o al menos bajo algunas de sus aproximaciones, las personas, por primera vez, comienzan a percibirse como sujetos parte del desarrollo, no solo como objetos de este proceso, como ocurría en un primer momento.

"La endogeneidad se presenta en cuatro planos que se cruzan entre sí: el plano político, en el cual se la identifica como una capacidad para tomar las decisiones relevantes en relación con las diferentes opciones de desarrollo y, sobre todo, con la capacidad de negociar. El plano económico, que se refiere a la apropiación y reinversión regional de parte del excedente a fin de diversificar la economía regional y darle una base permanente de sustentación en el largo plazo.

En el plano científico y tecnológico, como la capacidad interna de un sistema para generar sus propios impulsos tecnológicos de cambio y, en el plano de la cultura, como una matriz generadora de la identidad socio territorial. Por eso Boisier (2003) considera al desarrollo como una propiedad emergente de un sistema territorial complejo". (Cal y Montejo, 2011:11).

Tanto los conceptos como las prácticas del desarrollo territorial y del desarrollo endógeno surgieron como resultado de las tensiones que comenzaron a producirse entre los niveles central y territorial, ya fuera por la incapacidad de las políticas centralizadas para resolver determinadas problemáticas locales, por las asimetrías en el tratamiento -favorable o desfavorable- por parte del Estado de unos territorios respecto a otros (privilegiando, por ejemplo, a las metropolitanas y cercanas a los centros de poder en relación a las rurales y periféricas), también la frustración de las regiones o ciudades más avanzadas frente a las barreras existentes para desplegar sus fortalezas, potencial y proyectos... el caso es que se comienza a abrir paso un modo diferente de concebir el desarrollo que, según muestra García Barquero implica un tránsito del desarrollo polarizado al desarrollo difuso, de la visión funcional a la visión territorial, de grandes proyectos a proyectos pequeños y numerosos, de la movilización del capital y el trabajo a la movilización del potencial endógeno, y de la gestión centralizada a la gestión local del desarrollo. (Cal y Montejo, 2011).

Noelia Figueroa se pregunta ¿Cómo pensar una idea de desarrollo distinta a la que ha motivado el desempeño de los países latinoamericanos durante el siglo XX y que ha generado "culturas de centro" basadas en el crecimiento económico y el mercado, y "culturas periféricas" marginadas? ¿Es posible que una nueva conceptualización del desarrollo permita trascender las desigualdades intrínsecas del modelo económico adoptado por los países de la región? Para esta autora hay dos elementos que contribuyen a pensar en ello: la resignificación de lo público y la noción de territorio. "Así lo público se asocia a aquello que es de interés y utilidad común (...) Es necesario avanzar a una idea de lo público que se asiente en identidades locales". Desde su punto de vista, por una parte, "una política pública en tales circunstancias debe ser el resultado de la participación social y de la convergencia en aspectos de la vida en común que es necesario normar para la sana convivencia y la justicia; y por otra parte, "es posible encontrar en el territorio una escala local donde (...) se hace necesario contrastar las diversas nociones de desarrollo. (Figueroa, 2012).

El principio endógeno, según algunas visiones (Monte et al., 2011), asume que el desarrollo comienza dentro de los individuos, dentro de los colectivos, de las instituciones y las comunidades. La razón es simple: cuando se habla de desarrollo, no se está hablando solo de la cantidad de producción de riquezas económicas sino del desarrollo de los individuos, los colectivos, las instituciones y las comunidades humanas.

Dentro del concepto de desarrollo endógeno encaja asimismo el principio de la apropiación local, que John Saxby (2003) define como las relaciones entre las partes involucradas en el desarrollo (gobiernos estatal y local, empresas, asociaciones, personas,...) y, en particular, a las capacidades de estas de ejercer poder o influencia para establecer y asumir la responsabilidad de una agenda de desarrollo, y para reunir y mantener el apoyo necesario para ello.

La apropiación local guarda una amplia relación con la participación de la población local, el arraigo de los organismos ejecutores en el territorio y, por último, con la transparencia y responsabilidad compartida entre las partes interesadas en el desarrollo.

También, a la hora de caracterizar los procesos de desarrollo local, algunos autores hablan del concepto de desarrollo local de proximidad o las políticas de desarrollo de proximidad, que -nuevamente- son aquellas que toman al territorio como el referente principal.

García y López (2011) explican el desarrollo local de proximidad en relación a cuatro dimensiones básicas:

- a. La dimensión cognitiva, referida al conocimiento común y compartido en un territorio.
- b. La dimensión simbólica, en cuanto las personas se sienten parte de una comunidad y comparten prácticas comunes en los ámbitos de la política, economía, cultura y economía.
- c. La dimensión interactiva, que hace referencia a las interacciones repetidas y mecánicas resultado de vivir en comunidades locales (colegios, tiendas, centros de salud, parques,...).
- d. La dimensión democrática, en cuanto que en territorios de menor tamaño es mucho más fácil acceder a las estructuras de participación local.

Esta panoplia de conceptos que apelan a la endogenia, la apropiación y la proximidad otorgaron carta de naturaleza a maneras cada vez más diversas de pensar y hacer el desarrollo en función de las características de cada realidad territorial específica. Y, así, comienzan a ganar fuerza nuevas adjetivaciones del término desarrollo, entre las cuales habremos de destacar principalmente dos: el desarrollo urbano y el desarrollo rural. Y es que, como resulta obvio, la vida, problemas y oportunidades de las ciudades (más si son megalópolis como las que existen en numerosos países de América Latina), tienen muy poco que ver con las de una pequeña aldea, y las alternativas (económico-productivas, institucionales, medioambientales, de movilidad y conectividad tanto física como digital, de empleo e inclusión social, de traducción de los impactos globales, etc.) difieren radicalmente entre sí. Por ello, los niveles de especialización (tanto en lo teórico como en la práctica) van profundizándose cada vez más generando disciplinas y terminologías propias. En ese sentido, puede decirse que algunos de los grandes desafíos se encuentran en cómo conseguir equilibrar el grado de importancia y prioridad que se le otorga a unos territorios frente a otros (urbanos frente a rurales, centrales frente a periféricos), pero también en de qué manera poder pensar verdaderamente lo rural desde sí mismo y no solo a través de categorías ‘prestadas’ de lo urbano mientras que, paradójicamente, toca también repensar unas interacciones entre lo urbano y lo rural cada vez más abundantes e intensas, hasta el extremo que las fronteras entre ambos mundos están cada vez más diluidas y son crecientemente interdependientes, desde unas asimetrías y relaciones de poder -eso sí- donde el dominio corresponde a un mundo urbano que marca la centralidad.

Otro de los grandes desafíos del desarrollo endógeno tiene que ver con la manera en que se conecta esa base propia (y tan diferenciada en función de la realidad de cada uno de los territorios) con la necesidad de tener en cuenta factores exógenos de gran relevancia, como puedan ser las políticas estatales/regionales/internacionales, o la transformación del mundo que viene sucediéndose con la globalización o la Sociedad de la Información. En esa medida y de un modo creciente, el término endógeno se va refiriendo más a la idea de “apropiación” por parte de la comunidad local que a una perspectiva del desarrollo asentada exclusivamente en “lo propio”, sustentándose en la puesta en valor de todos los recursos y capacidades disponibles en el territorio, para generar con ello el empoderamiento de todos sus agentes.

Un tercer gran reto se refiere al hecho de que conceptos, políticas e instituciones con impactos muy claros en el desarrollo local (por ejemplo, la educación) en la mayor parte de las ocasiones no están territorializados, lo cual es un reflejo de las contradicciones y tensiones que afectan al propio modelo, así como de la necesidad de seguir profundizando en el futuro para apuntalar los pilares de la endogeneidad desde visiones más abarcadoras e integrales.

No podemos dejar de realizar tampoco un apunte sobre igualdad de género y desarrollo endógeno. Ciertamente, el propio concepto -en las ocasiones en que se refiere al contenido (las personas y las colectividades) y no solo al continente (el espacio físico en sí)- ha contribuido, por propia lógica, a visibilizar a los sujetos que habitan los territorios, la mitad de ellos mujeres. Pero, en realidad, esa visibilización se ha traducido de manera muy desigual en términos de prioridades, agendas y participación real de las mujeres como protagonistas del desarrollo. Se aprecian todavía importantes carencias en la articulación de un único discurso y falta, sobre todo, ensamblaje y confluencia entre estas tradiciones de pensar y construir la realidad. Porque ¿no estará todavía pendiente una interpretación de la endogenia a partir de las trayectorias de vida y experiencias femeninas? ¿Se ha realizado alguna vez este ejercicio con la profundidad y rigor que merece, fuera de los ámbitos del feminismo y la igualdad?

Algo similar puede decirse en relación a cualquier otra categoría que cruce la diversidad humana y la desigualdad social, llámese etnia, edad, capacidades funcionales de las personas o cualquier otra. No cabe hablar de endogenia si esta no se concreta en sujetos con posiciones, necesidades y miradas distintas.

“Eso es lo que parece suceder con el desarrollo endógeno y tal parece que perdemos de vista las dos preguntas sobre ¿para qué? y, sobre todo, ¿para quién? se busca el desarrollo endógeno. La idea de un desarrollo endógeno es en buena medida una idea tautológica y el adjetivo solo resulta admisible como un artificio para reforzar una visión del desarrollo -proceso multidimensional por excelencia- hecha desde un ángulo particular, como también sucede con conceptos no menos en boga, como desarrollo local o como desarrollo humano”.

“¿Para qué el desarrollo endógeno? Para generar en un territorio dado las condiciones de entorno que le permiten a los seres humanos potenciarse a sí mismos para llegar a ser verdaderas personas humanas, porque, hay que entenderlo de una vez, el desarrollo no lo hace nadie sino las personas en su individualidad y en su sociabilidad. Ni el Estado, ni el capital, ni el sector privado, ni el público, pueden producir el desarrollo de las personas; solo pueden crear las condiciones de entorno”.... “¿Para quién el desarrollo endógeno? Para el ser humano y para la persona humana, esta última como categoría o “fase superior” del ser humano. Esta es la teleología del desarrollo, en gran medida perdida en la confusión del materialismo” (Boisier, 2003).

2.2.3 Desarrollo económico local (DEL)

La noción de desarrollo endógeno dio alas a las principales ideas y líneas de acción en torno al desarrollo local que continúan siendo hegemónicas, hoy en día, en la mayoría de nuestros países y regiones. Hacemos referencia al desarrollo económico local (DEL), una estrategia basada en un amplio y orquestado despliegue de los recursos microeconómicos de los territorios que, si bien implica un notable salto en sus propósitos y agentes respecto a la noción tradicional del desarrollo, comparte con ella una visión reduccionista: el desarrollo concebido estrictamente

dentro de las fronteras de la economía y la economía, a su vez, encerrada dentro de las fronteras del mercado.

Sin embargo, es menester reconocer que el DEL, en su aplicación práctica, ha tenido un papel relevante en la mejora de los territorios, en su posicionamiento en el exterior, en el refuerzo de su identidad y en la movilización de numerosos -y decisivos- agentes sociales y económicos que, previamente, no disponían de un espacio de expresión, participación e interrelación de cara al impulso y gestión de objetivos comunes. Por ello, no deja de ser normal que esa noción híbrida que es el DEL “colonice” la mayor cantidad de bibliografía, ideas y realizaciones disponibles en materia de desarrollo local, la mayoría de las veces referidas a las siguientes dimensiones:

- Emprendimiento
- Fortalecimiento y proyección del tejido empresarial local
- Reconocimiento y aprovechamiento de las ventajas comparativas de los territorios
- Y posicionamiento de los sectores productivos clave.

2.2.4 Desarrollo ‘glocal’

En paralelo a la consolidación de la endogenia como pilar del desarrollo local y debido al avance de las dinámicas de globalización -de gran impacto en todos los territorios y comunidades humanas- se va consolidando un nuevo término que refleja uno de los grandes debates del desarrollo. Endógeno, sí, pero ¿qué significa lo endógeno en un contexto de crecientes interrelaciones económicas, sociales, institucionales, culturales, científicas y personales?, ¿dónde se sitúan las fronteras entre unos territorios y otros cuando las tecnologías permiten -al menos a la población “info-incluida”- ubicarse simbólicamente en varios territorios a la vez?, ¿pueden sustraerse los territorios de las oportunidades y amenazas que representan las sociedades globales?, ¿cómo forjar un desarrollo local que no tenga en cuenta la intervención decisiva de los Estados en la vida de los territorios a través de sus políticas industriales, las transferencias condicionadas, las medidas que promueve -o deja de promover- en el campo del empleo, la salud, la educación o la cualificación de la mano de obra?, ¿y cómo no tomar en consideración el rol creciente de los organismos internacionales en la vida local a través de sus ideas, metas, programas y recursos?, ¿y el de las empresas y ONGs transnacionales? Por último, y no menos importante, ¿no representa el territorio un espacio desde el cual analizar críticamente y enfrentarse activamente a las fuerzas de una globalización deshumanizante?

Inicialmente, el término ‘glocalización’ nace de la mezcla entre globalización y localización, aludiendo a un nuevo territorio marcado por interacciones económicas y relaciones socioculturales cada vez más intensas y ‘líquidas’. Se le atribuye al sociólogo alemán Ulrich Beck la creación del concepto, extendido después por el sociólogo norteamericano Roland Robertson. Para este, si bien la globalización es anterior a la modernidad, es a principios del siglo XXI cuando se acelera esta visión del mundo como un todo, una nueva conciencia global que relativiza al propio individuo y la perspectiva nacional para abrir paso a la denominada “aldea global”. Esta conciencia nos obliga a “pensar globalmente y actuar localmente”, considerando en este despegue cuatro componentes:

- *“Individualización: hacia ciudadano del mundo, desde su definición como miembro de una comunidad concreta y cerrada.*
- *Socialización: crecientemente los Estados, como parte del sistema internacional de Estados, deben tomar como referencia los derechos humanos globales.*
- *Internacionalización: Los Estados deben ceder parte de su soberanía.*
- *Humanización: derechos humanos individuales por encima de cualquier otra consideración.* (Robertson, s/f).

Como es obvio, estas aportaciones han tenido impacto en los debates sobre los escenarios y estrategias del desarrollo local, ampliando tanto sus enfoques (necesidad de gestionar los impactos de la globalización sobre el territorio), agentes (para considerar, entre otras aspectos, la gran cantidad de nuevos actores globales cuya incidencia es decisiva en la vida del territorio, y la consiguiente necesidad de articular -literalmente de ‘orquestrar’- sus contribuciones, tensiones e intereses), soportes (por ejemplo, las tecnologías de la información y las comunicaciones) y los proyectos vitales de la ciudadanía. Algunos ejemplos de estas dinámicas ‘glocales’ se encuentran en el funcionamiento de las economías del siglo XXI, así como en el corazón de los sistemas políticos, tal y como lo señala muy acertadamente Saskia Sassen:

“Se torna evidente que estamos ante un proceso más complejo, caracterizado por la labor de cada vez más estados nacionales para desnacionalizar en parte sus marcos jurídicos e institucionales de modo tal que la empresa extranjera pueda operar en sus territorios como si fuera global. En efecto, los propios estados han creado de manera colectiva una red de espacios desnacionalizados que se insertan en lo más profundo de sus territorios. Por lo tanto, para dar cuenta de la globalización económica debemos comprender las particularidades de cada Estado. No podemos dar por sentado, como suele proponerse, que la globalización surte el efecto de homogeneizar los estados. La labor de crear un espacio desnacionalizado y estandarizado dentro de un Estado-nación requiere que este ponga en marcha una combinación particular de leyes, reglamentos, alianzas políticas y acuerdos extraoficiales. Esas combinaciones varían de un Estado a otro. Cabe preguntarse entonces qué es formalmente global” (Sassen, 2010).

Pero, también, estas dinámicas se aprecian en las respuestas de una ciudadanía cada vez más articulada globalmente, como lo demuestran desde las manifestaciones -protagonizadas sobre todo por población joven- que han llenado las plazas de muchas ciudades del mundo, o las complejas interacciones establecidas entre Estados, comunidades indígenas, empresas transnacionales, organismos internacionales y ONGs a propósito de los usos territoriales. En ambos casos, lo local y lo global se entrecruzan con fuerza expresando distintos -e incluso opuestos- intereses, paradigmas, visiones del desarrollo y papel de los territorios.

Todo ello obliga a trascender una mirada dicotómica que separa lo global y lo local o que expresa esta dualidad a través de órdenes territorialmente jerarquizados. Todo se mezcla y todo confluye en el territorio, convirtiendo al espacio local en un lugar -tanto físico como simbólico- donde se concreta la globalización económica a la vez que las resistencias a ella.

2.2.5 Ordenación del territorio y derecho a la ciudad

Todo lo anterior (endogeneidad, ‘glocalización’...) nos conduce directamente a seguir profundizando un poco más en el protagonismo -en tanto que escenario y a la vez actor del desarrollo- del territorio como tal. Porque siempre el territorio ha sido y es el espacio donde se

asientan nuestras vidas y existe una relación absolutamente simbiótica entre el espacio físico y el humano. Y, porque en esa medida, sus usos expresan los modelos de convivencia social y con la naturaleza: las cosmovisiones, contratos y conflictos, las relaciones de poder, la generosidad, los miedos, las creencias e ideologías, las culturas, las interacciones, las redes.

Inicialmente la visión territorial del desarrollo se centró, junto a la promoción de la actividad económica, en la denominada “ordenación del territorio”. Entendiendo por ella todo el conjunto de ideas, estrategias, planes y líneas de trabajo que ponían y ponen el acento en la planificación física y urbanística desde distintas perspectivas, todas ellas indudablemente importantes: calificaciones de suelo, zonificaciones, trazados de infraestructuras, áreas verdes, sistemas de transporte inter e intra territorios, regímenes de protección y restricciones en el uso de los espacios públicos, etc. etc. Dimensiones esenciales que, no obstante, en la práctica han sido gestionadas de maneras diversas (positivas y algunas también muy negativas), considerando el enorme poder que concentra quien decide sobre los usos que se le da a un territorio si esta sensible tarea no se realiza bajo un fuerte control democrático.

En esta ‘isla’ del desarrollo quienes “reinan” -es decir, quienes aportan sus miradas, conceptos, ideas y soluciones- ya no son tanto los economistas como los urbanistas. Pero también aquí, conforme las dinámicas urbanas se van haciendo más complejas, comienzan a surgir nuevos debates y voces que ponen sobre la mesa los efectos sociales y ambientales de los procesos de urbanización salvaje que se han producido en los últimos años.

Se trata de una revolución espacial de una escala muy superior a las conocidas anteriormente y que genera una dicotomía: *“ciudad, compacta, heterogénea-urbanización sin ciudad”, una dicotomía que los mecanismos urbanizadores dominantes han tendido a acentuar mucho en las últimas dos o tres décadas. Aumenta la escala de la urbanización debido a la difusión de la misma, crecen también la segregación y la exclusión sociales y el territorio se fragmenta y no genera ni límites ni referentes integradores. Hay razones para argumentar un proceso disolutorio de la ciudad. Estas realidades contradictorias generan la crisis de la ciudad como ámbito de ciudadanía. Existe una relación necesaria entre el medio urbano y los derechos ciudadanos”* (Borja, 2011).

“América Latina y el Caribe se caracterizan por tener una población predominantemente urbana. Por ello, cobra singular importancia la gestión apropiada del proceso de desarrollo urbano, que debe incluir criterios de sostenibilidad en la formulación de políticas urbanas y de uso del suelo”. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Urbanos (CEPAL).

Va abriéndose paso con ello un enfoque que apela al “derecho a la ciudad”, en tanto que síntesis que expresa el conjunto de derechos derivados de la relación entre los procesos existentes y las necesidades de la mayoría de la población. *“El derecho a la ciudad nos sirve a la vez de concepto analítico para evaluar la evolución de las ciudades de hoy y la calidad democrática de las políticas públicas y también como concepto movilizador para promover la crítica y las propuestas alternativas en la medida que las políticas públicas no creen las condiciones para hacer realidad el derecho a la ciudad. El derecho a la ciudad incluye -como se dijo- derechos universales, es decir accesibles por igual a todos los ciudadanos. Nos referimos a derechos urbanos como la vivienda, la centralidad, el espacio público, los equipamientos básicos, la movilidad, la visibilidad, la mixtura social, etc. Derechos socio económicos como el empleo, la renta básica, la formación continuada, la salud y la educación. Y derechos políticos y culturales como la igualdad político-jurídica de todos los habitantes con independencia de su*

nacionalidad de origen, la identidad cultural originaria de cada uno, un marco institucional que corresponda a los procesos de decisión que se dan en el territorio y suficientemente descentralizado para que existan escenarios de negociación con los colectivos sociales" (Borja, 2011).

Una vez más, este debate refleja la forma contradictoria en la que se materializa el concepto del desarrollo, da igual desde qué perspectiva o temática este sea abordado. El caso es que siempre aparecen voces que resignifican, ‘descolonizan’, enriquecen o ponen de manifiesto las insuficiencias teóricas o prácticas relacionadas con la aplicación de este término.

2.2.6 Ciudades digitales, ciudades del conocimiento, ciudades globales

“El papel de las ciudades en la Sociedad de la Información es ser medios productores de innovación y de riqueza, capaces de integrar la tecnología, la sociedad y la calidad de vida en un sistema interactivo, que produzca un círculo virtuoso de mejora, no solo de la economía y de la tecnología, sino de la sociedad y de la cultura (Prince 2002). Las ciudades que lo logren, ocuparían un lugar central en la nueva sociedad. Las que no puedan desarrollar medios sociales, económicos y tecnológicos innovadores, permanecerían en los márgenes” (Prince et al, 2011).

Desde perspectivas menos economicistas, pero también bajo un hilo argumental similar, en las visiones más recientes del desarrollo territorial vienen a establecer como principales vectores de impulso de la innovación los cinco siguientes, todos ellos asociados directamente al grado de vitalidad de las ciudades: capacidad emprendedora, conocimiento, diversidad, participación e intercambio activo con el exterior. Es decir, las ciudades que más emprenden, aprenden, se mezclan, participan y se conectan son siempre las que más innovan. Por citar apenas tres especialistas de referencia en el tema, Rosabeth Moss Kanter –profesora de Harvard y experta reconocida a nivel mundial en estrategia, innovación y liderazgo para el cambio- incidía hace ya tiempo en ‘tres cés’ como los grandes pilares del desarrollo de las ciudades: conceptos, competencias y conexiones, que dan origen a tres tipos de territorios competitivos: los pensadores (thinkers), los hacedores (makers) y los interconectores (traders). (Kanter, 1999).

Esta mirada sobre el territorio y la ciudad gana peso en un contexto en el cual, tal y como afirma el investigador Parag Khanna (2010), “el nuevo orden mundial está construido sobre las ciudades y sus economías, en lugar que sobre las naciones y sus ejércitos”.

Richard Florida (2010), uno de los gurús de la innovación urbana y organizacional, propugna al rol privilegiado de la ciudad como espacio para conjugar armónicamente toda esta mezcla y resume en ‘tres tés’: tecnología, talento y tolerancia, la base del dinamismo cultural de toda ciudad creativa, en la que -en su opinión- siempre hay que estimular el surgimiento de una clase creativa propia. Para ello, nos indica, es menester abrir espacios de participación, establecer redes, fomentar el asociacionismo, popularizar la tecnología, fomentar el conocimiento científico, potenciar el capital social, motivar actitudes de tolerancia cultivando la diversidad e inclusión ‘de los otros’ e incorporar el talento endógeno, no solamente el formal sino también el informal (‘la creatividad que deambula por las calles’).

Cabe resaltar también que, dentro del planteamiento de Florida, incorporar la diversidad a las dinámicas de innovación no es un añadido deseable sino un requisito imprescindible para lograr resultados, tal y como se desprende de sus propias palabras: “Lo que hace falta es que las ciudades acepten de verdad la era creativa. Tienen que hablar con los jóvenes, “conectar” con las mujeres, con los inmigrantes, con la comunidad artística y cultural... y transmitirles

claramente el mensaje de que verdaderamente son necesarios para reconstruir la ciudad” (Florida, 2009). Es precisamente este el contexto en el que se ha implantado en los últimos años el concepto de ciudad creativa del que habla Florida, “entendida como ciudad que pone en relación el patrimonio, los productos y servicios culturales tradicionales con las industrias creativas combinado con un estilo de vida atractivo, es decir abierto y tolerante con la diversidad” (Manito, 2006).

Un concepto relacionado es el concepto de ciudad global, acuñado por Saskia Sassen en 1991, que capta dos funciones del espacio urbano características de este momento histórico: una función económica y una función política. "En su función económica, la ciudad tiene los recursos, talentos, etc. para producir una capacidad: la capacidad para el manejo, la innovación. (...) En cuanto a su función política, la ciudad global es un espacio estratégico para la mezcla de grupos e individuos de países y culturas diversos. Pero también es el espacio donde esa diversidad se aglutina en términos de dos grandes ámbitos: por una parte, el del capital globalizado, que en su “momento urbano” se vuelve concreto política y socialmente. Por otra parte, la ciudad reúne una vasta aglomeración de los más desfavorecidos de la sociedad - inmigrantes, mujeres con bajos ingresos, gays, lesbianas y queers- que encuentran en la gran ciudad, especialmente en la gran ciudad global, el espacio para devenir actores políticos".

Para Sassen "la ciudad global es hoy en día el único espacio donde hay tal mezcla de culturas, especialmente en las ciudades del norte donde hay muchos inmigrantes que llevan consigo sus propias culturas. Ello crea una “explosión cultural”, una gran multiculturalidad". Sin embargo, el gran desafío es "(...) incorporar las culturas que podemos denominar informales dentro de espacios más complejos y más desarrollados". Las nuevas tecnologías aparecen en este contexto como catalizadores para abordar este reto porque "las nuevas tecnologías alteran las viejas jerarquías espaciales. Lo local, lo muy local, puede conectarse directamente con circuitos globales". Pero esta transformación tiene que ir acompañada, por una parte, de un cambio conceptual de lo local, más allá de considerarlo como el más pequeño de los espacios en una jerarquía territorial, hacia un concepto más amplio y transversal: "Para una reconceptualización crítica de lo local en estos términos, hace falta rechazar al menos en parte la idea de que la escala local esté inevitablemente inmersa en una jerarquía anidada con escala urbana, regional, nacional e internacional. (...) A un nivel más complejo, están las ciudades globales. (...) Mi modelo de la ciudad global emerge de un análisis altamente crítico de la economía global: la ciudad global es un espacio estratégico para el capital global. Pero es también un espacio frontera donde actores de mundos diversos se encuentran y donde no hay reglas para el manejo de esos encuentros. (...) Ello significa que el espacio ciudad va más allá de los que tienen poder. (...) Y por otra parte, en dar un cada vez mayor protagonismo a la ciudadanía ¿Cómo logramos reterritorializar un poco nuestras necesidades? ¿Cómo activarnos? Tenemos que saber quién existe en nuestra comunidad (...) Empezar a pensar qué pequeños inicios pueden movilizar gente, movilizar capacidades, llegar a descubrimientos" (Sassen, s/f).

Sassen reivindica el papel de la ciudadanía en las ciudades. Apunta que hay una alternativa al modelo de ciudad inteligente (Smart city), centralizador, privativo y jerárquico, que están promocionando desde las grandes corporaciones tecnológicas (CISCO, Siemens, IBM, etc.) "En cambio, nosotros fundamentamos la idea de Smart citizen en dos axiomas, el primero de los cuales es que: «no hay ciudades inteligentes sin ciudadanía inteligente». (...) para la ciudadanía amplia, si queremos promover su participación, necesitamos lo que me gusta llamar un «open-source urbanism», que se basa en aprovechar el conocimiento que cada grupo humano (niños

pequeños, personas sin hogar, etc.) pueda tener/aportar sobre la ciudad o parte de ella para planificar las políticas públicas. (Sassen, 2 de agosto 2015).

Complementariamente a estas relevantes reflexiones teóricas, desde un punto de vista empírico, en 2008 se publicó por primera vez un ranking de ciudades globales (se han realizado hasta la fecha siete ediciones, la última en 2017): "las ciudades más grandes y mejor interconectadas del mundo, ayudan a establecer los programas mundiales, están en condiciones de enfrentar los peligros transnacionales y sirven como centros de integración mundial. Ellas son los motores del crecimiento para sus países y la puertas de acceso a los recursos de sus regiones". La clasificación se basó en la evaluación de veinticuatro (veintisiete en la actualidad) indicadores distribuidos en cinco áreas: actividad de negocios, capital humano, intercambio de información, actividad cultural y compromiso político. (Global Cities 2017).

2.2.7 Desarrollo sostenible

Una conciencia creciente de los grandes abusos cometidos por un sistema basado en la acumulación sin límites, le concedió un nuevo protagonismo al territorio, haciéndolo trascender su mero rol de escenario o continente del desarrollo para convertirse, ahora sí, en uno de sus principales actores. Y es que parece evidente que un crecimiento que no tenga en cuenta la preservación de los recursos naturales y las condiciones físico-ambientales en las que transcurre la existencia económica, social y cotidiana (que se concreta en temas tales como la calidad del aire, la disponibilidad de agua, la gestión de la basura, etc.), no solo agota a corto plazo el capital de desarrollo (disuadiendo la atracción de empresas y capital, por ejemplo), sino que -sobre todo- atenta contra el bienestar de las personas y compromete gravemente los derechos y oportunidades de las siguientes generaciones. Y eso es, justamente, lo que está sucediendo en nuestra época, cuando por todas partes aparecen síntomas que muestran que los modelos de desarrollo hegemónicos han entrado ya en colisión directa con la naturaleza.

Se origina así -hay que decir que más desde los entornos internacionales que desde los locales- un nuevo término: el de la "sostenibilidad", término que llega a ser igualmente clave en las trayectorias conceptuales del desarrollo y que -en sus inicios- fue vinculado a la dimensión medioambiental (respeto y protección de la naturaleza, lucha contra la contaminación, reciclaje de residuos...), para evolucionar posteriormente -como veremos- hacia una noción mucho más amplia e integral que apela de un modo conjunto a los derechos de la tierra y a los derechos humanos como un todo indivisible, que sitúa en el centro a los protagonistas y procesos de la vida. No obstante, uno de los debates más generalizados, tanto en el ámbito local como en el transnacional, se refiere al gran reto de promover un desarrollo que sea a la par sostenible y respetuoso con el medio ambiente, más ahora que el cambio climático constituye una de las amenazas más importantes para todo el planeta.

El término desarrollo sostenible aparece por primera vez de forma oficial en 1987 en el Informe Brundtland (Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo, 1987) sobre el futuro del planeta y la relación entre medio ambiente y desarrollo. Posteriormente, en la "Cumbre de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el Desarrollo", celebrada en Río de Janeiro en 1992 se asumió el Enfoque de Desarrollo Sostenible. Este enfoque entiende el desarrollo como "aquél que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras de satisfacer las propias". Incidiendo en la necesidad de no centrarse tanto -o tan solo- en paliar los efectos del deterioro medioambiental sino en situar el punto de mira en la cadena de factores que lo provocan (casi siempre invisibilizados), dado que "existen

razones convincentes para considerar las políticas y programas que se centran en las fuerzas impulsoras subyacentes que contribuyen a aumentar la presión en las condiciones ambientales, en lugar de concentrarse solamente en reducir las presiones o los síntomas ambientales. Las fuerzas motrices incluyen, entre otros, los aspectos negativos del crecimiento de la población, la producción y el consumo, la urbanización y la globalización. Es preciso saber elegir las políticas pero, por otro, lo que se necesita cada vez más es ocuparse de las fuerzas motrices subyacentes en lugar de hacer frente a los impactos de la degradación del medio ambiente” (Pnuma, 2012).

En los entornos locales, la sostenibilidad se convirtió enseguida en un eje central de los discursos y estrategias del desarrollo, dado el fuerte componente territorial de este concepto y su asociación directa con el bienestar y calidad de vida de la población, así como con las ventajas comparativas que representa para la actividad económica un medio ambiente sano. Ello no obsta para reconocer que, en la práctica y más allá de las retóricas de rigor, la relación entre desarrollo productivo -desde la perspectiva tradicional y aún hoy hegemónica- y desarrollo sostenible es una relación basada en el conflicto, tanto a nivel paradigmático como en lo que se refiere a la expresión concreta de los intereses de los distintos actores sociales y económicos, fuertemente determinados por relaciones -muy desiguales- de poder.

Al calor del concepto de sostenibilidad surgieron también otras teorías que tratan de justificar el modelo económico vigente pero dando respuesta al problema medioambiental: se trata de la teoría de la desmaterialización del crecimiento, desde la cual se pretende mantener el crecimiento ilimitado pero disminuyendo el consumo de recursos y los impactos ambientales, a través de un desacoplamiento del medio biofísico ya sea absoluto o relativo. En ello la tecnología juega un rol fundamental en tanto que principal factor desmaterializador. (Bermejo *et al.*, 2010).

2.2.8 Desarrollo humano

En este gran debate sobre los nuevos escenarios del desarrollo (lo endógeno, lo ‘glocal’, la sostenibilidad, las ciudades, el mundo rural...), junto a la constatación de los límites y trampas del crecimiento económico en relación al bienestar real de la población, se comenzó a ubicar a las personas como los principales sujetos y objetos del desarrollo. Y, de ese modo, en las últimas décadas hemos asistido al nacimiento y valorización de otra dimensión o énfasis: el desarrollo humano. Una dimensión que se configura actualmente (aunque a veces con más retórica que realidad) como uno de los ejes más importantes del progreso de países y comunidades.

El desarrollo no comenzó a tomar en cuenta a las personas, como entes individuales y como comunidad, hasta hace unos años. Uno de los hitos fundamentales fue la publicación, en 1990, del primer Informe sobre Desarrollo Humano, por parte del PNUD. Ahora, casi tres décadas más tarde, apenas se cuestiona el papel determinante que juega el capital humano en el desarrollo.

“El objetivo principal del desarrollo es ampliar las opciones de las personas. En principio, estas opciones pueden ser infinitas y cambiar con el tiempo. A menudo las personas valoran los logros que no se reflejan, o al menos no en forma inmediata, en las cifras de crecimiento o ingresos: mayor acceso al conocimiento, mejores servicios de nutrición y salud, medios de vida más seguros, protección contra el crimen y la violencia física, una adecuada cantidad de

tiempo libre, libertades políticas y culturales y un sentido de participación en las actividades comunitarias. El objetivo del desarrollo es crear un ambiente propicio para que la gente disfrute de una vida larga, saludable y creativa en un planeta compartido”.

Mahbub ul Haq

Creador del Informe sobre Desarrollo Humano

Este economista es considerado como el principal promotor de este concepto que, sin duda, inaugura un nuevo paradigma del desarrollo que ha tenido una notable influencia en múltiples instancias internacionales, regionales y, también, locales.

Ul Haq utilizó como base del nuevo concepto de desarrollo la teoría de Amartya Sen sobre la expansión de capacidades: "(...) «*que serían las capacidades de las que cada persona dispondría para poder convertir sus derechos en libertades reales. (...) Su contribución se centra en tres conceptos fundamentales: libertades, capacidades y agencia, que se relacionan mutuamente; a partir de estos conceptos se configura una perspectiva del desarrollo fundada en la idea del aumento de la riqueza de la vida humana en lugar de la riqueza de la economía en la que las personas viven. Esta configuración permite determinar una nueva perspectiva del desarrollo humano*” (Bedoya, 2010).

Martha Nussbaum, por su parte, se centra explícitamente en las capacidades y opciones de las mujeres, abordando además los obstáculos concretos a los que se enfrentan la mayoría de las mujeres y niñas del planeta, pero todo ello viene envuelto en una teoría que es de aplicación también para los hombres y los niños (Gough, 2008). Esta autora vincula las capacidades humanas con la ética y las políticas de desarrollo, de manera que el desarrollo de las capacidades centrales para el funcionamiento como personas (no morir prematuramente; procurar la salud y la integridad corporal; utilizar los sentidos, imaginar, pensar y razonar; saber manejar las emociones vinculándose con cosas o personas a las que amar, por las que dejarse cuidar y sentir gratitud; reflexionar críticamente sobre la propia vida; vivir con y hacia otros, auto-respetarse; respetar otras especies; reír y jugar; controlar el propio entorno político y material) puedan convertirse en una garantía hacia una vida plena, digna, libre, creativa, afectiva, crítica, comprometida, de disfrute y participativa. (Nussbaum, 2000).

La organización más relevante en la consideración de la persona como eje central del desarrollo, como ya hemos señalado, es el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), que aborda el desarrollo humano desde hace más de 25 años. El PNUD define el desarrollo como proceso por el cual una sociedad mejora las condiciones de vida de su ciudadanía a través de un incremento de los bienes con los que puede cubrir sus necesidades básicas y complementarias, y de la creación de un entorno en el que se respeten los derechos humanos de todos ellos (PNUD, 1990). Y entiende, asimismo, el desarrollo humano como un “*proceso que amplía las opciones de las personas y fortalece las capacidades para llevar al máximo posible lo que la persona puede ser y hacer*” (Pleitez, 2012). El desarrollo humano es, por tanto, un proceso en el cual se amplían las oportunidades del ser humano, siendo las tres más esenciales: disfrutar de una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos y tener acceso a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida decente. Si no se poseen estas oportunidades esenciales, muchas otras alternativas continuarán siendo inaccesibles. (PNUD, 1990)

En consecuencia, para medir este concepto de desarrollo humano, en 1990 se crea el Índice de Desarrollo Humano (IDH), que suma al PIB per cápita, que representaría el nivel de vida decente, dos dimensiones: longevidad y conocimiento, ampliando el enfoque, existente hasta ese

momento, de la medición del ingreso para evaluar el nivel de bienestar de las personas en el largo plazo.

Otras organizaciones han perfilado su visión bajo un paraguas conceptual similar, como por ejemplo la Organización Internacional para las Migraciones (OIM, 2012), quien afirma que el desarrollo es *“un proceso dinámico que implica crecimiento, avance, poder y progreso, con el objetivo de aumentar las capacidades humanas, agrandar el alcance de las opciones de los seres humanos y crear un ambiente confiable y seguro donde los ciudadanos puedan vivir con dignidad e igualdad. El desarrollo puede considerarse como un proceso que trasciende las fronteras territoriales de los países. En el proceso de desarrollo, es importante que la productividad, creatividad y opciones de las personas y la creación se incrementen y que se creen oportunidades no solo para la generación actual, sino también para la generaciones futuras”*.

Puede decirse que, en los ámbitos del desarrollo local, se “tomó” este enfoque del desarrollo humano para poner de manifiesto la necesidad de equilibrar y trascender una visión hegemónica que, en cierta manera, reeditó la herencia de las primeras concepciones del desarrollo concebido como progreso económico. A diferencia de aquellas, el desarrollo había de ser endógeno, sí, pero enfocado casi exclusivamente a las dimensiones productivas. Y la mirada se centraba más en lo micro que en lo macro, sí, pero los agentes “desarrolladores y a desarrollar” seguían siendo las empresas, aunque ahora estas sean pequeños negocios y no grandes corporaciones.

Desde ese punto de vista, la perspectiva del desarrollo humano -si bien fue impulsada desde instancias internacionales- ha resonado fuertemente en las dinámicas que se estaban desplegando en los territorios, poniendo de manifiesto sus limitaciones y enriqueciendo las miradas sobre el desarrollo local en la línea de recordar que “lo que importa es la gente”, y ello en una doble dirección: desde la gente y para la gente.

“...El desarrollo puede ser entendido como el logro de un contexto, medio, momento, situación, entorno, o como quiera llamarse, que facilite la potenciación del ser humano para transformarse en persona humana, en su doble dimensión, biológica y espiritual, capaz, en esta última condición, de conocer y de amar. Esto significa reubicar el concepto de desarrollo en un marco constructivista, subjetivo e intersubjetivo, valorativo o axiológico, y, por cierto, endógeno, o sea, directamente dependiente de la auto confianza colectiva en la capacidad para ‘inventar’ recursos, movilizar los ya existentes y actuar en forma cooperativa y solidaria, desde el propio territorio...” (Boisier, 2003).

Como se ha señalado ya, el paradigma de desarrollo humano se ha instalado en los entornos de desarrollo local pero, como bien afirman algunos expertos, en realidad *“ha logrado imponerse en el ámbito de la retórica, mientras que el de la intervención y el diseño político sigue dominado, a menudo, por el desarrollo economicista”* (Larrañaga y Jubeto, 2011).

Una de las dificultades centrales para ello tiene que ver con el hecho de que poner en el eje del desarrollo el factor humano implica situar en el centro a las personas y sus subjetividades.

“Subjetividad es aquella trama de percepciones, aspiraciones, memorias, saberes y sentimientos que nos impulsa y nos da una orientación para actuar en el mundo. Subjetividad social es esa misma trama compartida por un colectivo. Ella le permite construir sus relaciones, percibirse como un “nosotros” y actuar colectivamente. La subjetividad es parte de

la cultura, pero es aquella parte que es inseparable de las personas concretas. Por lo mismo es la parte más cambiante y frágil de ella”.

Pedro E. Güell

Coordinador Ejecutivo del Informe de Desarrollo Humano del PNUD (Güell, 1998)

Hablar de sujetos supone hacerlo de subjetividad, de capacidad creativa, de vivencias, de conflictos, de creencias interiorizadas (positivas o negativas) aplicadas a la construcción de la realidad. *Creamos a partir de lo que creamos* y, desde ese punto de vista, mente y emociones, pensamientos y sentimientos constituyen los principales territorios del desarrollo, ese recóndito e inexplorado mundo interior en el que se cuecen las oportunidades, las barreras, los éxitos y los fracasos. Hace falta, por ello, dotarnos de ‘una psicología del desarrollo’ mediante la cual entender el trasfondo de las subjetividades y aplicarlo al bienestar y potenciación humana.

El Informe sobre el Desarrollo Mundial 2015 del Banco Mundial pone en el centro de los esfuerzos para erradicar la pobreza y promover el cambio social los factores psicosociales que retroalimentan los patrones de pensamiento y creencias de personas y colectividades. *"Las investigaciones de los últimos tiempos nos han permitido conocer mejor las influencias psicológicas, sociales y culturales a que están sujetas la toma de decisiones y la conducta de los seres humanos, y han demostrado que dichas influencias tienen un impacto significativo en los resultados en términos de desarrollo (...) ha llegado el momento de rediseñar las políticas de desarrollo a partir de una consideración minuciosa de los factores humanos."* En este informe se busca acelerar la aplicación de las nuevas observaciones sobre los procesos de decisión a las políticas de desarrollo, aunque aún no se conocen con certeza las posibilidades ni los límites de este enfoque, que se basa en una visión más completa de las personas y en el reconocimiento de que las percepciones, los conocimientos, las decisiones y las conductas están sujetos a la influencia de una combinación de fuerzas psicológicas y sociales (BM, 2015).

2.2.9 Desarrollo inclusivo

Yendo más allá en este recorrido conceptual, y relacionado íntimamente con el anterior, fue ganando posiciones una nueva perspectiva: la del desarrollo inclusivo. Y es que de nuevo, tras largo tiempo poniendo el acento en el crecimiento económico como proceso desencadenante por sí mismo del desarrollo, cada vez existe mayor reconocimiento de que no existe necesariamente una correlación directa entre ambos. El primer síntoma de ello tiene que ver con la constatación de que pueden coexistir, y de hecho coexisten, un elevado crecimiento del PIB con el incremento de la polarización social, medida en términos de nuevas brechas entre la población con empleo y la que no dispone de un puesto de trabajo, el diferencial de ingresos dentro de la población empleada, el relegamiento de determinadas categorías de población (en función de su género, edad, etnia, situación de discapacidad, etc.) a las cuales no alcanzan los beneficios de la prosperidad siendo excluidos de su disfrute, el distanciamiento en la apropiación de las oportunidades entre las grandes y las pequeñas empresas, etc. El segundo síntoma es de corte más subjetivo y se relaciona con la creciente expresión del malestar de la población frente al despliegue de todas esas desigualdades. Se extienden entonces las voces que hablan de la necesidad de que el desarrollo combine crecimiento con cohesión, permitiendo un reparto equitativo de sus resultados, lo cual implica la puesta en marcha de políticas tendentes a garantizar el justo equilibrio entre crecer y repartir. Y es precisamente esto lo que define la idea de desarrollo inclusivo: la equidad, la apuesta de que nadie se quede atrás.

Todos iguales, todos diferentes: de este concepto se apropian, en principio y al menos teóricamente, tanto las corrientes más cercanas a una concepción del desarrollo local entendido como un proceso eminentemente económico, como aquellas que basan su discurso y quehacer en el paradigma del desarrollo humano. En síntesis, en torno a un mismo término, se visualizan opciones y planteamientos muy diferentes, procedentes de tradiciones igualmente distintas. Sin embargo, interesa rescatar lo que tienen en común y es la idea de que no hay desarrollo con desigualdad y que, en todo caso, cerrar las brechas ha de ser uno de los grandes objetivos del desarrollo.

En los entornos locales, la confluencia entre todas estas perspectivas se define, sobre todo, mediante la creación, el acceso y la calidad de los empleos como uno de los principales elementos vertebradores del desarrollo pues aúna las fortalezas del territorio, el despliegue del potencial de sus empresas, el bienestar de las personas y el cierre de las brechas de desigualdad bajo sus diferentes manifestaciones. Pero, también, aunque con un impacto hay que reconocer que bastante menor, comienzan a perfilarse otras aproximaciones y agendas que proceden de los ámbitos del desarrollo social y que ponen de manifiesto que no es posible trabajar el desarrollo inclusivo -incluso desde su dimensión estrictamente económico-laboral- sin tener en cuenta las condiciones de entorno y la diversidad de itinerarios que las distintas personas o colectivos, en función de sus puntos de partida, han de recorrer para realizar el tránsito de la exclusión a la inclusión. Ello supone agregar nuevos ingredientes (trabajo psicosocial, recursos económicos de apoyo, etc.) y nuevos agentes (las familias, las organizaciones representativas de los diferentes colectivos afectados por la exclusión) a las dinámicas del desarrollo, si bien la integración -tanto conceptual como, sobre todo, práctica- no resulta nada sencilla.

Considerando lo anterior, el Informe Regional sobre el Desarrollo Humano para América Latina y Caribe 2016 (PNUD, 2016) profundiza en la importancia de incorporar un concepto de progreso multidimensional para abordar los retos de desarrollo de la región, lo que significaría (una vez más) trascender las nociones puramente económicas de ingreso o crecimiento del PIB como criterios para medir el desarrollo de los países y construir políticas integrales, intersectoriales y universales para poder dar respuesta a los problemas del desarrollo (que son multidimensionales). *Todo ello guarda relación con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en la que se incluyen los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). (...) "El proceso de construcción de capacidades +2030 se centra en las personas, los hogares y las comunidades."* PNUD (2016).

Naturalmente, otra perspectiva sobre el concepto de desarrollo pasa por otra narrativa a la hora de medirlo. *"Necesitamos una herramienta de medición más efectiva para ajustarse a las necesidades del siglo XXI, dice Michael Green: el Índice de Progreso Social. Esta herramienta mide las sociedades considerando las tres dimensiones que, de hecho, importan: necesidades humanas básicas, fundamentos del bienestar y oportunidades"* (Green, 2014).

2.2.10 La "triple sostenibilidad"

En los últimos años, los esfuerzos por hacer confluir los diferentes enfoques del desarrollo en conceptualizaciones y políticas más integradas y multidimensionales no han dejado de crecer. De hecho hemos podido comprobar ya, a lo largo de lo que llevamos de recorrido, que - independientemente del hilo del que parten los distintos enfoques o adjetivos del desarrollo-, la mayoría de las veces su evolución posterior pasa por la incorporación de otras dimensiones a fin de lograr un mayor grado de conjunción de las distintas piezas que inciden en él. Pues bien, uno

de los casos más claros tiene que ver con la evolución del enfoque de la sostenibilidad. De hecho, actualmente existen múltiples interpretaciones del concepto de desarrollo sostenible (existen más de cien definiciones) pero, en general, todas ellas han ido migrando hacia una misma idea convergente que consiste en que, para conseguirlo, las medidas a considerar deberán ser económicamente viables, respetar el medio ambiente y ser socialmente equitativas; es decir, tener en cuenta lo que se denomina como una triple sostenibilidad.

En realidad, se trata de entender el desarrollo desde tres perspectivas de la sostenibilidad, estrechamente conectadas entre sí, la económica, la medioambiental y la social:

- La sostenibilidad económica, entendida como un crecimiento económico que sea perdurable en el tiempo, teniendo en cuenta factores endógenos del propio territorio y externos a él.
- La sostenibilidad medioambiental o ecológica, comprendida desde la perspectiva de que un desarrollo sostenible debe asegurar los recursos naturales, medir los impactos sobre la naturaleza de sus acciones y salvaguardar la diversidad medioambiental de cada territorio.
- La sostenibilidad social, que se refiere al desarrollo que se distribuya equitativamente entre el territorio, que beneficie a toda la población y ofrezca las oportunidades necesarias para que todas las personas accedan a los bienes y servicios (básicos y otros) necesarios para su desarrollo personal. Aquí es donde la igualdad de género tiene un aporte vital, como vimos en la unidad anterior.

La triple sostenibilidad es un tema habitual en los contextos internacionales. Pero, a pesar del reconocimiento de la necesidad de una interpretación integrada de estas tres dimensiones de la sostenibilidad, en la práctica, es necesario un cambio sustancial de los enfoques, políticas y programas en vigor. *“La interpretación de las tres sostenibilidades se ha introducido sin que se haya analizado lo que se entiende por sostenibilidad económica y social, ni sobre la necesidad de introducir estos conceptos. La falta de una definición clara de lo que significa y sus repercusiones en todos los ámbitos, da lugar a una enorme confusión terminológica y conceptual. Esta confusión está facilitando la utilización fraudulenta del concepto de DS. Hoy en día las políticas tradicionales son defendidas en aras del desarrollo sostenible”* (Bermejo et al., 2010).

Por otra parte, el mayor problema con el que sistemáticamente nos encontramos estriba en que, cuando se pretende aterrizar estos conceptos al terreno de lo real, la suma se resiste porque ni las trayectorias de los agentes involucrados, ni las culturas organizativas, ni los propósitos perseguidos, ni las herramientas empleadas “casan” con facilidad entre sí a la hora de intentar construir un proyecto verdaderamente común.

“El crecimiento inclusivo, las cuestiones de género, la disminución de la pobreza y el medio ambiente no pueden ser tratados como componentes aislados del desarrollo sustentable. Reconocer que existe una interdependencia entre estos factores es central para lograr un desarrollo sustentable para las actuales y futuras generaciones de este planeta” (Perch, 2012).

2.2.11 El cuarto pilar del desarrollo sostenible: la cultura

Si bien -debido a su relevancia y extensión- dedicaré el apartado 2.3 de este capítulo a realizar un recuento cronológico sobre el debate y propuestas que interrelacionan cultura y desarrollo

(bajo el claro liderazgo de Naciones Unidas), en este epígrafe quiero dejar apuntada la importancia de la conexión existente entre ambos conceptos, pues es lo que constituye el marco para contextualizar la figura y actividad del emprendedor/a cultural, objeto principal de mi tesis.

Para Amartya Sen, *“la cultura debe ser considerada en grande, no como un simple medio para alcanzar ciertos fines, sino como su misma base social. No podemos entender la llamada dimensión cultural del desarrollo sin tomar nota de cada uno de estos papeles de la cultura”* (OEI, 2012).

Esto no ha sido siempre así. De hecho, las concepciones tradicionales del desarrollo llegaron a considerar la cultura como un lastre para el progreso, debido -por una parte- al entendimiento de que las creencias ancestrales y culturas originarias significan una rémora para alcanzar el progreso y, por otra, a la consideración de que la cultura es un lujo que desvía las prioridades de los propósitos principales: crecer y atender las necesidades básicas. Ignorando así que la vida cultural de las comunidades aporta elementos indispensables para el mantenimiento de sus capacidades sociales, las cuales inciden críticamente en la superación de esas mismas necesidades. Desde estos enfoques, se abogaba por un cambio hacia una modernidad eurocentrista o de acuerdo a los principios de un capitalismo y estatismo muy estricto (Martinell, 2010).

Estas ideas tuvieron notoria influencia en las oligarquías dominantes que incidieron en los principios políticos sobre los cuales se construyeron los Estados Nación surgidos de las independencias de las repúblicas americanas, así como de los procesos de descolonización en distintos continentes (Martinell, 2010). Unas ideas fuertemente marcadas por la dicotomía “civilización o barbarie”, con la que los poderes esclavistas y colonizadores definieron, impusieron y legitimaron su sistema de dominación postcolonial, que determina que son civilizados (cultos) los conquistadores triunfantes y bárbaros (incultos) los pueblos conquistados o sometidos (Lacayo, 2013).

En el último tercio del siglo XX este viejo paradigma evidencia, no obstante, sus límites y *“una visión más amplia del concepto de desarrollo se configura sobre una perspectiva más pluridimensional, buscando la incorporación de todas las variables posibles para un fin común; la mejora de las condiciones de vida y la reducción efectiva de la pobreza. En estos contextos la cultura va realizando un lento, pero constante, trayecto que se caracteriza por la creciente sensibilización de los responsables políticos y los agentes culturales, por un compromiso en el campo de las políticas públicas, la democratización de la cultura y la defensa del derecho de la ciudadanía a la participación en la vida cultural”* (Martinell, 2010).

Siguiendo a Martinell, esta nueva concepción de cultura y política cultural emerge en el escenario internacional como resultado de un gran pacto por una visión de cultura que pudiera conectar con las necesidades de desarrollo, respetando las múltiples identidades culturales y tomando en consideración la cultura como eje del mismo. Tales planteamientos abren una nueva etapa en las narrativas y políticas públicas, insertada en el debate sobre el desarrollo humano e inclusivo. Un desarrollo orientado -como hemos visto ya- al fortalecimiento de las capacidades de las personas y al aumento de su libertad de elección, cuyos exponentes principales han sido Amartya Sen y los Informes de Desarrollo Humano del PNUD.

De ese modo, la Declaración de la 2ª Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales (MONDIACULT), celebrada en México en 1982 bajo los auspicios de la UNESCO, establece un

vínculo irrevocable entre cultura y desarrollo, brindando una definición que continúa siendo hoy la referencia central de lo que se entiende por cultura en estos ámbitos:

“...la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden”.

Partiendo de ello, en el marco del Decenio Mundial del Desarrollo Cultural (1988-1997), se sientan las bases para el establecimiento de una nueva visión de las relaciones entre cultura y desarrollo, que parten de los siguientes principios:

- *“La cultura contribuye a la acumulación de conocimiento y entendimiento humanos (crecimiento humano) capaces de aportar concepciones del mundo variadas y el mantenimiento de un equilibrio entre recursos “humanistas”, recursos tecnológicos, recursos patrimonialistas y opciones culturales para las generaciones futuras.*
- *La cultura permite profundizar en los derechos fundamentales a partir de la participación en la vida cultural y la defensa de los derechos culturales individuales y colectivos.*
- *La cultura tiene impactos directos al desarrollo socio económico y la creación de renta disponible y bienestar.*
- *La práctica cultural y el acceso a sus beneficios permite crear un clima cultural basado en la confianza mutua, la libertad cultural y las relaciones de respeto a la diversidad expresiva.*
- *La cultura tiene una función de capital humano como medio de obtener poder y reconocimiento social y político. Las actividades culturales “influyen en la capacidad de la gente para afrontar los retos de la vida cotidiana y para reaccionar ante los cambios repentinos en su ambiente físico y social”.*
- *La cultura incide en el aumento de las oportunidades sociales de las personas, influye en la educación, el empleo y en el uso del tiempo libre.*
- *La cultura es imprescindible para una perspectiva integral del desarrollo sostenible”.* (Martinell, 2010).

Esta mirada sobre el nexo entre cultura y desarrollo tuvo, desde sus inicios, un fuerte trasfondo ético, promoviendo sus defensores la idea de que la primera era la auténtica razón de ser del segundo: *“¿es la cultura un aspecto o un instrumento del desarrollo, entendido en el sentido de progreso material, o es el objetivo y la finalidad del desarrollo, entendido en el sentido de realización de la vida humana bajo sus múltiples formas y en su totalidad?”*(UNESCO, 1997).

Tal centralidad de la cultura en el desarrollo, pero de “una” determinada perspectiva de la cultura (entre antropológica y sociológica) y de “una” determinada perspectiva del desarrollo (humano), continuó profundizándose en los años siguientes, tal y como podrá apreciarse en el ya citado epígrafe 2.3. Y, de ese modo, las distintas conferencias, declaraciones y documentos de posición liderados por UNESCO (desde el campo de la cultura) y PNUD (desde el campo del desarrollo) fueron generando potentes conceptos y lineamientos que a la vez que eran aceptados -explícita o implícitamente- como idearios de cabecera por parte de muchos gobiernos y

tomados como bandera por los sectores más comprometidos con el desarrollo humano, no dejaban de chocar de plano con los enfoques neoliberales (que no han dejado de ser hegemónicos) del desarrollo. Más todavía en aquellos países afectados por procesos coloniales, cuya huella socioeconómica y cultural aún se percibe en la convivencia y en la institucionalidad.

Conceptos y lineamientos, como los de *libertad, identidad, diversidad y derechos culturales* por ejemplo, llevados concienzudamente a la práctica significan un cambio de paradigma difícil de asimilar por los entornos de poder de estos países y resultan, asimismo, difíciles de aplicar por unos protagonistas (jóvenes, mujeres, indígenas, afrodescendientes, miembros de comunidades rurales, etc., esto es, la población mayoritaria de esos/nuestros países) que cuentan con limitadas capacidades y herramientas de gobernanza para hacerlos efectivos. Por otro lado, operativizar esta *concepción multidimensional de la cultura* (que abarca prácticamente todos los campos de la existencia humana y que, en esa medida, resulta muy compleja de llevar al terreno), queda bajo la responsabilidad de una institucionalidad débil y acostumbrada a trabajar verticalmente, con escasa articulación de sus actores, procesos y áreas de actividad (a este punto volveré un poco más adelante).

“Estamos atados a viejas instituciones que tienen siglos de existencia, como el Estado-nación o la dicotomía entre el sector público y el privado, o incluso las disputas sobre los méritos y las desventajas del capitalismo y de sus alternativas. Se ha dicho que el gobierno central, que cada vez se ha hecho con mayor poder, se ha convertido en algo muy pequeño para las cosas grandes y en algo demasiado grande para las cosas pequeñas” (UNESCO, 1997). Una tarea, en consecuencia, ingente y nada sencilla.

Con todo, en esa evolución -como no puede ser menos- la *vertiente económica de la cultura* no tarda en ganar relevancia. Una vertiente vinculada a la identificación y puesta en valor de riquezas (físicas y simbólicas) a las que se reconoce una enorme potencialidad para ampliar las fuentes de ingresos y el bienestar social de las personas y comunidades que las poseen. Riquezas tales como la *diversidad cultural* (concretada por ejemplo en productos artesanales y servicios de turismo con identidad), la *creatividad* (de las sociedades e individuos) y el *patrimonio cultural* (tanto el material como el inmaterial), cuya potencialidad para mejorar la vida de la gente es innegable. Un aprovechamiento económico de estos recursos que, no obstante, es indisociable de su contexto humano y cultural, so pena de convertirse en un “crecimiento sin alma”. Porque, se advierte, *“la cultura, por importante que sea como instrumento del desarrollo, no puede ser relegada a una función subsidiaria de simple promotora del crecimiento económico. El papel de la cultura no se reduce a ser un medio para alcanzar fines, sino que constituye la base social de los fines mismos. El desarrollo y la economía forman parte de la cultura de los pueblos”* (UNESCO, 1997).

La perspectiva económica de la cultura en el desarrollo introduce un nuevo elemento en la conceptualización y acción en esta materia: la cultura dispone, a la vez, de *una dimensión transversal y de otra sectorial*, al caracterizarse -en este último plano- como una rama productiva específica, aunque de características especiales respecto al resto.

“Sin embargo, si se exagera este tipo de argumento se corre el riesgo de que los objetivos culturales se vean sumergidos por objetivos puramente comerciales. Todas las formas de expresión cultural no pueden y no deben ser reducidas a valores mercantiles. «La transformación de la cultura y las artes creativas en mercancías descontextualiza y destruye el significado de las prácticas culturales. Equiparar las artes a productos generadores de

ingresos elimina la espiritualidad, la historia y el valor de las prácticas culturales, elemento central que mantiene los valores y exalta las tradiciones de las comunidades desfavorecidas». (UNESCO, 1997).

Si bien profundizaré más adelante acerca de todos estos conceptos y su evolución reciente, deseo centrarme ahora en dos cuestiones que enlazan directamente con los debates generales sobre el desarrollo de los que trata este apartado. La primera se refiere a la influencia de estos enunciados en la creación de nuevos entramados conceptuales que interpelan y trascienden la perspectiva del desarrollo sostenible (postdesarrollo, bien vivir, etc.) a los que haré referencia en próximas páginas. Y es que integrar a las dimensiones social, económica y ambiental del desarrollo sostenible una cuarta consagrada a la cultura (con el acento puesto, además, en la diversidad cultural) implica un cambio radical en los propósitos, actores, contenidos y gobernanza del desarrollo.

De hecho, ha habido voces que proponen la superación de este enfoque: *“Sostenemos, siguiendo al economista caribeño Keith Nurse, que la cultura no debería ser sólo el cuarto pilar, sino el pilar central. Y que alrededor de este pilar central se levanten los otros tres: el económico, el social y el medioambiental. Desde esta perspectiva, la unidad social clave en la que el cambio transformativo tiene lugar es una comunidad culturalmente definida. El desarrollo de esta comunidad está arraigada en las instituciones y los valores específicos de su cultura, en otras palabras, en sus propias fuerzas y recursos”* (UNESCO, 2013).

La segunda cuestión, en la que me enfocaré ahora, es que el espacio por antonomasia para aterrizar y hacer viable los conceptos y estrategias de cultura y desarrollo es, sin duda, *el espacio local*. Porque es en él donde más fácilmente se despliega esta visión holística e integradora que propone tal perspectiva, donde se interconectan derechos y economía, creatividad y empoderamiento, personas y recursos, medioambiente y territorio. Y donde, en consecuencia, el emprendimiento cultural puede estimularse, articularse y fructificar en mayor medida.

Ello explica que no transcurriera mucho tiempo para que autoridades locales de diferentes países del mundo lideraran el reconocimiento de la cultura como ‘cuarto pilar’ del desarrollo sostenible. Y fue de ese modo como nació en 2004 la *“Agenda 21 de la cultura”*, bajo la coordinación de la organización mundial ‘Ciudades y Gobiernos Locales Unidos’ (CGLU), la asociación de municipalidades más grande del planeta (con 64 miembros y 40 observadores), a la que se sumaron posteriormente la UNESCO y otras organizaciones de relieve internacional. Esta agenda -cuyos objetivos y ejes estratégicos veremos a continuación- postula la necesidad de una dimensión específica (por ejemplo, estrategias dirigidas a fortalecer el sector cultural) pero, por encima de ello, lo que busca es propiciar la aplicación de una “perspectiva cultural” a todas las políticas de un modo transversal. Se trata –de nuevo- de tener presente, de reconocer que es la cultura la que moldea lo que entendemos por desarrollo y determina la forma de actuar de las personas y colectividades, razón por la cual ha de ocupar un lugar prominente en el pensamiento y estrategias para lograr el desarrollo integral de los seres humanos.

"Reafirmemos que la cultura debe ser considerada como un factor fundamental de la sostenibilidad, ya que es una fuente de sentido y de energía, de creatividad e innovación y un recurso para responder a los desafíos y hallar soluciones apropiadas. La extraordinaria fuerza de la cultura para favorecer y posibilitar un desarrollo verdaderamente sostenible se hace especialmente patente cuando un enfoque centrado en el individuo y basado en el contexto local

se integra en los programas de desarrollo y las iniciativas de construcción de paz. (...) Reafirmamos también el potencial de la cultura como motor del desarrollo sostenible por medio de las contribuciones específicas que puede aportar -en tanto capital de conocimientos y sector de actividad- al desarrollo social, cultural y económico incluyente, la armonía, la sostenibilidad ambiental, la paz y la seguridad.” (UNESCO, 2013).

Cinco son las temáticas que incorpora la Agenda 21 de la Cultura: derechos humanos, gobernanza, sostenibilidad, inclusión social y economía. Y la relación entre cultura y desarrollo se aborda en ella desde un doble enfoque: la promoción de los sectores culturales propios (patrimonio, creatividad, industrias culturales, arte, turismo cultural); y abogando para que la cultura sea debidamente reconocida en todas las políticas públicas, particularmente en aquellas relacionadas con educación, economía, ciencia, comunicación, medio ambiente, cohesión social y cooperación internacional. *“La creatividad, el conocimiento, la diversidad, la belleza son presupuestos imprescindibles para el diálogo por la paz y el progreso, pues están intrínsecamente relacionados con el desarrollo humano y la libertad. Al tiempo que tenemos la obligación de promover la continuidad de las culturas locales indígenas, cada día, en ciudades de todo el mundo, antiguas tradiciones convergen con nuevas formas de creatividad, contribuyendo así a la conservación de la identidad y diversidad. El diálogo intercultural es uno de los mayores desafíos de la humanidad, mientras la creatividad es valorada como un recurso inagotable para la sociedad y la economía” (CGLU, 2010).*

Alrededor de 350 ciudades, gobiernos locales y organizaciones del mundo entero están asociados a la Agenda 21 de la Cultura. Con fecha 1º de febrero de 2015 Panamá se incluye en el listado de ciudades adheridas, lo cual expresa el compromiso del actual equipo municipal para conseguir que la cultura sea una dimensión clave en las políticas urbanas, y la asunción de los principios declarados en la Agenda, algunos de ellos, relacionados con el emprendimiento.

Compromisos del “Eje Cultura y economía”

- El reconocimiento de la dimensión económica de la cultura. Importancia de la cultura como factor de generación de riqueza y desarrollo económico.
- La financiación de la cultura a partir de varias fuentes, como subvenciones, fondos de riesgo, microcréditos o incentivos fiscales.
- El papel estratégico de las industrias culturales y los medios de comunicación local, por su contribución a la identidad local, la continuidad creativa y la creación de empleo.
- Las relaciones entre equipamientos culturales y entidades que trabajan con el conocimiento.
- El respeto y garantía de los derechos de los autores y de los artistas y su justa remuneración.

Un instrumento nodal que le debemos a la Agenda 21 es este documento Orientación Política, aprobado el 17 de noviembre de 2010, en el marco de la Cumbre Mundial de Líderes Locales y Regionales - 3er Congreso Mundial de CGLU, celebrado en la Ciudad de México.

“El Bureau Ejecutivo de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos aprobó este Documento de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos hace un llamado a las ciudades, gobiernos locales y regionales de todo el mundo a:

- *Integrar la dimensión de la cultura en sus políticas de desarrollo;*
- *Desarrollar una política cultural de gran calado;*
- *Incluir la dimensión cultural en todas las políticas públicas;*

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

- *Promover la idea de la cultura como cuarto pilar ante la comunidad internacional, particularmente en el diseño de las políticas.*
- *Ciudades y Gobiernos Locales Unidos hace un llamado a los gobiernos nacionales a:*
- *Añadir la perspectiva cultural a los planes nacionales de desarrollo;*
- *Establecer objetivos y acciones concretas relacionadas con la cultura en áreas como educación, economía, ciencia, comunicación, medioambiente, cohesión social y cooperación internacional;*
- *Promover la idea de la cultura como cuarto pilar ante la comunidad internacional, particularmente en el diseño de las políticas.*

Ciudades y Gobiernos Locales Unidos hace un llamado a las Naciones Unidas, las agencias de desarrollo y a la comunidad internacional a:

- *Integrar explícitamente la cultura en los programas de desarrollo sostenible;*
- *Impulsar el debate internacional sobre la inclusión de la cultura como cuarto pilar del desarrollo y sus efectos;*
- *Promover la incorporación de la cultura en el diseño de las políticas internacionales.*
- *La misión de la Comisión de cultura de CGLU para 2011-2013 es “Promover la cultura como el cuarto pilar del desarrollo sostenible a través de la difusión internacional y la implementación local de la Agenda 21 de la cultura”. (CGLU, 2010).*

Bajo este paraguas conceptual, distintas regiones y municipios están impulsando políticas culturales locales orientadas a potenciar *la creatividad local como factor productivo diferencial de los territorios*, a poner en valor y a encerrar en un único producto el patrimonio conjunto de la ciudad (el arquitectónico, natural, industrial, marítimo e intangible), a incentivar el turismo cultural urbano, a fomentar sinergias positivas entre los actores locales, a apoyar las economías creativas del territorio generando interconexiones entre sus agentes, a rentabilizar y reinventar los usos de los equipamientos culturales de proximidad en tanto que catalizadores de nuevas dinámicas socioeconómicas en barrios degradados, a consolidar una programación cultural estable de calidad con sello propio y capacidad de atracción internacional y, por último, a impulsar hitos (conmemoraciones, efemérides, organización de eventos mundiales, etc.), que sirvan de “pretexto” para movilizar, en un proyecto común y de largo plazo, las energías y recursos de las fuerzas institucionales, económicas y sociales en pro de lograr transformaciones del tejido socioeconómico y urbano de la ciudad. Todo ello en el marco de una perspectiva de la cultura concebida como *“elemento central de las políticas territoriales, que reivindica la ciudad como espacio público y eje del marketing urbano”* (CIDEU) y que es capaz, asimismo, de ejercer como uno de los más poderosos catalizadores de la innovación económica y social del territorio.

En América Latina existen diversos ejemplos de políticas y proyectos en los cuales la cultura se ha convertido en cauce principal para impulsar la cohesión e inclusión social en los territorios. Casos paradigmáticos, en ese sentido, son los de Medellín (Colombia) o Tijuana (México), que pasaron de encontrarse entre las ciudades más violentas del mundo a convertirse en territorios creativos, turísticamente atractivos y bastante más inclusivos en términos sociales y económicos (Villaseñor, 2013). A este punto regresaré más adelante.

Concretamente, el debate sobre la diversidad cultural se ha convertido en uno de los más apasionantes en el campo del desarrollo local en los tiempos recientes. Y aquí caben distintos enfoques que, en lo básico, provienen de quienes se acercan a la diversidad desde los campos

relacionados con las migraciones, de quienes lo hacen desde las minorías étnicas (y, más específicamente, las comunidades indígenas y de afro descendientes) y de quienes realizan una lectura mucho más extensa de la diversidad cultural, para incorporar en ella a la juventud y a las personas mayores (diversidad 'generacional'), a quienes tienen algún tipo de impedimento físico o psíquico (diversidad 'funcional'), a las personas homosexuales (diversidad 'sexual') y, por supuesto, a las mujeres (diversidad 'de género', noción cada vez más de moda en entornos empresariales, por ejemplo).

En América Latina, sin embargo, el auténtico debate sobre la diversidad cultural se centra en la defensa de los derechos humanos, económicos y culturales de los pueblos indígenas, así como en la vigencia de sus cosmovisiones en tanto que representan un paradigma que cuestiona de manera radical el pensamiento hegemónico y ofrece al mundo una sabiduría construida *"no solo desde la razón sino desde todas las potencialidades del ser humano integral, incluidos los sentimientos y los instintos"* (Larrañaga y Jubeto, 2011). Algunos lo han bautizado 'desarrollo con identidad' pero, en realidad, se trata de un planteamiento que supera con creces este tipo de adjetivaciones, como se podrá apreciar en un punto posterior.

Y es que el reconocimiento y el respeto de la diversidad cultural subyace en el concepto de desarrollo multidimensional que se ha ido dibujando y consolidando a lo largo de las páginas anteriores. Un concepto que ha de reservar un espacio privilegiado a la dimensión cultural para que sea pleno en su desarrollo teórico y en su aplicación práctica. El Informe de Desarrollo Humano 2004 del PNUD así lo corrobora: *"(...) Para avanzar en el objetivo de reducir la pobreza primero se debe enfrentar con éxito el desafío de construir sociedades inclusivas y diversas en términos culturales. (...) La libertad cultural y el derecho a la diversidad constituyen una parte fundamental del desarrollo humano puesto que, para vivir una vida plena, es importante poder elegir la identidad propia sin verse excluido de otras alternativas."* (PNUD, 2004).

En la misma línea se pronuncia la Declaración Universal sobre Diversidad Cultural de la UNESCO: *"El reconocimiento de la diversidad cultural es un imperativo ético, inseparable del respeto a la dignidad humana"* (Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural de la UNESCO, p.13).

La relación entre el binomio cultura y desarrollo pasa por considerar y entender el papel clave del concepto de identidad. Renato Ortiz ilustra claramente el vínculo entre estos tres conceptos: *"En un mundo donde cada vez más las identidades cobran protagonismo, toda acción de desarrollo que no las considere está condenada al fracaso. La identidad es un atributo relacional. Entonces, al gestarse en la interacción con los otros y en el seno de un determinado contexto, la identidad siempre es cultural."* Desde su punto de vista, para que algo se convierta en cultura debe transformarse en algo cotidiano. (Ortiz, 1996).

Jesús Martín Barbero, siguiendo a diferentes autores abunda en la identidad cultural como una de las claves del progreso, *"Estamos ante la aparición de nuevas formas de ciudadanía que señalan la creciente presencia de estrategias tanto de exclusión como de apoderamiento ejercidas en y desde el ámbito de la cultura. Estas ciudadanía culturales no solo inscriben las "políticas de identidad" dentro de la política de emancipación humana, sino que replantean a fondo el sentido mismo de la política poniendo en evidencia hasta qué punto las instituciones liberal democráticas se han quedado estrechas para acoger las múltiples figuras de la*

diversidad cultural que tensionan y desgarran a nuestras sociedades porque no caben en esa institucionalidad" (Olmos, 2008).

Es preciso construir un modelo de desarrollo desde lo propio. Las decisiones *"no se toman en el vacío, sin contexto o en un contexto neutro, sino en el seno de un sistema cultural que incluye valores, conocimientos, experiencias, habilidades y capacidades preexistentes."* Porque la inventiva, la innovación, la creatividad se realizan a partir de la propia identidad cultural." (Olmos, 2008).

Lamentablemente, esta riqueza de pensamiento sobre cultura en el desarrollo, y en particular acerca de la relevancia de la diversidad cultural, ha calado de forma limitada en las políticas globales y nacionales, cuestión que abordaré en el apartado 2.3 de este capítulo, así como en el capítulo 4.

No puedo dejar de citar en este punto otras corrientes de pensamiento y acción que integran desarrollo, cultura y territorio; unas corrientes que van ganando fuerza en la región, enfocadas en este caso en la dimensión económica de la cultura como eje principal de un sector más amplio. Se trata de la *economía creativa* que, por ser muy relevante para este análisis, será tratada con cierto detalle en el apartado 2.3.

2.2.12 Las instituciones como eje articulador del desarrollo

Todos los enfoques que hemos citado hasta el momento han colocado la prioridad en distintas tipologías de actores: para unos, son las empresas el principal motor del desarrollo y en quienes hay que concentrar la mayoría de los esfuerzos y recursos en esta materia; para otros, es el territorio el auténtico protagonista; por su parte, cada vez más organismos y especialistas señalan a las personas y las colectividades humanas como el corazón mismo del desarrollo, sus productores y principales destinatarios y, en los últimos tiempos, empiezan a proliferar quienes consideran que todas esas dimensiones han de contemplarse conjuntamente y de un modo integral. Pues bien, queda todavía por hacer mención a otro de sus grandes pilares: las instituciones.

En ese sentido y como no puede ser menos, distintas corrientes destacan la relevancia del marco normativo e institucional como hecho fundamental para la promoción del desarrollo. José Antonio Alonso (2012) explica que esta perspectiva estaría muy vinculada a la visión del desarrollo endógeno, pues entiende a las instituciones como sistemas de diversos factores sociales, leyes, creencias, valores y organizaciones que conjuntamente regulan el comportamiento social de una comunidad y el de sus individuos. De este modo, se crea, se fomenta y se mantiene una estructura endógena de desarrollo.

Así, las instituciones *"inciden sobre el desarrollo, ya que condicionan la habilidad que una sociedad tiene para poner en pleno uso sus factores productivos y someterlos a una más intensa dinámica de acumulación y mejora"* (Alonso, 2012). Es decir, existe una clara relación entre la calidad institucional y las posibilidades de desarrollo humano y de los territorios.

Estudios del Banco Mundial (1998) muestran una correlación positiva entre el desarrollo de los países y los indicadores de desarrollo institucional como la garantía y asignación de los derechos de propiedad, la garantía de cumplimiento de los contratos, la existencia y fiabilidad del poder judicial, la vigencia efectiva del sistema de mérito y el grado de corrupción existente.

El desarrollo institucional es un proceso cíclico y dinámico, siempre en cambio constante, por medio del cual las personas elevan su potencial de conciencia de los procesos en que se encuentran involucrados. El desarrollo institucional es un proceso de transformación social que requiere de apoyo sistemático que considere todos los factores económicos, políticos, sociales, culturales, tecnológicos, etc., que afectan el desempeño institucional, y que por tanto requiere de cambios profundos en la cultura organizacional de los agentes y actores involucrados. El desempeño en materia de productividad se asocia a la calidad de los vínculos entre agentes, mercados e instituciones (Magariños, 2002).

Entre los trabajos más recientes y sugerentes en este campo, puede destacarse el libro de Acemoglu y Robinson (2012), ambos profesores de economía y ciencia política del MIT y Harvard respectivamente, titulado “Por qué las naciones fracasan: los orígenes del poder, la prosperidad y la pobreza”. El punto de partida no es nuevo: las instituciones representan el determinante clave del comportamiento socioeconómico.

Estos economistas sostienen que, a la hora de explicar éxitos y fracasos, la política y los organismos e instituciones de los países que deben aplicar dicha política son más relevantes que los recursos que se poseen. Son las instituciones políticas las que determinan las correspondientes instituciones económicas de calidad, así como la capacidad de la ciudadanía de ejercer el control sobre los políticos. *“En aquellas, el poder del Estado, además de suficientemente centralizado, para evitar el dominio de las minorías ha de revelarse absolutamente compatible con el pluralismo. Esas instituciones favorecedoras de la prosperidad, de las reglas que gobiernan el funcionamiento de las economías, así como los incentivos de que dispone la gente, son las razones que explican las diferencias en la riqueza y su distribución. La prosperidad, en definitiva, se fundamenta en la lucha política contra los privilegios”* (Ontiveros, 2012).

Según estos autores, las élites extractivas de un país son aquellas que no persiguen el bien común, sino que centran sus esfuerzos en apuntalar su bienestar y el de su grupo de pertenencia, ya sea en el mundo de las finanzas, de la economía, de la política, los medios de comunicación o la inteligencia. *“Las instituciones extractivas concentran el poder en manos de una élite reducida y fijan pocos límites al ejercicio de su poder. Estas élites elaboran un sistema de captura de rentas que les permite, sin crear riqueza, detraer rentas de la mayor parte de la ciudadanía en beneficio propio”*. (Acemoglu y Robinson, 2012).

Saskia Sassen corrobora esta interpretación del papel de las instituciones. Una de las tendencias que más le interesan como pensadora e investigadora es lo que define como “extractivismo financiero”, que comenzó con las grandes desregularizaciones de los años 80. *“La alta finanza es un sector extractivo que vende lo que no tiene”*, a diferencia de la banca tradicional, *“y nosotros pagamos el precio”*. En opinión de Sassen, el sistema financiero logra colonizar espacios no financiarizados, periféricos, para seguir expandiendo sus fronteras y acumulando más riqueza y poder. (Sassen, 27 de octubre 2017).

Volviendo a Acemoglu y Robinson, ambos coinciden en que es la política con mayúsculas, las instituciones verdaderamente inclusivas, las generadoras de prosperidad para su ciudadanía, generando círculos virtuosos que impiden que las élites se apropien de la misma.

Por todo ello, en un momento de grandes retos económicos y sociales, las instituciones tienen que reinventarse, involucrándose ellas mismas en profundos procesos de auto-transformación.

“La fragmentación institucional aumenta, perdiendo peso el Estado hacia arriba (instituciones supraestatales), hacia abajo (procesos de descentralización.), y hacia los lados (con un gran incremento de los patneriados públicos-privados, con gestión privada de servicios públicos, y con presencia cada vez mayor de organizaciones sin ánimo de lucro en el escenario público). Al mismo tiempo, la lógica jerárquica que ha caracterizado siempre el ejercicio del poder, no sirve hoy para entender los procesos de decisión pública, basados cada vez más en lógicas de interdependencia, de capacidad de influencia, de poder relacional, y cada vez menos en estatuto orgánico o en ejercicio de jerarquía formal” (Subirats, 2010).

Frente a ello, voces como la de Vandana Shiva (Shiva, 2006), científica y filósofa hindú, reclama en su “Manifiesto por los derechos de la tierra, justicia, sostenibilidad y paz”, la construcción de una nueva forma de democracia, una democracia que se nutra de las iniciativas de las comunidades, a partir de la recuperación de su capacidad de actuar y decidir, impulsando de ese modo democracias, economías y culturas “vivas”. Y con Shiva entramos ya de lleno en el apartado siguiente, cuyo hilo conductor es precisamente ese: la vida como proyecto y proceso vertebrador del desarrollo.

2.2.13 Más allá del desarrollo: poner la vida en el centro

Un número cada vez más amplio de los agentes de la “comunidad del desarrollo”, expresan un creciente malestar ante el abismo existente entre las estrategias que se propugnan y las dificultades sistemáticas de hacerlas viables en el terreno. Porque ¿cómo -con los modelos mentales, culturales, organizativos y operativos que utilizamos-vamos a poder abordar de manera exitosa el carácter multidimensional que es inherente al desarrollo (particularmente en el plano local), a sus temáticas, actores, proyectos, articulaciones organizativas, innovaciones y metodologías? No parece posible abarcar tanto y de manera tan ambiciosa gestionando como se ha hecho siempre y contando con tan pobres herramientas.

Para muchos otros, sin embargo, los conceptos hasta ahora utilizados muestran claros límites y hay que buscar nuevas maneras de abordar la complejidad de los contextos, de dar respuesta a problemas que no pueden ser resueltos sobre la base de las viejas recetas.

José María Tortosa muestra que “el funcionamiento del sistema mundial contemporáneo es “maldesarrollador” y lo es por su propia lógica, basada en la maximización de resultados, la reducción de costes y la consecución de una incesante acumulación de capital. Por tanto es a ella hacia donde hay que enfocarse. (Tortosa, 2008).

Tal y como señala Arturo Escobar, hay una conciencia creciente de que este modelo ha entrado en crisis y, pese a que no es la primera vez que se apela a la crisis civilizatoria, esta vez hay componentes nuevos pues la combinación de crisis económica, ambiental y cultural está generando la idea cada vez más compartida de que es necesario un cambio de modelo, “*a fin de reconstituir el mundo desde la diversidad y la diferencia, desde abajo*” (Escobar, 2010).

Boisier, por su parte, también apela a la cuestión práctica, de interés para los *practitioners* del desarrollo y en especial las autoridades locales, de que se requiere un profundo re-entrenamiento mental para poder intervenir con alguna posibilidad de éxito en el fomento del desarrollo. Larrañaga y Jubeto reflexionan, asimismo, acerca de hasta qué punto una cuestión central sería la manera en que se entiende lo local desde estas visiones alternativas, debiendo superar la tradicional identificación de lo local con una determinada adscripción administrativa, territorial o departamental. “*Lo decisivo de lo que consideramos como espacio local es que en él sea*

posible un proyecto común. O dicho de otra forma, es aquel espacio donde las personas puedan comprender y vivir el proceso de desarrollo como suyo en cuanto colectividad. Pero es necesario añadir otro elemento central. No es suficiente que los actores locales sigan las mismas reglas del juego y se planteen ciertas normas cooperativas para alcanzar el bienestar común; desde el desarrollo humano se requiere que los proyectos estratégicos que comparten tengan una referencia de justicia y no sean excluyentes para determinados sectores. Para ello tienen que darse interrelaciones y reconocimientos interpersonales y entre grupos territoriales; y deben tener como principio que el bienestar de cada parte depende del bienestar de las otras, o que la expansión de las oportunidades de cada uno depende del desarrollo del conjunto” (Larrañaga y Jubeto, 2011).

Citaré seguidamente algunas de las perspectivas críticas del desarrollo que se manejan actualmente, a su vez herederas y cuestionadoras de muchas de las anteriores.

2.2.14 Decrecimiento sostenible

Los nuevos modelos cuestionan conceptos como desarrollo sostenible, porque estos parten de la base que siempre, constante y continuamente, el objetivo es crecer. Por el contrario, el decrecimiento lo que plantea es parar. *“La razón fundamental está en que tanto el sistema económico como el desarrollo social se ven condicionados por los límites biofísicos y la sostenibilidad se ve amenazada por la destrucción de los ecosistemas planetarios y el agotamiento de los recursos naturales que sustentan nuestras vidas”* (Bermejo et al., 2010). Aunque esto no es suficiente. Es necesario que los países, en función de su grado de desarrollo jueguen papeles diferentes, pues *“el peso del decrecimiento debe recaer en las sociedades desarrolladas, de tal forma que su decrecimiento permita al mismo tiempo reducir el tamaño global de la economía y el desarrollo de las sociedades cuyas necesidades básicas están sin cubrir”* (Bermejo et al., 2010).

Conviene recordar al respecto que los países OCDE, con solo un 15% de la población mundial, consumen el 56% del petróleo, el 60% del gas y más o menos la mitad de los minerales, es decir, el punto de partida es un contexto de apropiación y consumo profundamente desigual. Y, así, de la misma manera en que resultaría radicalmente insostenible extender a escala planetaria el modelo de producción y consumo de los países y sectores más ricos, tampoco puede pretenderse que los países más pobres no mejoren sus niveles de consumo. Por dicha razón, y en esa medida, el decrecimiento sostenible ha de ser definido como *“una reducción equitativa de los niveles de producción y consumo que permita aumentar el bienestar humano y mejorar las condiciones ecológicas tanto a nivel local como global, en el corto y en el largo plazo* (Schneider et al., 2010)” (Bermejo et al., 2010).

Cercana a esta vertiente, otra perspectiva interesante con respecto al desarrollo también radical en la exposición de su oposición al paradigma que cimenta las nociones de desarrollo revisadas anteriormente, es la teoría del “decrecimiento sostenible”. Esta teoría sostiene que los recursos y la capacidad productiva actuales son suficientes para satisfacer las necesidades de la población del planeta y que el problema estriba en el mantenimiento de estilos de vida de alto consumo energético y poco sustentables (economías desarrolladas), y una mala distribución de la riqueza a nivel mundial. Esto implica que los países desarrollados ya no serían el modelo; al contrario, en las economías tradicionales existirían una serie de conocimientos que es posible revalorar para un uso más eficiente de los recursos. La frase “vivir mejor con menos” sintetiza estas ideas.

Por lo tanto, las políticas públicas deberían enfocarse a estos dos problemas, potenciando así una nueva visión de desarrollo (Bermejo *et al.*, 2010).

2.2.15 Redondo vs. lineal: desarrollo inspirado en las formas de la tierra

En los últimos años también diversas voces se han sumado a los planteamientos de la economía crítica y el decrecimiento, pero en este caso partiendo de autores cuyas obras se dirigen al gran público, con mensajes cargados de fuerza comunicacional (best-sellers), vinculados por lo general al mundo de las empresas y las escuelas de negocios, que generan comunidades y que incorporan propuestas de acción y ejemplos de prácticas que pretenden movilizar las energías de sus lectores y adeptos hacia la asunción de compromisos concretos.

Todas se caracterizan por integrar todos o algunos de los ingredientes de la triple sostenibilidad (social, económica y ambiental); sin embargo, se ubican en posiciones más radicales, expresando las limitaciones de un concepto que entienden todavía dentro de las fronteras del desarrollo convencional.

Una de ellas es la “economía circular” que, tomando como ejemplo el modelo cíclico de la naturaleza, se contrapone a economías lineales en declive y reivindica el pensamiento de sistemas, al considerar que la mayoría de los elementos del mundo real forman parte de sistemas complejos en los que las distintas partes están vinculadas entre sí, vínculos que hay que tener en cuenta en todo momento (Fundación Ellen Mac Arthur, s/f). La economía circular es deliberadamente restaurativa y regenerativa, recuperando materias y productos ya desde la fase de diseño, y propiciando un aprovechamiento de recursos donde prima la reducción de elementos y la vuelta de los materiales a la naturaleza sin causar daños medioambientales al agotar su vida útil. La ciencia y la selección de materias desempeñarán un papel fundamental en el diseño de productos y procesos, un diseño que requerirá de competencias avanzadas y métodos de trabajo que aún no son fáciles de disponer.

La “economía azul”, por su parte, concepto lanzado por el belga Gunter Pauli (2011), aborda -a solicitud del Club de Roma- la misma problemática con propuestas concretas de innovación aplicables por Gobiernos, empresas y familias. Propone el rediseño de todo nuestro modo de vivir, inspirándonos en una naturaleza que nunca ha tenido la necesidad de utilizar combustibles fósiles para resolver sus necesidades. *“Nuestro objetivo no es reciclar, no es la economía verde, sino la transformación de la economía”* (Pauli, 2011).

Con un enfoque más integrador, la profesora británica Kate Raworth ha popularizado el término “economía rosquilla” (o economía donut) y está convirtiendo en viral su llamada de atención sobre la obsolescencia del modelo económico actual para interpretar y gestionar los retos del desarrollo en nuestras sociedades, al cual sitúa -como muchos especialistas críticos- detrás de la crisis del 2008 y de sus efectos una década después. Las teorías económicas tradicionales exacerbaban la desigualdad al permitir la polarización entre la pobreza extrema y el incremento, año a año, de la riqueza de los superricos, además de haber desembocado en políticas que degradan el planeta en una escala que compromete el futuro de la humanidad. Para ella *“nuestra actividad económica debería situarse en el espacio situado entre una base social y un techo ecológico”* (Raworth, 2018b), lo cual significa que todos deberían tener acceso a los bienes básicos, pero sin comprometer la sostenibilidad medioambiental. En esta línea se coloca también el libro de Antonio Ariño y Joan Romero “La secesión de los ricos” (Ariño, A., Romero J., 2016).

La idea convencional de progreso económico sigue sosteniéndose en una línea de PIB ascendente e infinita. Y ella propone pasar de ese esquema lineal a un círculo que equilibre la respuesta de las necesidades de las personas y las del planeta, asegurando la presencia de los siguientes elementos:

Fundamento social: Energía, Agua, Alimento, Salud, Educación, Renta y Trabajo, Paz y Justicia, Participación Política, Equidad social, Igualdad de género, Vivienda, Redes.

Techo ecológico: Contaminación atmosférica, Reducción de la capa de ozono, Cambio climático, Acidificación de los océanos, Contaminación química, Carga de nitrógeno y fósforo, Extracción de agua dulce, Conversión de tierras, Pérdida de biodiversidad.

Raworth también aboga por redefinir el concepto distributivo, diseñando nuestras actividades de tal forma que reinventemos la forma en que creamos valor en nuestra economía para compartirlo desde el principio (productos reciclables por diseño y en código abierto).

La autora alerta sobre el hecho de que *“el impacto de los mercados financieros en el planeta y las personas queda fuera de la ecuación de rentabilidad”* (Raworth, 2018b), en unas economías adictas al crecimiento, y la clave para resolver este conflicto de personalidad radica en el accionariado de las empresas.

“El sistema necesita un trasplante de corazón que deje de lado “la obsesión por un crecimiento interminable y sitúe en el centro la redistribución y la regeneración por diseño” (Raworth, 2018b), explica la autora, y añade: *“La realidad ha demostrado que el crecimiento no soluciona la desigualdad ni tampoco está resolviendo la cuestión medioambiental. El PIB no puede ser el objetivo porque entonces siempre ganará a la redistribución y a la regeneración”* (Raworth, 2018b).

Es llamativo, pero no sorprende, el hecho de que la cultura está totalmente ausente de unas reflexiones y propuestas en las que le correspondería un rol crucial, lo cual demuestra a mi modo de ver tres cosas: a) la cuestión cultural o bien se plantea en términos inaccesibles para la mayoría de la gente o bien se percibe como un territorio resbaladizo y arriesgado en el cual se entiende que es mejor no entrar; b) los discursos sobre cultura y desarrollo son desconocidos y no han permeado en estos entornos (mediáticos, políticos y empresariales), y c) tampoco ha existido una intención expresa de lograrlo, dada la casi nula producción bibliográfica sobre la temática dirigida a tales públicos.

Sea como sea, no me cabe duda de que estamos haciendo algo muy mal, apostados en nuestro ensimismamiento.

2.2.16 Postdesarrollo

El ‘Diccionario del Desarrollo’, una obra colectiva editada por Wolfgang Sachs en 1992, arrancaba con una frase que ha ido adquiriendo una vigencia cada vez mayor en el transcurso de los veinticinco años transcurridos desde que fue pronunciada: *“Los últimos cuarenta años pueden denominarse la era del desarrollo. Esta época se acerca a su fin. Es el momento indicado para redactar su eskuela de defunción”*.

En este cuestionamiento, no solo media la conciencia de la insostenibilidad socioeconómica y ambiental del actual modelo de crecimiento -más patente en el caso de los habitantes de los países con mayores niveles de desarrollo- sino, asimismo, el descontento de los mal llamados

países del Tercer Mundo, que elevan sus voces para rechazar una construcción euro centrista del desarrollo, que proponen revalorizar las culturas vernáculas y los intentos de la gente común de construir mundos más humanos, así como cultural y ecológicamente sostenibles.

”Se abre la posibilidad de crear diferentes discursos y representaciones, la necesidad de cambiar las prácticas de saber y hacer y de multiplicar centros y agentes de producción de conocimientos, particularmente, hacer visibles las formas de conocimiento producidas por aquéllos quienes supuestamente son los ‘objetos’ del desarrollo para que puedan transformarse en sujetos y agentes” (Decrecimiento.info, 2007).

La transformación que se requiere para ello no solo es económica o institucional, implica imaginar una sociedad diferente, una transformación cultural y una “descolonización epistémica” que desemboque hacia “mundos y conocimientos de otro modo” (Escobar, 2010).

”El postdesarrollo puede entenderse tanto como un cambio de imaginarios, una serie de preguntas y principios teóricos, como formas de acción y práctica política y social diferentes.

El postdesarrollo significa la creación de un espacio/tiempo colectivo en el cual:

- *El «desarrollo» cese de ser el principio central que organiza la vida económica y social.*
- *Se cuestione efectivamente la pre-eminencia del concepto de crecimiento económico y este como meta. Se deconstruye la matriz cultural de donde proviene el desarrollo y su historicidad (visión dominante europea de la modernidad).*
- *Se desarticula paulatinamente en la práctica el modelo de desarrollo basado en la premisa de la modernización, la explotación de la naturaleza como ser no vivo, los mercados, la exportación y la acción individual.*
- *Se reconozca una multiplicidad de definiciones e intereses alrededor de las formas de sustento, las relaciones sociales, y las prácticas económicas.*
- *Se diseñen políticas desde la relacionalidad entre grupos humanos y entre estos y la naturaleza; es decir, se procede desde un principio de cosmovisiones relacionales (como las que subyacen las cosmovisiones y prácticas de muchos grupos indígenas, negros, y campesinos, y de las formas comunales de algunos grupos urbanos, así como la ecología), en vez de la cosmovisión dualista que separa seres vivientes de no vivientes, humano de lo no humano, individuo y comunidad.*
- *Se establezca un diálogo inter-cultural alrededor de las condiciones que podrían devenir en un universo de configuraciones socio-naturales, es decir, una multiplicidad de propuestas y visiones (ej., liberales y comunales, capitalistas y no capitalistas, etc.).*
- *Se propenda por formas de integración regional autónoma basadas en criterios ecológicos (por ejemplo. el biorregionalismo), de desarrollo autocentrado (no dictado por los requerimientos de la economía mundial), a niveles sub-nacionales, nacionales, regionales y globales”.* (Escobar, 2010).

Escobar incide también en otra idea muy relevante y es que, en el marco de este nuevo paradigma, *“el ciberespacio puede ser visto como la posibilidad de incorporar un nuevo modelo de vida y de hacer en el mundo. Conocido por varios entusiastas como un espacio de conocimiento, un espacio de inteligencia colectiva y una «noosfera» (esfera de pensamiento colectivo), el ciberespacio, en estas visiones, constituye un espacio significativo para la interacción sujeto-sujeto”* (individual y colectivamente), para la negociación de visiones y significados. *El sistema resultante de inteligencia en red puede tener un gran potencial cultural,*

social y político. Puede configurar una sociedad de comunidades inteligentes, centrada en la producción democrática de la cultura y la subjetividad". El pensamiento en red está listo para invadir todos los dominios de la actividad humana. Sea lo que sea, el hecho es que el pensamiento en red está aquí para quedarse" (Escobar, 2010).

2.2.17 El buen vivir, el vivir bien

Otro de los enfoques del desarrollo que da un paso más en la materialización de estas visiones alternativas consiste en el llamado 'buen vivir' (término ecuatoriano) o 'vivir bien' (término boliviano) -*Sumak Kawsay, en kichwa o Suma Gamaña, en aymara*-, ambos sustentados sobre los efectos positivos que debe ejercer el desarrollo sobre el bienestar social y humano, más que sobre la producción. Las teorías del 'buen vivir' tienen un impacto e importancia considerables en algunos países de América Latina, pero son los Estados Plurinacionales de Ecuador y Bolivia quienes más las están potenciando, hasta el punto de haberlas incluido en sus respectivas Constituciones. Este buen vivir implica un accionar contra las monológicas del saber lineal propio del "desarrollo neoliberal" y en lo que podría ser un diálogo con la propuesta de Boaventura de Sousa Santos de las ecologías de los saberes.

El buen vivir o el vivir bien toma distancia respecto al concepto de bienestar occidental y en relación al saber lineal propio del desarrollo neoliberal (Tortosa, 2008), sustentándose bajo los principios de complementariedad, reciprocidad, solidaridad, seguridad jurídica, interés individual y bienestar colectivo, junto a los derechos de la naturaleza como base de un desarrollo solidario. Esta perspectiva es especialmente patente al referirse al desarrollo de pueblos o comunidades indígenas. En estos casos se habla, como señala Huanacuni, F. (2010:6), del "paradigma comunitario de la cultura de la vida para vivir bien", referido a las formas de vida que se sustentan en el respeto, la armonía y el equilibrio con el territorio y la vida que hay en él (humana, animal y natural), y comprendiendo que "en la vida todo está interconectado, es interdependiente y está interrelacionado".

El buen vivir o el vivir bien, de este modo, nace como alternativa a lo que se ha entendido hasta entonces como desarrollo, aunque se propone también contribuir (otra cosa es que lo haya logrado hasta ahora) con "respuestas concretas urgentes, a los problemas que el desarrollismo actual no resuelve. Es tanto una crítica al desarrollismo como un ensayo de alternativas. Estas por un lado atienden aspectos asuntos conceptuales, por ejemplo, el debate sobre una nueva economía, pero también ofrece soluciones frente a situaciones específicas, como puede ser el cambio climático" (Gudynas y Acosta, 2011).

Porque, a diferencia del desarrollo sostenible, el buen vivir no trata solo de buscar un modelo más equitativo y ambientalmente respetuoso, sino que busca un sistema en equilibrio, no un crecimiento continuo y sostenido en el tiempo, contraponiéndose así al excluyente e inviable "vivir mejor". La finalidad, pues, no es tanto conseguir más crecimiento, sino mantener los mínimos necesarios para que una comunidad, respetando su entorno, pueda tener una vida justa, equitativa, digna y feliz, "desmercantilizando" así la vida. "(...) un tipo de desarrollo que pone al centro al sujeto-persona-nosotros y su relación con la naturaleza y con lo espiritual; las riquezas como materialidad e inmaterialidad, y donde los sentidos y recursos comunes están al servicio de la protección y conservación del territorio, que es reconocido por quienes lo habitan, y donde es central la convergencia y lo colectivo en la producción de prácticas vernáculas y en el diseño y realización de acciones públicas." (Figuroa, 2012).

Desde este enfoque, es menester trascender el concepto tradicional de “derechos humanos”, considerando también a la tierra y todos los seres vivos de la naturaleza (comprendiendo desde las montañas y los ríos a los animales) como titulares de derechos. Tales derechos deben ser incluidos en las constituciones modernas *“que han abandonado el antropocentrismo y el paradigma del dominus, del ser humano como señor y dominador de la naturaleza y de la tierra”* (Zaffaroni, 2011).

José Renato Soethe, investigador del *Instituto de Estudios para o Desenvolvimento Local de Itapuy (Brasil)*, (Monte *et al.*, 2011). Argumenta por su parte que, de cualquier forma, en estos momentos cabe la necesidad de realizar un esfuerzo de repensar nuestra historia y nuestras posibilidades reales de construir políticas para el buen vivir. Y el buen vivir -dentro del actual contexto de desigualdades, miseria, injusticias, enfermedades y otros problemas- exige repensar nuestras concepciones del desarrollo, proponer rupturas con el modelo anterior y construir nuevas propuestas a ser experimentadas. Dentro de ello, es preciso redefinirlas con nuevos principios: autonomía, reciprocidad, endogenia y sostenibilidad.

También, en esta misma línea, se desarrollan las teorías de la *vida vivible*. Por ejemplo, la filósofa estadounidense Judith Butler, realiza una reflexión sobre cómo conceptualizar el desarrollo que surja desde el replanteamiento de las condiciones en las cuales la vida se hace vivible. De este modo, el foco se pone en las condiciones sociales del desarrollo y, a partir de ahí, podemos juzgar y definir “qué vida merece ser vivida” (Rodríguez, 2010). El debate no está por tanto en cómo calificar el desarrollo o cómo alcanzarlo, sino en qué vida deseamos y qué vida realmente podemos vivir, desde nuevos enfoques basados en la “sostenibilidad de la vida” porque es la vida lo que realmente está hoy en juego.

Como veremos en el capítulo 4, municipios de vanguardia, como la Alcaldía de Medellín, han estado basando sus nuevas estrategias en un ideario similar, lo que representa un cambio de los enfoques de desarrollo teorizados y puestos en marcha desde la práctica local.

Algunos expertos, sin embargo, como Gudynas, Guevara, Roque y Escobar, apuntan a la distancia que existe todavía entre los pronunciamientos y la práctica. *“Esta distancia ocurre porque los gobiernos siguen atrapados en concepciones desarrollistas. Para resumir: aunque en estos discursos el ‘desarrollo’ ha sido descentrado hasta cierto punto al abrir espacio para la cultura, la naturaleza, y aspectos no económicos, el modelo propuesto sigue siendo modernizante y dirigido por expertos. De esta forma, aunque vislumbra el postdesarrollo, no se adentra hacia él con paso firme”* (Escobar, 2010).

El nicaragüense Francisco José Lacayo opina que no puede ser de otra manera (y yo coincido plenamente con él), debido a que los viejos y fracasados paradigmas que conforman la cosmovisión actual de la humanidad son herederos de un concepto agotado de desarrollo y, en esa medida, las propuestas paradigmáticas alternativas habrán de instaurarse desde este modelo deshumanizante de sociedad partiendo de sus propias contradicciones (Lacayo, 2013). Continúa dicho autor: *“Los cambios de los grandes paradigmas de la humanidad están articulados entre sí y todas las nuevas propuestas paradigmáticas luchan por emanciparse de los dogmas suicidas del actual y fracasado modelo económico (un modelo de economía de mercado que intenta convertirse en un modelo de sociedad de mercado). Es desde el vientre de la bestia y no fuera de ella que van naciendo los nuevos paradigmas. Se trata de un proceso de ‘metamorfosis’* (Lacayo, 2013).

2.2.18 Una cartografía alternativa del desarrollo basada en la ecología de saberes

Aunque ya me he referido a las contribuciones del sociólogo portugués Boaventura de Sousa Santos en un epígrafe anterior, me detendré ahora a exponer, con un poco más de detalle, algunas de sus ideas centrales sobre cultura y desarrollo por considerarlas de gran valor para el marco conceptual de mi trabajo y, asimismo, por constituir un paraguas de interpretación y alineamiento de las ideas de muchos de los autores/autoras que he ido citando en estas páginas y que aportan miradas altamente críticas acerca de los discursos y prácticas vigentes del desarrollo.

Sousa comienza por cuestionar el pensamiento abismal, un pensamiento que establece líneas radicales que dividen las experiencias, actores y saberes sociales entre los que “se encuentran de este lado de la línea” (entendidos como visibles, comprensibles, útiles) y los que se sitúan “al otro lado” (invisibles, olvidados, peligrosos), dividiendo la realidad social en dos universos y borrando “el otro lado” como existente. Lo que caracteriza, pues, este pensamiento es la imposibilidad de “co-presencia” de los dos lados de la línea.

Para este autor, la tradición crítica eurocéntrica no ha podido trascender la lógica del pensamiento abismal, limitándose a buscar su diferencialidad a través de la adjetivación contrahegemónica de los sustantivos propios de las teorías convencionales: frente al desarrollo, el desarrollo alternativo; frente a la democracia, la democracia radical o participativa; frente al cosmopolitismo, el cosmopolitismo subalterno. Sin embargo, solo desde el reconocimiento de la persistencia del pensamiento abismal es posible comenzar a pensar y actuar más allá de él, desde lógicas no-derivadas o posabismales que recojan la perspectiva del otro lado de la línea.

“El pensamiento posabismal puede así ser resumido como un aprendizaje desde el Sur a través de una epistemología del Sur. La primera condición para un pensamiento posabismal es una copresencia radical. Una copresencia radical significa que las prácticas y los agentes de ambos lados de la línea son contemporáneos en términos iguales” (Sousa Santos, 2010a). O, como plantea por su parte Ramón Grosfoguel *“la descolonización en la zona del no ser pasa por construir/reconstruir sus formas de ser, sus formas de vivir, es decir, identidad entendida en un sentido más profundo”* (Grosfoguel, 2013).

Para lograr este propósito, Sousa Santos propone mostrar aquello que en apariencia no es al haber sido activamente producido como no existente, mediante lo que denomina la sociología de las ausencias. Un objeto empírico imposible desde el punto de vista de las ciencias sociales convencionales. *“Se trata de transformar objetos imposibles en objetos posibles, objetos ausentes en objetos presentes”* (Sousa Santos, 2010b) y, para ello, hay que evidenciar los distintos modos de producir ausencia o no existencia, cinco según nuestro autor: el ignorante (monocultura del saber y del rigor del saber, transformando la ciencia moderna y la alta cultura en criterios únicos de verdad y calidad estética), el retrasado (monocultura del tiempo lineal, declarando atrasado todo lo que, según la norma temporal, es asimétrico con relación a lo considerado avanzado), el inferior (lógica de la clasificación social, asentada en la monocultura de la naturalización de las diferencias), el local o particular (lógica de la escala dominante, que prima lo universal y lo global) y el improductivo o estéril (lógica asentada en los criterios de productividad capitalista). *“Se trata de formas sociales de inexistencia porque las realidades que conforman aparecen como obstáculos con respecto a las realidades que cuentan como importantes: las científicas, avanzadas, superiores, globales o productivas, Son, pues, partes des-cualificadas de totalidades homogéneas que, como tales, confirman lo que existe y tal como existe”* (Sousa Santos, 2010b).

Ante ello, el sociólogo portugués propone una sociología de las emergencias, que significa una ampliación simbólica de los saberes, prácticas y agentes, identificando en ellos las tendencias de futuro (lo que todavía no es) sobre las cuales se puede actuar para maximizar la probabilidad de la esperanza con relación a la probabilidad de la frustración. *“Por eso, la sociología de las emergencias sustituye la idea mecánica de determinación por la idea axiológica de cuidado”* (Sousa Santos, 2010b). En esa medida, se trata de dar un lugar a los conocimientos populares, laicos, plebeyos, campesinos o indígenas actualmente situados al otro lado de la línea, desaparecidos hoy como conocimientos relevantes, o ni tan siquiera aceptables, al encontrarse más allá de la verdad y de la falsedad. *“Así, la línea visible que separa la ciencia de la filosofía y de la teología crece sobre una línea invisible abismal que coloca, de un lado, la ciencia, la filosofía y la teología y, del otro, conocimientos hechos inconmensurables o incomprensibles por no obedecer ni a los métodos científicos de la verdad, ni a los conocimientos reconocidos como alternativos, en el reino de la filosofía y la teología”* (Sousa Santos, 2010a).

El concepto clave de la sociología de las emergencias gira en torno a la llamada ecología de saberes, que confronta la monocultura de la ciencia moderna y se fundamenta en la idea de que el conocimiento es interconocimiento. *“La ecología de saberes no concibe los conocimientos en abstracción; los concibe como prácticas de saberes que permiten o impiden ciertas intervenciones en el mundo real. La ecología de saberes está basada en la idea pragmática de que es necesario revalorizar las intervenciones concretas en la sociedad y en la naturaleza que los diferentes conocimientos pueden ofrecer”* (Sousa Santos, 2010b). Y añade: *¿no deberíamos ser sorprendidos por la abundancia de los conocimientos, los modos de vida, los universos simbólicos y las sabidurías que han sido preservados para sobrevivir en condiciones hostiles y que están basados enteramente en la tradición oral?* (Sousa Santos, 2010b).

Esta consideración del conocimiento como intervención en la realidad y no tanto como representación de la realidad resulta crucial en un campo como el que pretende abordar esta tesis (cultura, desarrollo, emprendimiento), tan plagado -como veremos después- de conceptos bienintencionados pero, en muchas ocasiones, vacíos de contenido y realidad. Por eso, hago mía la frase de que *“la credibilidad de una construcción cognitiva es medida por el tipo de intervención en el mundo que esta permite o previene”* (Sousa Santos, 2010a).

Una intervención que no puede plantearse apelando exclusivamente a lo local, dado que *“la resistencia contra las líneas abismales debe acontecer en una escala global, es imperativo desarrollar algún tipo de articulación entre las experiencias subalternas a través de enlaces locales-globales”* (Sousa Santos, 2010a).

2.2.19 El desarrollo económico (y no solo economicista) puesto en cuestión

Ramón Grosfoguel, sociólogo puertorriqueño situado en la órbita de pensamiento poscolonial de Sousa Santos, incide en la idea de que poner la vida en el centro del desarrollo (o del postdesarrollo...) requiere resituar el papel e importancia de la economía. Para él, los paradigmas de la economía política se encuentran articulados sobre un eje económico a través de dos jerarquías globales de poder (la división internacional del trabajo y la jerarquía interestatal global), una conceptualización que asume que el sistema mundo en que vivimos es un sistema económico y que interpreta que resolviendo estas dos jerarquías se resuelve todo lo demás. *“Yo argumento que el sistema-mundo que habitamos se trata de una civilización que tiene dentro de sí un sistema económico enredado con múltiples jerarquías de poder, pero no es un sistema económico en sí mismo”* ... *“Descolonizar la economía política no es otra cosa que*

cambiar la geografía de la razón y mirar el mismo sistema-mundo desde otra geopolítica y corropolítica del conocimiento” (Grosfoguel, 2013).

El autor identifica, en ese sentido, 15 jerarquías de poder globales que constituyen un complejo entramado de relaciones de poder que no se agotan con la economía o el sistema interestatal global. Estas jerarquías incluyen las raciales, de género, epistémicas, pedagógicas, artísticas, estéticas, lingüísticas, espaciales, ecológicas, médicas, y sexuales que forman parte de una civilización. *“El problema con el socialismo del siglo XX es que entendía que resolviendo lo económico se resolvía lo demás y el problema es que no solamente no resolvieron lo demás sino que no resolvieron lo económico porque si tú te organizas o luchas contra el capital reproduciendo racismo, sexismo, eurocentrismo, cristianocentrismo, cartesianismo y todos los problemas de esta civilización, se termina corrompiendo la lucha contra el capital” (Grosfoguel, 2013).*

Por tal razón, el sociólogo puertorriqueño rehúsa seguir hablando de “capitalismo global”, “sistema mundo capitalista” o “modo de producción capitalista”, que remiten a la lógica economicista de que el problema sistémico es básicamente económico. *“A riesgo de sonar ridículo prefiero usar una frase larga que haga visible lo que la visión economicista encubre. De ahí que prefiera nombrar esta civilización como el “sistema-mundo capitalista/patriarcal occidentalocéntrica/cristianocéntrica moderno-colonial. Así hago visible lo que en la otra conceptualización se hace invisible” (Grosfoguel, 2013).*

La economista Ana Esther Ceceña es otra de las especialistas que incide en esta idea, aunque ya desde unos cuantos años antes: *“Insisto mucho en que son sistemas de dominación y no de explotación, porque no es solo un problema laboral, ni del proceso de producción del mundo, del trabajo capitalista. Es un proceso en el cual se ejercen diferentes tipos de dominio en los distintos espacios, en las diversas dimensiones de la vida, desde lo que son las relaciones jerárquicas o autoritarias de género hasta relaciones discriminatorias en el campo de los grupos étnicos, pasando por lo económico, lo político y lo social en todos los niveles” (Ceceña, 2002)”.*

2.2.20 El género y su interpelación radical a las narrativas y prácticas del desarrollo

“La mirada en que la mujer se mira a sí misma es distinta a la análoga del varón. Es esencial a la vida humana necesitar saberse, o saber algo de sí misma, pero el hombre adquiere este saber, casi siempre, en forma de idea, de definición; la definición es la forma más viril de conocimiento. Mientras, la mujer suele verse vivir desde dentro, sin definición, de modo directo, prescindiendo del personaje que el hombre necesita crear para verse vivir. Es muy masculino verse vivir desde una idea o desde un personaje; femenino verse vivir hacia adentro, como si la mirada saliera de un centro situado más allá del corazón”.

María Zambrano

Si hay otro gran cuestionamiento a las lógicas economicistas y monolíticas del desarrollo, este procede sin duda de los espacios del feminismo y el activismo en pro de la igualdad de género, pese a su evidente debilidad (por ahora) de cara a convertirlo en un poder real de cambiar el pensamiento y la acción del desarrollo.

Ya en los años 70, se comenzó a visualizar la posición clave de las mujeres en el desarrollo, reconociendo su marginación y la necesidad de tenerlas en cuenta. Surgió entonces el Enfoque MED (“mujer en el desarrollo”), con el objetivo de integrarlas de una manera funcional al mundo productivo, interpretando que era la exclusión del mismo la causa de su subordinación. Desde este enfoque se tendía a considerar a las mujeres aisladamente, buscando soluciones parciales a través de intervenciones específicas o de proyectos “con un componente de mujer”, que no cuestionaban sus roles genéricos ni la división sexual del trabajo. A finales de dicha década, este enfoque comienza a ser cuestionado, por influencia de las organizaciones de mujeres y de funcionarias de organismos internacionales, y se incorpora en el debate la importancia de las relaciones de género para entender (y superar) la subordinación de las mujeres. Este debate hizo pasar paulatinamente de una concepción MED a GED (“género en el desarrollo”), orientada al empoderamiento de las mujeres, a reconocer e impulsar su rol como protagonistas (objeto y sujeto) del desarrollo, a cuestionar el modelo dominante y a poner las relaciones de género (en los hogares, en las comunidades y en las instituciones) en el eje de los análisis y agendas de intervención (Emakunde, 1998).

Pese a ello, a lo largo de este recorrido ha quedado sin embargo patente la limitada participación de las mujeres en la conceptualización de los grandes temas del desarrollo (incluyendo el más cercano a la vida de las personas, el desarrollo local), más allá de los ámbitos especializados en igualdad de género y de la abundante retórica existente sobre la necesidad de contar con ellas en todas las dimensiones del desarrollo.

De hecho, las mujeres siguen siendo percibidas como objeto del desarrollo, pero no así como sujeto legitimado que decide y nombra, y ese objeto además suele estar vinculado al rol femenino tradicional, a su esperable atención de las necesidades cotidianas de la familia y la comunidad, participando en función de su papel de intermediarias de fines de bienestar para otros y *“proyectando a los espacios públicos sus roles domésticos que “normalizan” la presencia de las mujeres en la vida pública, siempre y cuando se mantengan dentro de los límites territoriales y los comportamientos “femeninos” socialmente aceptables”* (Massolo, 2007). Eso significa una adscripción sistemática de las mujeres en los temas de corte social - normalmente problemas y necesidades- tales como pobreza, salud y enfermedad, emergencias por catástrofes naturales, desestructuración familiar, emprendimientos de necesidad, etc., pero una participación mucho más débil en los entornos prestigiados del desarrollo, que son los que tienen que ver con la gestión de las oportunidades.

Bajo este paradigma, ni las actividades llevadas a cabo por las mujeres (segregadas en el ‘espacio social y natural’, radicalmente excluidas de esta interpretación de la economía y, por tanto, invisibles para ella), ni tampoco sus experiencias y saberes (que proceden de tradiciones mucho más integradoras y menos cartesianas), han podido ser considerados como parte de las dinámicas y sujetos del desarrollo. En el contexto de la división sexual del trabajo el desarrollo, pues, representa una construcción masculina y “no es” cosa de mujeres. No lo fue entonces y, bajo la prisión de dicho marco conceptual y de sus derivaciones prácticas, continúa siendo complicado que lo sea en el presente al no haber participado de esta forma de soñar, pensar y ser en el desarrollo.

Y si no se categoriza a las mujeres como sujetos de oportunidad menos aún se las puede considerar sujetos de conocimiento, lo cual no significa el que no haya no pocas mujeres que, sin echarle dosis de grandilocuencia, estén lanzando nuevas ideas o construyendo alternativas

pertinentes e innovadoras a los problemas del desarrollo, ya sea en sus comunidades, desde la academia, dentro de las agencias de desarrollo o a través de las redes sociales.

Una de ellas, Alejandra Massolo, considera que pese a que la dimensión de género es constitutiva del concepto y el proceso de desarrollo -impregnando sus visiones, objetivos y proyectos- esta no ha sido considerada, mucho menos desde un enfoque transversal y articulado con sus restantes dimensiones (Massolo, 2007). Y es que, como se apuntaba, es casi imposible que se reconozca un objeto si antes no ha sido reconocido el sujeto.

Uno de los aportes más significativos del feminismo tiene que ver con la redefinición de lo que se entiende por economía en el sentido de que *“el trabajo doméstico no remunerado, y por tanto invisibilizado en la ciencia económica, es parte central del funcionamiento de la economía y del trabajo en su totalidad. No es posible entender la economía en su totalidad sin abarcar la comprensión de la economía doméstica como una parte fundamental y en indisoluble relación con la ‘economía formal’. Asimismo, no es posible entender el trabajo, sin considerar a este como el conjunto de los esfuerzos que realizan hombres y mujeres en el espacio privado y público, en la esfera mercantil y doméstica; es decir, cómo la suma de los productos del trabajo remunerado y no remunerado en tanto que trabajo total (o global) necesario para generar la subsistencia y el avance de las sociedades en su conjunto”*. (Causa Vera, (Editora), 2008).

Ello pone de manifiesto que una de las debilidades de las acepciones más convencionales -y aún extendidas- del desarrollo es que desconsidera que la cara oculta de la producción es la reproducción, escondiendo la tensión existente entre dos objetivos que pueden llegar a ser contradictorios: la obtención de beneficios por una parte y el cuidado de la vida humana por otra, que aparece falsamente ubicado como un proceso paralelo y autosuficiente (Carrasco, 2001).

Pero yendo más allá de la tradicional segregación de los espacios entre público y privado, estas voces cuestionan *“un esquema epistemológico patriarcal que se caracteriza por interpretar el mundo de manera dicotómica: comprender la realidad organizada en pares de opuestos (bueno/malo, producción/reproducción), con una valoración jerárquica del binomio (la producción es el progreso, lo deseable) y donde el miembro valorado termina arrogándose el todo, la universalidad (solo vemos y hablamos de la producción). Además, hay un encabalgamiento entre toda dicotomía y las dos claves de masculino/femenino, civilización/naturaleza. La producción encarna valores de la masculinidad, y usa la naturaleza feminizada para construir civilización. Desde aquí, se produce una disociación entre la producción, el progreso, objetivo civilizatorio, y la mera reproducción, el sostenimiento, condición que debe superarse”*.

“Desde aquí, la economía de mercado es un estadio de civilización superior a las economías de subsistencia, porque permite colmar deseos, y no simplemente satisfacer necesidades. Lo plenamente humano es crecer, poner la vida al servicio de algo superior a la vida misma. Ante esta epistemología perversa, la cuestión no es solo visibilizar que, además de producir bienes y servicios, también se reproducen personas. Sino señalar que ambos procesos no están escindidos, que la producción solo nos importa en la medida en que reproduce vida. La reproducción es la lente desde la que mirar el conjunto, el eje transversal. Y, al aplicar esta lente trasversal, hay que romper con la noción de que lo humano es superarse, progresar, menospreciando el proceso en sí de mantenimiento. Dicho de otra forma: se argumenta que no

hay contradicción entre el objetivo de vivir bien y la sostenibilidad. Se trata de apostar por una vida que merezca la pena ser vivida, por vivir bien, en palabras de Tortosa (2009): Buen Vivir es “la idea de una vida no mejor, ni mejor que la de otros, ni en continuo desvivir para mejorarla, sino simplemente buena” (Orozco, 2012).

Amaia Orozco continúa interrogándose sobre las necesidades de las que nos haremos cargo colectivamente dejando patente que sus dimensiones materiales y afectivas son inseparables, así como la importancia de la necesidad de cuidados por parte de todas las personas a lo largo de todo su ciclo de vida. Y, al igual que las necesidades no pueden separarse de los deseos (algunas mujeres de comunidades de base en Centroamérica han inventado el término ‘*decesidades*’ para apelar a esa profunda interconexión), tampoco cabe escindir la interdependencia de la autonomía pues bajo los paradigmas del ‘vivir bien’ la una no tiene sentido sin la otra.

Bajo esta mirada ‘género-sensitiva’, con el eje puesto en la sostenibilidad de la vida, además de la corresponsabilidad en los cuidados, se desvelan también otras temáticas como prioritarias para el desarrollo -pero hasta ahora prácticamente invisibilizadas-, tales como la democracia del tiempo (el principal recurso humano), la paz y la seguridad (incluyendo a mujeres y a hombres como agentes activos de paz en las casas y en las calles), la salud sexual y reproductiva, la construcción de los roles de género en el espacio de las subjetividades y, por supuesto, el empoderamiento de las mujeres en todos los frentes de la vida económica, política, cultural y social. Todas y cada una de estas dimensiones son, sin duda, concreciones muy relevantes para alcanzar un mayoritario buen vivir.

El antropólogo Ritxar Bacete considera que "*el feminismo o la lucha por la equidad no debería ser una cosa de mujeres, porque todos tenemos derecho, y diría que la obligación, de aspirar a vivir en una sociedad mejor. (...) Estamos hablando de un problema de humanidad, de las posibilidades de desarrollo humano y de un modelo de sociedad (...).*" Según lo atestiguan muchos estudios, la igualdad de género es buena para los países: aquellos en los que hay mayores indicadores de igualdad de género es donde hombres y mujeres viven más satisfechos, hay mayores índices de desarrollo humano, procesos más estables y sostenibles de desarrollo económico, un menor índice de violencia y donde las personas se sienten más seguras y felices. (Bacete, 19 de diciembre 2017).

La comunidad de la igualdad de género en el desarrollo también tiene el gran reto de articular sus discursos y propuestas dentro de las corrientes de pensamiento transformador. Ello significa re-contextualizar los idearios en función de unas nuevas realidades que también desafían y obligan a actualizar muchos de los lineamientos vigentes, recuperar el alma y vitalidad de los lenguajes, salir de los espacios segregados en los que la igualdad ha sido encasillada para retomar el pulso de la integralidad e interdisciplinariedad que le es propia y trabajar en la construcción de "*alianzas híbridas, multiclásticas y transnacionales*" (Larrañaga y Jubeto, 2011).

Pero estos enfoques no pueden dejar de reconocer, al mismo tiempo, la necesidad de contemplar a las mujeres como sujetos histórica y culturalmente situados, a fin de no caer así en categorías supuestamente universales y ahistóricas, en presuposiciones del feminismo occidental sobre el "Tercer Mundo". En este sentido, la autora postcolonial Chandra Mohanty considera que el análisis feminista debería basarse en las condiciones de las mujeres en situaciones concretas desde el nivel local, pero el pensamiento debe ser global mediante la introducción de la crítica feminista transnacional y anticapitalista. Y es que solo cuando somos capaces de entender las

contradicciones en las posiciones de las mujeres dentro de diferentes estructuras, podemos diseñar acciones políticas efectivas (Mohanty, 2008). De hecho, Mohanty señala la crítica al feminismo hegemónico y la formulación de intereses/estrategias feministas basadas en la autonomía, la geografía, la historia y la cultura como los principales proyectos de los feminismos poscoloniales. Hay, pues, importantes lecciones que aprender de la teoría feminista poscolonial, independientemente del contexto geopolítico, como la necesidad de pensar el feminismo y el género desde patrones no occidentales que introduzcan realmente la perspectiva de las mujeres desde escenarios poscoloniales.

Entender e interpretar el mundo, pues, desde la lógica de la sostenibilidad de la vida, desde la participación plena de los sujetos y expresando toda su diversidad, lo cual significa deconstruir también los universalismos que invisibilizan las diferentes realidades y posiciones sociales de las propias mujeres, en función de su etnia y clase social. Es ahí donde se produce una confluencia clara entre la igualdad y las nuevas conceptualizaciones del desarrollo que es necesario propiciar y cultivar.

2.2.21 El paradigma dicotómico, una camisa de fuerza que frena nuestra capacidad transformadora

“Todo centro tiene miedo de lo que parece ser su periferia. En los bordes laterales de los ojos habitan todas las cosas que decidimos no mirar y que nos hablan a raudales. Por eso pestañear es clausurar los costados por donde intentan ascender los amores inconclusos, las miserias estimuladas, la infancia remota y perdida. La mirada no es un punto fijo sobre el que decidimos nada, sino una circunferencia mayúscula repleta de palabras pisoteadas. Abrir los ojos es, en cierto modo, pedirle perdón a todo aquello que alguna vez hemos ignorado”.

Carlos Skliar

Podría decirse que el pensamiento crítico del desarrollo al que se ha hecho referencia (poscolonial, feminista...) confluye en su cuestionamiento de un sistema de pensamiento y acción que impide ejercer nuestra capacidad transformadora, manteniéndonos atrapados en conceptos y prácticas que frenan avances y resultados. Nos sentimos enfrentados a un poderoso e invisible edificio mental, cultural, económico y social que nos atrapa sistemáticamente en una gestión excluyente de las dualidades, tal y como han indicado varios de los autores y autoras citados. Incluso, las teorías del desarrollo orientadas a la mejora de la vida humana se oponen o superponen las unas a las otras, sin escapar del denominado por Sousa Santos pensamiento abismal.

Quisiera, con la mayor humildad y sabiendo que se trata de una reflexión abierta, incompleta y tal vez ingenua, añadir algunos apuntes al respecto que formaron parte de mi texto “Incluir, complementar, transformar. Hombres y mujeres creando juntos los nuevos escenarios del desarrollo” (Sallé, 2011) y que se encuentran en el centro de mis propias inquietudes.

Es verdad que en el universo y en la naturaleza (también en la naturaleza humana) todo es dual, pero se trata de una dualidad basada en las complementariedades, en la inclusión, en la conjunción copulativa “y” (de adición), y no en la conjunción disyuntiva “o” (de elección, de oposición). Sin embargo, en nuestro entramado social (para pensar, actuar u organizarnos) todo está basado en la fragmentación de espacios y en criterios cerrados de especialización, con escasos intersticios para las conexiones temáticas, para la concertación de objetivos entre

actores y para el cultivo de enfoques pluridisciplinarios que trasciendan la sistemática y antisistémica segregación del pensamiento y la acción en compartimentos estancos.

Veamos algunos ejemplos de ello:

- Circular – lineal.
- Luz – oscuridad.
- Cielo – tierra.
- Cuerpo – mente.
- Vida – muerte.
- Salud – enfermedad.
- Blanco – negro.
- Frío – calor.
- Inconsciente – consciente.
- Izquierda – derecha.
- Abajo – arriba.
- Dentro – fuera.
- Aquí – allá.
- Positivo – negativo.
- Reflexión – acción.
- Hemisferio derecho – hemisferio izquierdo.
- Fusión – competencia.
- Amor – poder.
- Caos – orden.
- Sentimiento – pensamiento.
- Recurrente – único.
- Intuición – razón.
- Prevención – curación.
- Causas – consecuencias.
- Nosotros – los otros.
- Invisible – visible.
- Pasado – futuro.
- Infancia – vejez.
- Teórico – práctico.
- Humanidades – Ciencias.

Y en su aplicación a los ámbitos del desarrollo:

- Social – Económico.
- Micro – macro.
- Local – global.
- Público – privado.
- Relación – Transacción.
- Colectivo – individual.
- Dependencia – autonomía.
- Personas – productos.
- Tradición – innovación.
- Solidaridad – competitividad.
- Vocación – transacción.

- Afecto – dinero.
- Cultura – economía.
- Oferta – demanda.
- Reparto – creación.
- Propósito – negocio.
- Ahorro – inversión.
- Inclusión – internacionalización.
- Empleo – empresa.
- Trabajo – industria.
- Pensamiento – acción.
- Academia – terreno.
- Consumo – producción.
- Necesidad – oportunidad.
- Artesanía – tecnología.
- Lucha contra la pobreza – promoción de la riqueza.
- Cadenas de cuidados – cadenas de valor.
- Reproducción – producción.
- Mujeres – hombres.
- Masculino – femenino.

En torno a cualquier ámbito que imaginemos surgirá una oposición, una frontera, una isla corporativa que inmediatamente hará acopio de argumentos, lenguajes y razones que construyan una identidad reconocible al margen de otro, por oposición a otro, con actores, experiencias y herramientas que marcan límites a la confluencia, el diálogo y la cooperación.

¿Qué consecuencias prácticas tiene la vigencia de este modelo en nuestra praxis del desarrollo? Citaré cuatro.

a) Una fábrica de ‘otredades’

Bajo este modelo todo está hecho para segregarnos: eres de un partido, un equipo, una localidad, una religión, una disciplina...

Se trata de un corporativismo que se construye en la ignorancia o ‘contra’ otro, separándonos del otro porque es precisamente en torno a ese juego de oposiciones como se modela nuestra (falsa) identidad: “yo soy porque lo soy respecto a otro”, es decir, el otro es mi vara de medir y de medirme. Y así aprendemos a mirar a los demás como unos ‘otros’ a los que tenemos que ignorar, alejar, defendernos o enfrentar, sembrando de esa manera las semillas de la violencia en lo más hondo de cada uno de nosotros.

Todos son los otros: el del equipo contrario, el del pueblo de arriba, el gay, el gordito, el enfermo, el del pendiente, el abogado (para el economista), el economista (para el abogado), el del gobierno regional (para el local), el del gobierno local (para el regional), el empresario (para el de la ONG), el inmigrante, el negro, el amarillo, el mayor....

Este modelo, además, conduce por sistema a excluir y a consolidar jerarquías pues, si tú eres respecto a un otro, lo que resulta determinante es si eres “menos” o “más” que él. Y, para que seas más, el otro tiene que ser menos, y viceversa.

Este combinado entre otredad, exclusión y jerarquía ha generado un concepto de universalidad en el que no cabe casi nadie. Una universalidad excluyente y vacía de concreción donde solo cabe el sujeto hegemónico: varón, blanco, occidental, heterosexual, sano, de mediana edad, pudiente y viajado. Niñas y niños; negros, indígenas y asiáticos; ancianos; mujeres de toda condición; personas con cualquier tipo de discapacidad; enfermos; familias monoparentales; pobres; alternativos; homosexuales;...; es decir, casi todos los seres humanos, representamos una anomalía. Somos “los otros” dentro de este concepto de universalidad, o bien, nos tenemos que disfrazar de quienes no somos para encajar en esta entelequia que lleva este juego de otredades al absurdo.

b) Ceguera ante los flujos

Metidos cada uno en nuestra isla, tampoco percibimos las relaciones vivas y dinámicas que se producen entre esos espacios falsamente separados. Sin embargo, la realidad es que lo micro incide en lo macro (y al revés), lo local en lo global, lo subjetivo en lo objetivo, lo social en lo económico, lo científico en lo humanístico, lo privado en lo público, el trabajo en el terreno en la academia... y la vida real por donde transcurre es precisamente en los intersticios donde se entrecruzan todas esas dimensiones.

“Nuestra profesión requiere un cierto espíritu nómada, independiente de nuestros vínculos con patrias chicas (el pueblo o incluso el país del que uno viene). Pero, al mismo tiempo, para mí al menos, la conexión con esas raíces, los libros de mi padre, la casa de mi niñez, los amigos de la adolescencia, son muy importantes. Es el famoso conflicto, que no tiene por qué ser tal, entre lo local y lo universal”.

Enrique Fernández, Líder de la Física de partículas en España

Por ello, cuando dejamos de ver las relaciones, los procesos y flujos, nos hacemos ciegos a las causas y manifestaciones profundas de las realidades sobre las que pretendemos incidir y perdemos así nuestra capacidad de actuar. Bajo esta mirada nada interacciona entre sí, nos centramos en la tarea en vez de en el proceso, en la actividad en lugar del resultado. Lo llamativo es que luego buscamos la restauración de las piezas que previamente se han separado o roto, cuando lo verdaderamente importante es, además de paliar de la mejor manera posible esta fragmentación, trabajar para restaurar “la integralidad en origen”.

Con todo, ya hemos constatado que los retos que nos presenta la globalización y el uso intensivo de las TIC en un cada vez mayor número de procesos económicos, políticos, sociales y culturales está produciendo cambios en ese enfoque, que se plasman desde en la rápida irrupción y extensión de las redes sociales en todos los frentes de la actividad humana, hasta en los cuestionamientos del ‘nacionalismo metodológico’ (cuando se trata de analizar las migraciones desde la perspectiva de los flujos transnacionales), la innovación abierta en las organizaciones, el cuestionamiento del sistema convencional de patentes (ver ejemplo de *creative commons* y *copyleft*) y, cómo no, la irrupción de vigorosos movimientos horizontales de resistencia.

Todos ellos están desafiando este obsoleto modelo de compartimentación que, no obstante, se mantiene como un bastión casi inalterable en la política y en el sector público institucional, que se está revelando como el sector más resistente al cambio. Es más, hay bastante coincidencia en términos de opinión pública en que una de las dificultades más importantes para un abordaje efectivo de los retos actuales es que no se está pudiendo producir una alternativa orquestada,

común y rápida desde las instancias políticas de los países (con sus fronteras físicas y psíquicas en pie) a acontecimientos que requieren perspectiva global, acuerdos ambiciosos y una alta velocidad en las respuestas. Lo propio cabe decir de otro tipo de políticas (como las de empleo o cultura), que en términos generales siguen manteniendo dinámicas muy parecidas y bajo similares esquemas organizativos que hace cuarenta años (es decir: “cada uno en lo suyo”), y cuyas oportunidades de éxito para resolver los problemas son relativamente escasas si no se produce una auténtica revolución en su ser y hacer.

c) Extrema dificultad para generar sinergias positivas en la acción institucional

La institucionalidad pública lleva las dicotomías dentro de sus venas, hasta el punto de que al servidor público se le denomina “funcionario/a”, o sea, que es alguien que en principio se debe no a un objetivo, a un proceso, a un resultado, a un colectivo... sino a una función.

En la práctica, toda la acción pública está compartimentada (cuerpos, servicios, secciones, negociados, unidades, departamentos...) con rígidas fronteras tanto temáticas como competenciales y jerárquicas. Esto dificulta tener una visión global de los procesos en los que cada profesional trabaja, con todo y que no son pocos los intentos realizados en ese sentido por muchas Administraciones (atención también, por cierto, a la etimología de esta palabra: administración, de administrar, una identidad definida por la tarea, más que por el propósito).

La misma lógica pervive si ampliamos el punto de mira a otro ámbito de las relaciones intrainstitucionales, que es el que atañe a las unidades especializadas en los distintos campos temáticos. Y si damos un salto a la dimensión interinstitucional (por ejemplo, la cooperación local/regional/estatal, la público/privada o la académica/trabajo en el terreno), entonces el tema se complica aún más.

Por todo ello, la sinergia, la suma, la cooperación y la innovación son una tarea tan ardua en las Administraciones, y es que el diálogo no es sencillo porque es un diálogo entre trincheras. Y, por la misma causa también, a la revolución tecnológica (sobre todo a sus prácticas de interrelación abiertas, fluidas, horizontales, desjerarquizadas...) le cuesta permear en este entorno.

Hasta aquí la relación entre espacios. Pero, igual, si aplicamos este ejercicio en términos de tiempos (véase, el encadenamiento de una política o proyecto con el período anterior o posterior) sucede algo similar, y es que cuesta enormemente que las actuaciones se visualicen desde el flujo; cada proyecto tiene un tiempo (casi siempre breve) que acaba y, si tiene suerte, vuelve a renacer después, con sus inevitables tiempos muertos incluidos, en los que se asume - como algo inevitable- el costo de perder buena parte de lo logrado. Como cabe esperar, esta dinámica de ‘proyectos interruptus’ tiene unas consecuencias directas en la merma de pertinencia, calidad y sostenibilidad de la acción institucional, en particular la referida a ámbitos no afines a los de las infraestructuras e inversiones, que lo bueno que tienen es que son objetivables, más fáciles de gestionar y, además, se quedan ahí (no como las personas con sus mochilas, estereotipos y demás características insondables).

Por tal razón, muchos esfuerzos en materia de desarrollo, positivos, transformadores y auto-transformadores, han sucumbido a esta exigencia de compartimentación (temática, organizacional y temporal) para poder sobrevivir, o bien se han ido perdiendo en la ruta.

Este punto será retomado en sucesivos capítulos de esta tesis (sobre todo en el 4 y 5), cuando se pondrá el foco en las políticas de cultura/economía/emprendimiento cultural y sus esquemas de gobernanza.

d) Lo femenino, lo recurrente, lo vital quedan relegados

Por supuesto, bajo el esquema de opuestos descrito, los hombres se concentran en los reinos de la economía, la oportunidad, lo macro, la innovación, la tecnología, la competitividad... mientras que a las mujeres corresponde no solo lo privado sino también lo pequeño, lo local, la circularidad, lo recurrente, la tradición, la pobreza, la artesanía, la vocación, lo social, la solidaridad, las humanidades...

Incluso dentro de los espacios pre-asignados también se crean sutiles fronteras: por ejemplo, la cocina, la reproducción cultural o el cuidado (ámbitos tradicionalmente femeninos) si se analizan desde una perspectiva económica son cosa de hombres, igual que la tecnología (espacio real y simbólico masculino) si se mira desde lo social (alfabetización digital, usos educativos/de salud, internet y derechos humanos...) entonces sí que es algo de mujeres.

Otro aspecto a señalar es hasta qué extremo este modelo de desarrollo nos aleja de la vida. Porque frecuentemente se nos olvida que su secreto está en un extraño –y todavía indescifrable– baile entre ‘chispazos’ en apariencia repentinos que nos transportan a nuevos territorios y otros procesos, más cadenciosos y sutiles, que discurren en un flujo continuo y que son quienes modelan la espiral de los grandes cambios. La constante repetición de estos últimos acaba por convertirlos en invisibles a nuestros ojos pero, los apreciemos o no, lo que está claro es que el poso determinante de la vida es cíclico: el día y la noche, las estaciones, las mareas, la fotosíntesis, los latidos, la respiración, la circulación sanguínea, la digestión de los alimentos, el nacer y el morir...

Pues bien, si hacemos un paralelismo con lo que acontece en el mundo social, cabría preguntarse si esta sociedad que hemos acuñado como ‘del conocimiento’ se encuentra o no alineada con lo que de verdad es relevante para el éxito del proyecto humano. Yo creo sinceramente que no, pues en su cóctel de información, tecnología y velocidad tiene poca cabida lo repetitivo, lo cotidiano, en suma, el magma vital, obviando, e incluso despreciando, esa gran porción de saberes que de manera secreta sustenta nuestro universo circular y que ha sido tradicionalmente patrimonio de las mujeres.

Como es obvio, uno de los efectos de ello es el relegamiento social de los asuntos de la vida diaria y el escaso valor social y económico de la ‘economía de la vida’, muy inferior al de cualquier otro espacio de actividad, incluyendo, por increíble que parezca, la ‘economía de la muerte’, mucho más lucrativa.

Y de la misma forma en que tenemos que revisar la falsa idea de “universalidad”, también deberíamos hacerlo con un concepto de ciudadanía que parte del supuesto de una relación equilibrada entre personas libres y autónomas cuando, como bien dice la socióloga María Jesús Izquierdo, los seres humanos somos, ante todo, frágiles y la noción tradicional de ciudadanía ha escondido sistemáticamente esta cruda realidad de fragilidad, necesidad e interdependencia humana. Se “olvida” que nacemos sin capacidad alguna de autonomía, que enfermamos, que tenemos la mala costumbre de alimentarnos y vestirnos, que nos deprimimos, que no nos queda otro remedio que declinar (si llegamos...) y morirnos. Porque la condición humana está forjada de autonomía y dependencia, de libertad individual y solidaridad colectiva, de personas que

buscan espacio propio y de seres interdependientes. *“No es posible construir un sentimiento de comunidad social suficientemente consistente como para afrontar con generosidad los problemas del cuidado si carecemos de una identidad compartida que nos proporcione ese sentimiento de pertenencia social. Esa identidad, en tanto que seres racionales y éticos, exige manifestar una concepción de la buena vida donde ocupe un lugar central la conciencia de la precariedad humana y el compromiso de garantizar conjuntamente las condiciones de nuestra integridad personal, y por tanto no quepa el sexismo. Una identidad que no deje espacio a aquellas las relaciones de dependencia que se extiendan más allá de los límites marcados por nuestras capacidades físicas, psíquicas y emocionales”* (Izquierdo, 2007).

En los entornos del pensamiento y la acción cultural para el desarrollo, podremos observar en próximos capítulos el modo en que se reproducen estas dicotomías. Porque las “tres cés” que conforman cultura, cocina y cuidado se encuentran fuertemente atravesadas por el pensamiento abismal; es decir, son visibles y valiosas cuando se asocian a acontecimientos únicos y extraordinarios (la alta cultura, la cocina del creador, el cuidado puntual a cargo del padre ausente), pero pierden todo su brillo y esplendor cuando se convierten en fenómenos recurrentes, enterrados en el devenir cotidiano (la cultura popular, la cocina de la alimentación, los cuidados diarios).

Esta segregación jerarquizada se traslada a las narrativas y realidades de la actividad cultural, sobre todo cuando tiene una expresión de mercado. Así, la dirección, producción y representación sectorial de las industrias culturales (igual en el cine que en la literatura o en la televisión) son espacios de hombres, donde las mujeres participan en minoría y no tienen apenas visibilidad. Sin embargo, si hablamos de consumo cultural, la realidad cambia. Es decir, la producción cultural es un espacio claramente masculino, mientras que el consumo se posiciona como un área dominada por las mujeres. Pero la palma se la lleva el mercado de las obras de arte en el cual, como dicen algunas exponentes del sector, la situación se resume en “obras de hombres compradas por hombres”. De hecho, en un mercado billonario y en clara expansión no hay un solo cuadro pintado por una mujer entre los treinta y cinco que han alcanzado records en su precio de venta⁴. O la gastronomía, donde solo hay dos mujeres entre los 100 Chefs más reconocidos del mundo en 2017 (la primera de ellas en el puesto 29)⁵.

Eso no significa que las mujeres no sean creadoras también. Pero, por lo habitual, sus creaciones íntimamente vinculadas por lo general al sentir, al cuidar y al pensar hacia adentro, es decir, a lo que en mayor medida definiría en principio lo que puede entenderse por cultura- no se consideran relevantes y se alejan radicalmente de lo que consideramos industria. Casi nadie, por ejemplo, relacionaría a una artesana indígena, a una cocinera afrodescendiente, a una cuenta-cuentos infantil del medio rural o a una joven que hace teatro para sensibilizar contra la violencia social en su comunidad urbana como exponentes de la “economía naranja”. Lo valioso, pues, desvalorizado al dejar prácticamente fuera de la narrativa y de la práctica cultural (supuestamente) relevante la enorme aportación de las mujeres como sostenedoras -tanto en el consumo como en la creación- de la cultura desde abajo, la que nutre y nuclea, la que conjura el dolor y el miedo, la que expresa los ritos, las historias y las memorias de la gente. Las culturas construidas por mujeres, al igual que la cocina de todos los días o el cuidado que asegura la vida, fuera de la gran historia de la cultura y de la gran historia del desarrollo.

⁴ <http://www.elcultural.com/noticias/arte/Las-obras-de-arte-mas-caras-del-mercado/102>

⁵ <https://gastronomiaycia.republica.com/wp-content/uploads/2016/11/100-chefs.pdf>

Una dualidad similar se aprecia en la separación que, en los entornos del desarrollo, se da entre la cultura como economía y la cultura como derecho. Así, quienes realizan la ruta hacia la perspectiva cultural desde el desarrollo económico enfatizan el valor económico de la cultura, acuñando términos como los de ‘la economía creativa’, que comprendería la conjunción virtuosa entre cultura, economía, tecnología y globalización. Mientras que quienes lo hacen desde el paradigma del desarrollo humano suelen poner el acento en la potencialidad de la educación y la cultura como factores cruciales de inclusión y equidad social, así como para el cambio de valores, para “dar voz a los sin voz” y, de un modo muy especial, para promover y gestionar la diversidad cultural y la interculturalidad, por supuesto en el plano local.

Y algo parecido sucede con la noción de emprendimiento, cuyo valor depende de si se asocia al adjetivo “de oportunidad”⁶ (es decir, orientado al mercado y al crecimiento y, por tanto, situado del lado de lo económico) o “de necesidad” (limitado a buscar la supervivencia y ubicado, por ello, en el plano de lo social, en tanto que “plan b” cuando no existe otra vía para ejercer el derecho a un empleo). Cada uno de estos tipos de emprendimiento se perfila bajo paraguas conceptuales, institucionales, organizativos y metodológicos diferentes, dando origen a campos de especialización mutuamente segregados entre sí. Y a ello no escapa el emprendimiento cultural, que mi hipótesis es que -en tanto que categoría abstracta- estará dotado de prestigio (y veremos después que menos de lo que pudiera parecer cuando se aterriza a las realidades concretas de esos mismos emprendedores) si se sitúa “de este lado de la línea”, esto es, si es joven, masculino, urbano, “culto”, moderno, con educación superior, tecnológico y con vocación global, pero poco apreciado (o incluso despreciado) si es adulto, femenino, rural, “inculto”, sin estudios, tradicional, artesanal y local.

Bajo este esquema, me atrevo a afirmar también (y pretendo ahondar en ello a lo largo de este trabajo) que este “emprendedor ideal” de las denominadas industrias creativas y culturales, es una persona sin aparentes necesidades económicas, con elevada vocación y que trabaja “por amor al arte” pero, asimismo y contradictoriamente, “vive de la cultura”, dispone de un empleo de calidad, tiene reconocimiento social y se visualiza a sí misma como “emprendedor de oportunidad”. ¿Es pertinente esta construcción o se trata, más bien, de una entelequia?, ¿son visibles los creadores y emprendedores reales dentro de la cadena que conforma la economía cultural, partiendo del edificio conceptual e informativo del que nos hemos dotado?, ¿emprender cultura es una actividad al alcance de cualquiera? Mi objetivo es tratar de responder, en la medida en que pueda, a esas preguntas.

Pero antes de entrar estrictamente en materia, y como elemento indispensable de este recorrido, me propongo ahora realizar un repaso por la forma en que las principales instituciones culturales

⁶ Estos conceptos fueron acuñados por el *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, el estudio más importante del mundo del emprendimiento, que comenzó en 1999 como un proyecto conjunto entre Babson College (EE.UU.) Y London Business School (Reino Unido) y que hoy recoge información anual sobre más de cien economías. Sin embargo, esta terminología se ha ido extendiendo a los entornos de las políticas de emprendimiento en muchos países, estableciendo una rígida diferenciación no solo de los conceptos, sino de los agentes, estrategias y herramientas dirigidas a uno u otro tipo de emprendimiento.

- *Por necesidad* (adscrito al campo de lo social): “Cuando se ejecuta una idea de negocio de forma, pero sin el total conocimiento de su potencial en el mercado. Se puede decir que este tipo de emprendimiento es una aventura empresarial que se lleva a cabo por aquellos que buscan solucionar algún tipo de dificultad financiera o salir del desempleo”.

- *Por oportunidad* (adscrito al campo de lo económico): “Cuando se materializa una idea en una empresa con potencial de crecimiento, ya que nace luego de la observación del mercado y la propuesta de soluciones a problemas que se están presentando”.

<http://www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/w3-article-347901.html>

internacionales han definido y operativizado los principales conceptos que unen la cultura con el desarrollo, a fin de valorar posteriormente la concreción de todo ello en las realidades y políticas que afectan a quienes representan mi foco prioritario de interés: las personas que crean, producen y emprenden cultura.

2.3 La evolución en la concepción de las relaciones entre cultura, desarrollo y emprendimiento en las políticas impulsadas por los actores y organismos internacionales más relevantes y/o significativos a nivel internacional

“Hoy en día los grandes aparatos institucionales conforman, en gran medida, nuestros hábitats de significado. Sus políticas no necesariamente producen uniformidad, pueden más bien estar orientadas a organizar la diferencia, y para ello normalizan y clasifican, jerarquizan y hegemonizan, incluyen y excluyen, reconocen e ignoran, trazan mapas de las prácticas y de las gentes, pero sobre todo utilizan sus diversos recursos para dotar de coherencia a los heterogéneos, dispersos y mutables mundos de significado. Por ello, el análisis cultural y especialmente la sociología de la cultura deben prestar especial atención a tales “nichos de práctica cultural concentrada”

(Sewell). – Ariño

La ideología de la diversidad cultural en los informes de la UNESCO.

Hemos visto en el apartado anterior que los nexos entre cultura y desarrollo han ido obteniendo un creciente reconocimiento, conforme se visualizaba el rol privilegiado de la primera para lograr la meta de un progreso y bienestar centrado en las personas y en sus vínculos. De este modo, puede decirse que el enfoque de “cultura y desarrollo” nace asociado a los modelos contrahegemónicos de un desarrollo entendido como mero crecimiento y su agenda pone de relieve temáticas tales como la diversidad cultural, el impulso creativo de la gente, la cohesión social, el diálogo y convivencia entre personas y comunidades, la protección del patrimonio cultural tangible e intangible y la creación de economías prósperas alrededor de ella, entre otras. Áreas todas ellas muy vinculadas al espacio local.

Analizaremos ahora la manera en que los organismos internacionales han incidido en la conformación de este debate, junto a la evolución experimentada en el mismo a lo largo de estos años.

Entre las instituciones rectoras en el campo que une la cultura con el desarrollo se cuentan principalmente la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en particular la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), además de otros, como la Red Internacional para la Diversidad Cultural (RIDC), la Coalición para la Diversidad Cultural y, en el espacio iberoamericano, el Convenio Andrés Bello (CAB), la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) y la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).

En la evolución y principales hitos en el debate en torno a la relación entre cultura, desarrollo y emprendimiento a partir de los años setenta, destacan más específicamente los organismos de

cooperación multilateral, y por encima de todos UNESCO y PNUD, quienes asumieron compromisos de integrar políticas culturales en las estrategias y políticas de desarrollo humano.

La *Conferencia General de la UNESCO, en su 14.a reunión en París en 1966*, adopta la Declaración de los Principios de la Cooperación Cultural Internacional. Cabe recordar que, hasta esa época, el modelo de desarrollo prevaleciente se comenzaba a visualizar como una amenaza latente para la diversidad cultural. A partir de ahí comienzan a sucederse hitos como, en 1970, la Conferencia Intergubernamental sobre los Aspectos Institucionales, Administrativos y Financieros de las Políticas Culturales, celebrada en Venecia y organizada por la UNESCO, que plantea la noción de “desarrollo cultural” y la “dimensión cultural del desarrollo”.

Posteriormente, se celebran -siempre reafirmando ese enfoque- la Conferencia Intergubernamental sobre las Políticas Culturales en Europa, llevada a cabo en la ciudad de Helsinki en 1972; la Conferencia Intergubernamental sobre las Políticas Culturales en Asia (Indonesia, 1973), la Conferencia Intergubernamental sobre las Políticas Culturales en África (Accra, 1975) y la Conferencia Intergubernamental sobre las Políticas Culturales en América Latina y el Caribe (Bogotá, 1978).

En la reunión de la *2da. Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales*⁷, *MONDIACULT*, realizada por la UNESCO en México en 1982, se sientan las bases para una mirada internacional de la cultura, apoyada en la terminología antropológica-etnológica, vista como base de la identidad y el desarrollo social. De hecho, la Declaración de esta Conferencia recoge la definición de cultura referida en el apartado 2.2.11, que continúa siendo hoy referente.

En el articulado de la misma se postula también:

Artículo 1.- Cada cultura representa un conjunto de valores único e irremplazable, ya que las tradiciones y formas de expresión de cada pueblo constituyen su manera más lograda de estar presente en el mundo.

Artículo 10.- La cultura constituye una dimensión fundamental del proceso de desarrollo y contribuye a fortalecer la independencia, la soberanía y la identidad de las naciones. El crecimiento se ha concebido frecuentemente en términos cuantitativos, sin tomar en cuenta su necesaria dimensión cualitativa, es decir, la satisfacción de las aspiraciones espirituales y culturales del hombre. El desarrollo auténtico persigue el bienestar y la satisfacción constante de cada uno y de todos.

Artículo 23.- El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan un sentido a la vida. Es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.

⁷ <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/outline/>

Esta Conferencia es clave pues en ella se menciona por primera vez el concepto de cultura como elemento primordial en el proceso de desarrollo, que fue afinado en textos posteriores y culmina en el lema: “*La persona humana es el origen y objetivo final del desarrollo*”.

Este hito es seguido por el *Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural 1988-1997*, que las Naciones Unidas aprueban en su Resolución 22^a y que se celebraría bajo el auspicio de la ONU y, más concretamente, de la UNESCO, en cuyo comentario introductorio se reconoce que: “*el desarrollo no podía seguir siendo considerado como único, uniforme y lineal porque eso eliminaría la diversidad y la experimentación culturales y limitaría progresivamente la capacidad creativa de la humanidad con su valioso y un futuro impredecible*” (Pérez de Cuellar, s/f). Asimismo, el primero de los objetivos del Decenio plantea la necesidad de explorar en profundidad la dimensión cultural del desarrollo, analizando todas las modalidades posibles de fusión de la producción y de la creación y de establecer lazos estrechos entre la economía y la cultura.

Luego de 1992 se crea la *Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo* que, en 1997, publica su informe final *Nuestra Diversidad Creativa*. Dicho informe constituye una síntesis de los debates que dieron lugar a una nueva noción de creatividad, instalada inmediatamente como uno de los ejes de la acción cultural en el desarrollo. Del mismo modo, la agenda internacional resultante comprende recomendaciones para la acción en distintos frentes, tales como los derechos culturales de las minorías, el pluralismo y la competencia en los medios de comunicación, los derechos y el papel de las mujeres y, por fin, la posibilidad de una ética compartida como fundamento de una «gobernabilidad» mundial (UNESCO, 1997).

En 1998, se celebra la 3^a. *Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales en Estocolmo*, que da origen al documento “Plan de Acción sobre las Políticas Culturales para el Desarrollo: The Power of Culture for Development”, con recomendaciones a los estados miembros, situando la política cultural como un componente central de la política de desarrollo y promoviendo “la integración de las políticas culturales en las políticas de desarrollo, en particular en lo que respecta a su interacción con las políticas sociales y económicas” (OEI, s/f). También entonces la *Coalición para la Diversidad Cultural* (1998) actúa en el entendido de que la diversidad cultural es un derecho humano básico. Los miembros de la Coalición sostienen que la diversidad cultural es un derecho fundamental de la humanidad y que los Estados deben asegurar su salvaguardia y su promoción. La Coalición defiende el principio de que las políticas culturales no deben ser sometidas a las obligaciones de los acuerdos comerciales internacionales.

De interés por su relevancia se considera el Informe del Banco Mundial *Culture and sustainable development: A framework for action* (BM, 1999). Este informe describe el programa de trabajo del Banco Mundial para la cultura y el desarrollo sostenible, los criterios articulados que justifican los préstamos para la cultura y los criterios que limitan la participación del Banco.

Los criterios de préstamo del Banco Mundial (BM) son válidos cuando los proyectos a financiar son culturalmente sensibles y producirán un impacto notorio. La financiación de actividades basadas en la cultura se justifica cuando responde a las necesidades expresadas por los gobiernos de los clientes y apoyada por diagnósticos y prioridades evaluadas con anterioridad. Los préstamos del BM son justificados cuando: refuerzan objetivos sectoriales, proyectos o actividades centrales del desarrollo/ cuando reducen la pobreza y estimulan el desarrollo empresarial de estratos sociales necesitados/ cuando aprovechan la inversión privada directa que

ya se hizo/ cuando generan empleo local que beneficiara a los grupos de población más humildes y cuando, producen ingresos tributarios y contribuyen a la conservación ambiental y cultural.

En el año 2000, los dirigentes del mundo se reúnen en la Sede de las Naciones Unidas en Nueva York, para culminar un decenio de grandes Conferencias y Cumbres, aprobando la llamada Declaración del Milenio; con ello comprometen a sus países a una nueva alianza mundial para reducir los niveles de extrema pobreza, estableciendo una serie de objetivos sujetos a plazo, conocidos como los *Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)* y cuyo año de vencimiento fue 2015. De hecho, estos han constituido durante su vigencia la base de la política internacional para el desarrollo, pero no se ocuparon explícitamente de las relaciones entre diversidad cultural, la libertad cultural y el desarrollo.

Paralelamente a las actividades dentro de las Naciones Unidas, el Banco Mundial elabora un estudio en 2001 titulado "*Cultura y Acción Pública*". Después de una conferencia anterior en Washington y de la publicación del libro del mismo nombre, se desarrolla un sitio Web en 2004 con la intención de crear un foro "para el diálogo entre disciplinas y enfoques en términos de cultura y desarrollo y su influencia sobre la profundización de la acción pública".

En 2001 se adopta la decisiva *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural de la UNESCO* que establece que:

Artículo 1º: La cultura adquiere formas diversas a través del tiempo y del espacio. Esta diversidad se manifiesta en la originalidad y la pluralidad de las identidades que caracterizan a los grupos y las sociedades que componen la humanidad. Fuente de intercambios, de innovación y de creatividad, la diversidad cultural es tan necesaria para el género humano como la diversidad biológica para los organismos vivos. En este sentido, constituye el patrimonio común de la humanidad y debe ser reconocida y consolidada en beneficio de las generaciones presentes y futuras.

Artículo 3º. Reconoce a la diversidad cultural como factor de desarrollo, conforme a lo siguiente: La diversidad cultural amplía las posibilidades de elección que se brindan a todos; es una de las fuentes del desarrollo, entendido no solamente en términos de crecimiento económico, sino también como medio de acceso a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria.

Desde 2002, la *Alianza Global para la Diversidad Cultural* de la UNESCO abre perspectivas para canalizar la creatividad de los países en desarrollo hacia la creación de industrias culturales sostenibles. Además de promover la diversidad cultural y el desarrollo económico, se deben crear fuentes laborales en los ámbitos de la música, la edición, el cine, la artesanía y las artes escénicas etc.

También el plan de implementación de la *Cumbre Mundial de Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible (CMDS)*, celebrada en Johannesburgo en 2002, sostiene firmemente el precepto de respetar indispensablemente la diversidad cultural para el desarrollo sostenible.

Para ello, la ONU proclama -en 2002- el 21 de mayo *el Día Mundial de la Diversidad Cultural para el Diálogo y el Desarrollo*, a fin de que la opinión pública sea advertida sobre la temática.

En 2003, la Conferencia General de la UNESCO, en su 32ª reunión celebrada en París en el mes de octubre con presencia de sus 194 Estados Miembros, adopta la *Convención de la UNESCO para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*, que plantea una nueva visión de los bienes patrimoniales como algo más integral y cercano a la cotidianidad del ser humano, no circunscrito al patrimonio inmueble, e incorpora una mirada cultural sobre la construcción real del presente (OEI, s/f). Desde que entra en vigor -a partir de 2008- hasta la actualidad, ha permitido la sistematización, registro, puesta en valor y toma de conciencia de la importancia de un total de 314 expresiones que forman parte del acervo cultural de multitud de comunidades repartidas a lo largo y ancho del planeta. Todas ellas forman parte de la *Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad* (también llamada Lista Representativa del Patrimonio Cultural Intangible de la Humanidad)⁸.

Dicho documento pone de manifiesto que “*este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana*”. El patrimonio inmaterial existe, pues, no en el territorio físico sino en “los cuerpos” de las comunidades creadoras, portadoras y gestoras, por lo cual preservarlos y promoverlos ha de pasar necesariamente por las mismas (UNESCO, 2003).

Para el ámbito de la cultura y el desarrollo, otro documento central es el *Informe sobre el Desarrollo Humano. La libertad cultural en el mundo diverso de hoy*, del PNUD (2004), que remarca la importancia de la cultura y el multiculturalismo en las estrategias de desarrollo humano. Entiende la libertad cultural como un derecho fundamental y como un factor importante del desarrollo humano en todas sus vertientes. Admite que la democracia y el crecimiento equitativo no son suficientes para alcanzar un desarrollo pleno, sino que también se requieren políticas multiculturales que reconozcan las diferencias, defiendan la diversidad y propicien la libertad cultural, con el fin de permitir que todas las personas tengan la opción de comunicarse en su propia lengua, practicar su propia religión y participar en la formación de su propia cultura (OEI, s/f).

“*Las dimensiones culturales del desarrollo humano ameritan una cuidadosa atención por tres razones: (...) La libertad cultural es una dimensión importante de la libertad humana. (...) No es la importancia de la cultura tradicional, sino la relevancia trascendental de las libertades y opciones culturales. (...) La libertad cultural no está circunscrita sólo al ámbito cultural sino que afecta también a los éxitos y los fracasos en el ámbito social, político y económico. (...) Adam Smith constató el estrecho vínculo que existe entre privaciones culturales y pobreza económica*” (PNUD 2004).

Otro hito durante ese año es la creación de la *Red Internacional para la Diversidad Cultural (RIDC) (2004)*, configurada como una red mundial que se ocupa de los efectos adversos de la globalización sobre las culturas del mundo. La red se ocupa de culturas y expresiones artísticas que requieren de una protección especial en un mundo de comercio global y de la rápida evolución de las tecnologías de comunicación. Lleva las preocupaciones de las artes y las industrias culturales a la Organización Mundial del Comercio, el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y a las negociaciones comerciales regionales.

⁸ <https://ich.unesco.org/es/listas>

El Fórum Cultural Mundial Brasil de 2004 y el World Culture Forum de Japón ofrecen, también por entonces, una plataforma global independiente que permite la observación, reflexión y discusión sobre el rol y la situación de las artes y la cultura en un mundo en transformación.

En 2005 la ONU pone en marcha la *Década de la Educación para el Desarrollo Sostenible* (DEDS) 2005-2014, en el que varios proyectos son promovidos e iniciados. La UNESCO es el organismo líder de la Década.

En el otoño de ese mismo año, se ratifica en París la *Convención de la UNESCO sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*, la cual es considerada como uno de los textos fundadores del Derecho Internacional de la Cultura y, en Derecho Internacional, el primero en reconocer la naturaleza específica de los bienes y servicios culturales en cuanto portadores de valores e identidad. Se dedica como ningún otro con anterioridad a la promoción internacional de la diversidad cultural, destacando la necesidad de incorporar la cultura como elemento estratégico a las políticas de desarrollo nacionales e internacionales, así como a la cooperación internacional para el desarrollo (UNESCO, 2005).

Su Artículo 4 se define de una manera mucho más clara el concepto de diversidad cultural:

“Se refiere a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades. La diversidad cultural se manifiesta no solo en las diversas formas en que se expresa, enriquece y transmite el patrimonio cultural de la humanidad mediante la variedad de expresiones culturales, sino también a través de distintos modos de creación artística, producción, difusión, distribución y disfrute de las expresiones culturales, cualesquiera que sean los medios y tecnologías utilizados” (UNESCO, 2005).

La Convención entra en vigor el 18 de marzo de 2007, después de que en el lapso de los 12 primeros meses los 30 países necesarios la ratifican y, ya para finales del 2010, la suscriben 124 Estados, entre ellos muchos países en desarrollo. Con ello están obligados a cumplirla por el Derecho Internacional. Hoy en día son 134 Estados Miembros de la UNESCO los que han ratificado la Convención.

Por aquel entonces, la *Estrategia de Cultura y Desarrollo del Plan Director de la Cooperación Española 2005-2008* (Calvo A. et al., 2007) también contribuye de un modo muy importante en su ámbito de incidencia (Latinoamérica, sobre todo) a fijar nuevas narrativas, estrategias y recursos, con impacto e sus líneas de cooperación internacional (y, por ende, en los países receptores de la misma), tanto a nivel conceptual como práctico.

Una estrategia centrada en los ocho ejes siguientes:

- Formación de capital humano para la gestión cultural con énfasis en proyectos de cultura y desarrollo.
- Dimensión política de la cultura en su contribución al desarrollo.
- Dimensión económica de la cultura en su contribución al desarrollo.
- Relación y nuevos vínculos entre educación y cultura.
- Apoyo a los procesos seguidos con el patrimonio cultural.
- Impulso a los procesos de reconocimiento de los derechos culturales.
- Estímulo a los procesos científicos tecnológicos y su relación con el desarrollo.

- Desarrollo de los vínculos entre comunicación y cultura.

En este mismo contexto, se debe mencionar también el Acuerdo entre PNUD-Gobierno de España 2007, que lanza el *Fondo para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio* (F-ODM) a fin de impulsar el cumplimiento de los ODM en todo el mundo. A través de este instrumento se establece que la conexión entre la cultura y los ODM debía profundizarse con la participación de la UNESCO. A propósito de ello, solo el sector de la educación se tiene en cuenta en el ODM 2 “Lograr la enseñanza primaria universal para todos”. En la segunda reunión del informe provisional, celebrada en 2010, se logra incorporar el tema de la cultura y el desarrollo en la Declaración final bajo la iniciativa de la UNESCO y la UE.

En 2007, la *Declaración de Friburgo sobre Derechos Culturales* se convierte en otro de los instrumentos clave para potenciar los derechos culturales, al reunir y hacer explícitos estos derechos, incorporados hasta entonces de forma dispersa en numerosos instrumentos internacionales. La misma es producto de una presentación conjunta del Observatorio de la Diversidad y los Derechos Culturales, en alianza con la Organización Internacional de la Francofonía y la UNESCO. Esta Declaración “*invita a todos los actores a identificar y tomar conciencia de la dimensión cultural de todos los derechos humanos, con el fin de enriquecer la universalidad a través de la diversidad, y de promover que toda persona, individual o colectivamente, los haga propios. Esta se basa en la Declaración Universal de Derechos Humanos, de tal forma que los derechos culturales son parte de los derechos humanos*” (Derechos culturales s/f).

En la región latinoamericana, un hito importante es el lanzamiento público en ese mismo año de la *Carta Cultural Iberoamericana*, cuyo Plan de Acción (dirigido a su difusión, puesta en valor y apropiación por parte del conjunto de actores implicados) es aprobado en el transcurso de la X Conferencia Iberoamericana de Cultura, llevada a cabo en Valparaíso (Chile) en el mes de julio de 2007.

La Carta Cultural Iberoamericana había sido suscrita el año anterior, en la XVI Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno (Montevideo, Uruguay, noviembre 2006), y constituye el primer instrumento al más alto nivel para potenciar políticas culturales compartidas en América Latina, España y Portugal. La Carta reafirma la voluntad de los países integrantes, se propone impulsar la cooperación cultural y facilita los mecanismos para mejorar el conocimiento de la riqueza cultural, creando las condiciones para una mayor circulación de las expresiones culturales dentro del espacio iberoamericano. Su dinamización y seguimiento se encuentran a cargo de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) y de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).

La Carta define como sus principales propósitos afirmar el valor central de la cultura; promover y proteger la diversidad cultural, partiendo del respeto de las distintas cosmovisiones y la capacidad de autodeterminación de las culturas iberoamericanas (descolonización); consolidar el espacio cultural iberoamericano; facilitar los intercambios de bienes y servicios culturales; incentivar los lazos de solidaridad y cooperación; fomentar la protección y difusión del patrimonio iberoamericano y promover/consolidar los instrumentos de medición y los sistemas de información cultural. Dedicó, asimismo, un apartado central a la contribución de la cultura a las economías de los países iberoamericanos (a través del empleo, el gasto público, las exportaciones, importaciones y consumo), haciendo referencia al PIB cultural, y plantea recomendaciones en los ámbitos descritos para inspirar una nueva generación de políticas

culturales. De hecho, muchas de las actuaciones y programas que se han puesto en marcha con posterioridad en la región (Observatorio, Cuentas Satélite, Programas, Conferencias, etc.) son resultado de esta Declaración.

A partir de la misma, por ejemplo, se origina la celebración de los *Congresos Iberoamericanos de Cultura* a partir del año siguiente, donde se ha seguido profundizando en la visión, experiencia y agenda común del espacio cultural iberoamericano. Hasta la fecha se han realizado los siguientes:

- 2008 - México (cine y audiovisual).
- 2009 - Sao Paulo/Brasil (cultura y transformación social), donde se discutieron cuestiones clave como el impacto de las TIC en las industrias culturales y creativas, la propiedad intelectual, los derechos de autor y otros aspectos relevantes de la economía de la cultura.
- 2010 – Medellín/Colombia (las músicas iberoamericanas en el Siglo XXI).
- 2011 - Mar de Plata/Argentina (cultura política y participación popular).
- 2013 – Zaragoza/España (cultura digital, cultura en red). Durante el Congreso de 2013 se llevó a cabo el concurso iberoamericano “Emprende con Cultura”, que eligió -entre más de 550 ideas de negocio y empresas culturales- los proyectos más innovadores de cada país participante.
- 2014 - San José/Costa Rica (culturas vivas comunitarias).
- 2015 - Santiago de Chile (economía creativa).

En 2010 la UNESCO lanza el documento *“Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas”*, expresamente focalizado en la economía cultural, y más concretamente en las denominadas industrias culturales y creativas. En él queda patente la preocupación de los responsables del sector cultural y creativo acerca de las inmensas oportunidades que ofrece la globalización, junto a los desafíos que esta genera en términos de capacidad creativa, acceso y diversidad. *“Por ello, las políticas del siglo XXI estarán marcadas por la búsqueda de medidas tanto de promoción como de protección de la diversidad de las expresiones culturales, en un delicado equilibrio entre los imperativos de la cultura y los intereses de la economía”*.(UNESCO, 2010a).

En el citado documento se definen las principales características de las industrias culturales y creativas, siendo estas: a) la intersección entre la economía, la cultura y el derecho; b) la incorporación de un componente de creatividad como actividad central; c) el contenido artístico, cultural o patrimonial; d) los bienes, servicios y actividades frecuentemente protegidas por la propiedad intelectual -derecho de autor y los derechos conexos-; e) la doble naturaleza: económica (generación de riqueza y empleo) y cultural (generación de valores, sentido e identidades); f) la innovación y re-creación y g) la demanda y comportamiento de los públicos difícil de anticipar (UNESCO, 2010a).

La Convención sobre la Diversidad de las Expresiones Culturales de la UNESCO (2005), acuerda por su parte en Chicago (2010) otorgar el mandato a la Comisión de Cultura para elaborar un Documento de Orientación Política sobre *la cultura como cuarto pilar del desarrollo sostenible*. Este es aprobado, como se ha señalado en el apartado anterior, por el Bureau Ejecutivo de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos CGLU en noviembre de 2010 en México, consolidando así el rol desempeñado en esta materia por las políticas impulsadas desde

los territorios, un rol que se materializa a nivel global a través de la “Agenda 21 de la Cultura”, a la que ya se ha hecho mención.

Llegados al año 2013, la UNESCO, en esta ocasión junto con PNUD, publica el *Informe sobre la Economía Creativa 2013: ampliar los cauces del desarrollo local* (PNUD y UNESCO, 2013). Para este “*la economía creativa no es una única superautopista que se encuentra en ciudades y regiones de países en desarrollo, sino una multitud de distintas trayectorias locales (...) Y la siguiente frontera de la generación de conocimientos se basa en comprender las interacciones, particularidades y políticas en el plano local y en cómo promover la economía creativa de forma práctica en comunidades, ciudades y regiones del mundo en desarrollo*” (PNUD y UNESCO, 2013).

El Informe aporta diversas experiencias bajo el título “32 economías creativas en acción” y propone las siguientes diez recomendaciones para forjar nuevos cauces culturales para el desarrollo: 1) la economía creativa genera un valor no monetario que contribuye a la consecución de un desarrollo sostenible inclusivo y centrado en las personas; 2) hacer de la cultura un motor y facilitador de los procesos de desarrollo económico, social y medioambiental; 3) revelar oportunidades identificando los activos de la economía creativa a nivel local; 4) fortalecer la base de datos a través de una recopilación de información rigurosa como inversión preliminar esencial para la adopción de políticas coherentes de desarrollo de la economía creativa; 5) investigar las conexiones entre los sectores formal e informal para la elaboración de políticas fundamentadas de desarrollo de la economía creativa; 6) analizar los factores de éxito cruciales que contribuyen a abrir nuevos cauces para el desarrollo de la economía creativa local; 7) invertir en el desarrollo sostenible de las empresas creativas a lo largo de la cadena de valor; 8) invertir en el aumento de capacidades a nivel local para potenciar a los creadores y empresarios culturales, a los funcionarios de la Administración y a las empresas del sector privado; 9) participar en la Cooperación Sur-Sur para facilitar un provechoso aprendizaje mutuo y fundamentar las agendas internacionales para el desarrollo; 10) posicionar la cultura en los programas de desarrollo económico y social locales, incluso frente a prioridades concurrentes (PNUD y UNESCO, 2013).

Antes de continuar con este recorrido institucional, una mirada retrospectiva nos lleva a la aparición del concepto de industria cultural y a su desarrollo, especialmente en el ámbito latinoamericano. Recordemos que el término de industria cultural surge por primera vez en 1944, citado en uno de los capítulos de la “Dialéctica de la Ilustración” de Theodor Adorno y Max Horkheimer y después, en 1947, con la publicación del artículo “La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas” de estos autores; y el concepto de industrias creativas se utiliza por primera vez en el proyecto Creative Nation, de Australia, de 1994. No obstante, no es sino hasta inicios de la primera década del siglo XXI, coincidiendo con la aparición del libro de John Howkins “La economía creativa: transformar una idea en beneficios, 2001” que crece exponencialmente una nueva vertiente de atención sobre la muy añeja relación entre economía y cultura (Villaseñor, 2018).

En el ámbito iberoamericano, como indica Villaseñor, es de destacar la influencia que han tenido en el desarrollo de la conceptualización de las industrias culturales y creativas, autores como Jesús Martín-Barbero (De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía, 1987), Néstor García Canclini y Carlos Moneta (Las Industrias Culturales en la Integración Latinoamericana, 1999), George Yudice (El Recurso de la Cultura, 2002), Ernesto Piedras Feria (¿Cuánto Vale la Cultura? Contribución económica de las industrias protegidas

por el derecho de autor en México, 2004), Germán Rey (Industrias Culturales, Creatividad y Desarrollo, 2009) y Felipe Buitrago e Iván Duque (La Economía Naranja, una oportunidad infinita, 2013), por citar solamente algunos de los más relevantes (todos hombres, por cierto).

También desde el ámbito iberoamericano, a partir del año 1999 el Convenio Andrés Bello (CAB) comienza a dedicar consistentes esfuerzos para conocer el monto que aportan las industrias culturales a las economías de la región. En una primera etapa de diseño de las investigaciones, el proyecto Economía y Cultura del CAB organiza los seminarios “La tercera cara de la moneda” (2001) y “La Cultura como Factor de Desarrollo e Integración Regional” (2002). Sobre esa base y con la colaboración de algunos de los investigadores que habían participado en ese primer esfuerzo del CAB, se producen los primeros trabajos del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile para la creación de la Cuenta Satélite de la Cultura (2003), que servirá de modelo inspirador para futuros desarrollos de cuenta satélite en otros países de la región; entre ellos, México (2014). (Villaseñor, 2018).

Regresando al hilo principal, que nos sitúa en 2013, es de destacar que durante ese año el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se hace presente en el escenario lanzando su libro *La Economía Naranja: una oportunidad infinita* (Buitrago y Duque, 2013), con la intención de fomentar el debate sobre economía creativa y cultural en América Latina y el Caribe.

John Howkins, un referente a nivel mundial en la materia (como antes se ha señalado), afirma que el documento es *“un análisis muy original y perspicaz de la creatividad y la innovación; su punto de partida es un profundo conocimiento de la economía creativa, pero su mayor logro es la imaginación y la habilidad con la que describe cómo se relaciona con todo lo demás y lo que significa para todos nosotros”*.

La originalidad del nombre, con el uso del término “naranja”, se asocia desde la antigüedad a rituales y eventos culturales, artísticos y religiosos. E, inspirándose en ello, el BID define la Economía Naranja como *“el conjunto de actividades que, de manera encadenada, permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual más que por su valor de uso”* (Buitrago y Duque, 2013:).

El documento visualiza datos como que si la Economía Naranja fuera un país, sería la cuarta economía del mundo (20% más que la economía de Alemania o dos y media veces el gasto militar mundial), ocuparía el noveno lugar como exportador de bienes y servicios y representaría la cuarta fuerza laboral del planeta. Según su interpretación, para 2011 la Economía Naranja habría alcanzado los US\$4,3 billones a nivel mundial y, para América Latina y el Caribe, “sería comparable a la economía del Perú con US\$175,000 millones, comercialmente se compararía a Panamá con U\$18.800 millones, y con una fuerza laboral equivalente a las de Guatemala, Honduras y el Salvador combinadas, con más de 10 millones de empleos” (Buitrago y Duque, 2013).

Según estos autores, el ecosistema naranja *“pone en el centro a la innovación y a los nuevos negocios de tecnología, que integran la colaboración de los desarrolladores de ideas con el usuario, modificando las relaciones entre socios, competidores o clientes y donde se une la oferta (creación), la demanda (el goce) y las instituciones (el entorno), vinculados por un único elemento: los derechos de propiedad intelectual”* (Buitrago y Duque, 2013).

El peso de la economía 'naranja' en Latinoamérica y el Caribe ascendería, según el informe, a unos 175,000 millones de dólares (más que las exportaciones chinas de textiles o las ventas de

vehículos de Japón). Su exportaciones se calculan en 18,800 millones de dólares, cifra superior a la inversión extranjera en Holanda (17,500 millones); y la fuerza laboral sumaría 10,3 millones de trabajadores. También se considera que sería la séptima fuente de exportación de bienes. Brasil lideraría en términos relativos el ranking con el 2.7% de su economía, 4.8% en México, 3.8% en Argentina. En Panamá el peso porcentual estaría en un 6.4% (si bien veremos después que esta última cifra ha sido notablemente sobredimensionada y hace unos meses corregida). Hay que decir que, por su impacto en la región, revisitaremos varias veces a lo largo de esta tesis las ideas e intervenciones agrupadas en torno a la economía naranja.

En el mismo año y poco después, la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) da a conocer la *Encuesta Latinoamericana de Hábitos y Prácticas Culturales 2013*, concluyendo dos tendencias principales: por un lado, existe satisfacción de la población con la oferta cultural y se muestran grandes expectativas para la oferta de los próximos años, marcando una necesidad de contar con mayor gasto público dedicado a la cultura (OEI, 2014a).

En segundo lugar, indica que “aún existen grandes diferencias de acceso a la cultura en función de factores como la edad, contexto sociocultural y nivel de estudios, limitando la participación de aquellas personas de mayor edad, contexto socioeconómico bajo y con menos estudios” (OEI, 2014a). A los resultados de esta Encuesta se hará una referencia con mayor detalle en el apartado 5.1.1 dentro del capítulo 5.

Asimismo, el *Observatorio Iberoamericano de Cultura* (OIBC), auspiciado igualmente por la OEI, realiza otros estudios, en colaboración con organismos e instituciones de prestigio en sus respectivos ámbitos a nivel regional. Uno de ellos es *Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica 2014* (OIBC, 2014), que visualiza -en términos cuantitativos y cualitativos- el papel, la importancia y el impacto que ocupa la actividad cultural en el desarrollo socioeconómico de las sociedades Iberoamericanas. El documento analiza dimensiones esenciales en esta materia como: empleo cultural, comercio internacional de bienes y productos culturales, institucionalidad y gasto público, cooperación cultural internacional y participación y consumo en la era digital.

El informe presenta las experiencias regionales en medición de la actividad cultural, la construcción de cuentas satélite en cultura y el aporte e impacto de la cultura a la economía de los países iberoamericanos. Una selección de la información resultante se aporta, igualmente, en el capítulo 4.

Mientras se va abriendo un espacio diferenciado para abordar el rol de la creatividad y la cultura en la economía de los países, el debate global se sigue alineando -e intensificando- en estos años en torno al proceso abierto en 2012 para definir los *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030*, que siguen a los ODM. Y, así, en Hangzhou, República Popular de China, se celebra en mayo de 2013 el Congreso Internacional de Cultura, organizado por la UNESCO, donde se aprueba la *Declaración de Hangzhou*: “Situación la cultura en el centro de las políticas de desarrollo sostenible”. En ella se insta a desempeñar un papel en la agenda de las Naciones Unidas para el desarrollo posterior a 2015, tomando en consideración las siguientes acciones: Integrar la cultura en todas las políticas y programas de desarrollo; Movilizar la cultura y el entendimiento mutuo para propiciar la paz y la reconciliación; Garantizar derechos culturales para todos a fin de promover el desarrollo social incluyente; Valerse de la cultura para reducir la pobreza e impulsar el desarrollo económico incluyente; Basarse en la cultura para promover la sostenibilidad ambiental; Fortalecer la resiliencia a los desastres y combatir el cambio climático

mediante la cultura; Valorar, salvaguardar y transmitir la cultura a las generaciones futuras; Valerse de la cultura como recurso para lograr el desarrollo y la gestión sostenibles de las zonas urbanas; y Aprovechar la cultura para favorecer modelos de cooperación innovadores y sostenibles (UNESCO, 2013).

En similar línea, el Tercer Foro Mundial de la UNESCO “*Cultura e Industrias Culturales: Cultura, creatividad y desarrollo sostenible*” (FOCUS), celebrado en Florencia, en octubre de 2014, plasma -en la Declaración Final- su carácter de foro internacional de reflexión sobre estrategias eficaces que fomenten el cambio y que sitúen la cultura en el centro de las futuras políticas de desarrollo sostenible.

En el mismo se trata exhaustivamente la *Agenda de desarrollo post-2015 (Objetivos de Desarrollo Sostenible-ODS- 2030)*, el principal marco de acuerdo para definir una agenda común del desarrollo a nivel mundial, volviéndose a hacer hincapié en la necesidad de reconocer explícitamente el papel de la cultura en este gran pacto mundial.

“Para asegurar la plena integración de la cultura como principio general de todas las políticas de desarrollo, instamos a los gobiernos a velar porque en la agenda de desarrollo post-2015 se introduzcan metas e indicadores explícitos sobre la contribución de la cultura, y en particular, en el marco de los objetivos propuestos por el Grupo de Trabajo Abierto de las Naciones Unidas sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible en materia de: reducción de la pobreza, ciudades y urbanización sostenibles, educación de calidad, medio ambiente y cambio climático, igualdad de género y empoderamiento de la mujer, inclusión social y reconciliación” (Tercer Foro Mundial de la UNESCO “Cultura, creatividad y desarrollo sostenible”, Florencia, octubre de 2014).

Finalmente en septiembre de 2015, más de 150 jefes de Estado y de Gobierno se reúnen en la histórica Cumbre del Desarrollo Sostenible en la que aprueban la Agenda 2030. Esta Agenda contiene 17 objetivos (169 metas y 231 indicadores) de aplicación universal que, desde el 1° de enero de 2016, rigen los esfuerzos de los países para lograr un mundo sostenible en el año 2030.

Ningún ODS se centra en la cultura como dimensión sustantiva del desarrollo, si bien aparece citada en algunos de ellos, lo cual refleja la dificultad que, en la práctica, ha tenido la apropiación de esta trayectoria de conocimiento y propuestas que acabamos de reseñar en el *mainstream* de las políticas. Alfons Martinell (2015) expone, de un modo sumamente pertinente, las principales razones de este decepcionante resultado.

POR QUÉ LOS ODS NO INCORPORAN LA CULTURA
(Martinell, 11 de diciembre 2015)

El documento final de la Cumbre no incorpora ningún objetivo relacionado con la dimensión cultural para el desarrollo. De hecho, el punto 36 de la Declaración es el único con una referencia explícita a las culturas y la diversidad cultural:

“Nos comprometemos a fomentar el entendimiento entre distintas culturas, la tolerancia, el respeto mutuo y los valores éticos de la ciudadanía mundial y la responsabilidad compartida. Reconocemos la diversidad natural y cultural del mundo, y también que todas las culturas y civilizaciones puedan contribuir al desarrollo sostenible y desempeñen un papel crucial en su facilitación”.

En primer lugar, no habla de diálogo de culturas, que había sido el objetivo de UNESCO durante años, sino de entendimiento como expresión de una percepción que las culturas en el mundo no se entienden, toleran ni respetan. Por otro lado reconocen la diversidad cultural a nivel mundial de forma muy

genérica. Pero cuando hablan de contribución al desarrollo sostenible, tratan de culturas y civilizaciones, lo que muestra una confusión o manipulación actual al tratar de la misma forma estos dos conceptos tan delicados y preocupantes en el contexto mundial contemporáneo.

El documento de la Cumbre en la concreción de las metas podemos seleccionar las pocas que tienen una relación con la cultura:

“La meta 2.5 aborda la necesidad de promover el acceso a los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales y su distribución equitativa, para alcanzar el objetivo de poner fin al hambre y lograr la seguridad alimentaria.

La meta 4.7 destaca la necesidad de que la educación promueva una cultura de paz y no violencia y la valoración de la diversidad cultural y de la contribución de la cultura al desarrollo sostenible.

La meta 8.3 sugiere que las políticas orientadas al desarrollo deberían apoyar la creatividad y la innovación, junto a las actividades productivas, la creación de empleo decente y el emprendimiento.

Las metas 8.9 y 12.b se refieren a la necesidad de elaborar y poner en práctica políticas que promuevan un turismo sostenible, mediante la promoción entre otros de la cultura y los productos locales, y a la necesidad de elaborar y aplicar instrumentos que permitan seguir de cerca los efectos de estas políticas.

La meta 11.4 subraya la necesidad de redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo, en el marco del Objetivo 11, relativo a lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.”

Como se puede observar en el análisis del texto únicamente la meta 4.7 hace referencia a poner en valor la diversidad cultural y la aportación de la cultura al desarrollo que se convierte en el punto que nos interesa más de todo el documento. Lo restante evidencia la pobreza del texto y una falta total de conocimiento de los conceptos que utiliza el sector cultural en la actualidad.

(...) consideramos importante realizar un ejercicio de análisis crítico de esta situación en el contexto actual:

1. En una primera aproximación a todo el documento de la Cumbre observamos un cierto *miedo o precaución de los Estados* para incorporar referencias a la cultura en los acuerdos internacionales en general y más concretamente en temas relacionados con el desarrollo, bienestar, lucha contra la pobreza, etc. Esta situación no está exenta de la influencia de la realidad mundial actual donde a nadie se le escapa que *ciertos conflictos tienen una dimensión cultural*.
2. Existe una *dificultad de aceptar la diversidad cultural más allá de una cierta corrección política*, ya que los Estados han de asumir sus propias dificultades en respetar la diversidad cultural dentro de sus límites. Como ya se observó en el debate en UNESCO en 2005 en la Convención sobre la Protección de la Diversidad Cultural.
3. El texto refleja la *influencia de una cierta mentalidad tradicional, entre los expertos y técnicos de la cooperación al desarrollo*, de no aceptar o entender la cultura como un factor imprescindible para el desarrollo en el siglo XXI. Por un lado, el conflicto entre la cultura y los conceptos de necesidades básicas, pobreza, hambre, etc., que se vive como una *confrontación entre prioridades*. Y, por desgracia, la existencia de posiciones paternalistas y asistencialistas que consideran que las necesidades culturales no son necesarias para alcanzar los objetivos del desarrollo y consideran la cultura como algo prescindible o un lujo en situaciones de pobreza económica.
4. Se observa una *baja influencia de UNESCO, como agencia del sistema de Naciones Unidas*, en la redacción de la Declaración y los ODS, lo que evidencia un cierto fracaso en las experiencias de la reforma de NNUU para una mayor acción común de las agencias. Este hecho repite lo pasado en los ODM del año 2000 y evidencia un serio problema del propio sistema de cooperación inter agencias.
5. A pesar de los estudios del sector cultural sobre su *contribución al Producto Interior Bruto y otros datos relacionados con las cuentas satélite de la cultura* donde se evidencia que la cultura contribuye al desarrollo, no se contempla en este documento. Desde la visión más tradicional de desarrollo económico a la generación de empleo y distribución de renta, existen resistencias a integrar estos aportes a posiciones sobre el desarrollo con un objetivo específico. Todo esto sin valorar otros aspectos más relacionados con el desarrollo humano y los aportes intangibles de la cultura a la sociabilidad, la convivencia y la cohesión social.
6. Existen *resistencias a reconocer la dimensión cultural en muchos de los conflictos*

contemporáneos a nivel mundial. Estas actitudes forman unas ciertas intransigencias en las formas de tratamiento de las tensiones que se fundamentan más en posiciones nacionalistas o populistas que en verdaderos procesos de contacto, diálogo y comprensión entre realidades culturales diferentes.

7. Hemos de aceptar que *el concepto de sostenibilidad, procedente de las ciencias de la naturaleza no tiene un buen nivel de conceptualización en el sector cultural*, que no está acostumbrado a trabajar con este concepto. En realidad la cultura se orienta más a una mirada hacia el pasado, la tradición, etc., que a una visión de un futuro deseable. La idea de sostenibilidad cultural no ha recabado muchos análisis y estudios que comporta un cierto desconcierto en el sector cultural para situarse en estos debates y planteamientos que muchas veces se viven como muy alejados de su realidad.
8. Desde hace años, ciertas visiones muy clásicas sobre la cultura, las políticas culturales, la acción cultural, etc., se imponen cuando tratamos de situar la vida cultural como un eje fundamental en los procesos de desarrollo. La relación entre desarrollo, pobreza y cultura genera algunos prejuicios y resistencias, entendiendo que todo lo relacionado con la cultura es suntuoso y prescindible ante la existencia de otras necesidades más básicas. *Al confundir la cultura, en todas sus dimensiones, con ciertas visiones de las bellas artes clásicas y muy lejanas a todas las reflexiones actuales sobre los derechos culturales y la libertad cultural*. Puede parecer que las personas en situación de pobreza no tienen necesidades culturales ni han de acceder a la cultura y el ocio, es decir una visión un tanto paternalista, asistencialista y a veces de culpabilidad sobre la propia situación que están viviendo. Es esta visión que para el desarrollo no todo es “sangre, sudor y lágrimas” sino también explorar todas las potencialidades humanas; frase que se atribuye a A. Sen.
9. En el texto de los ODS no se aprecian los aportes de la cultura al desarrollo tal y como se ha demostrado en diferentes experiencias y principalmente en el FODM. Existe una *incapacidad de asumir los impactos directos*, tal y como los estudios del sector detallan, *sino también los indirectos e intangibles* que muchas veces tienen un gran sentido de valor añadido a otras acciones orientadas al desarrollo.
10. También existe una cierta *visión utilitaria de la cultura al servicio de otros sectores* como puede ser el turismo, la ciudad, la artesanía, el folklore, etc., entendiendo que lo más importante es el fruto que generan en otros sectores sin apreciar y considerar que los resultados que se incorporan proceden de procesos muy amplios que las personas mantienen en su vida cultural.

Coincido en todo con estas reflexiones de Alfons Martinell; sin embargo, creo que sería necesario un debate en profundidad que abordara también otros aspectos que pudieran tener incidencia en este notable revés. En mi opinión, uno de ellos es el retroceso que, en líneas generales, están teniendo los enfoques sobre el desarrollo humano en los que se enmarcan las propuestas de cultura y desarrollo, en el contexto de las crisis globales recientes. Un segundo se refiere a la dificultad real de trascender las elevadas fronteras del mundo experto y hacer comprensibles estos conceptos, de cara a generar apropiación social, política e institucional en la gente común. Pienso también que, al igual que otras propuestas con vocación de integralidad y necesariamente transversales en su aplicación (por ejemplo, las de género), los planteamientos sobre cultura y desarrollo sobreviven mal en entornos mentales y organizativos tan dicotomizados como lo son los encargados de liderar estas políticas (un punto al que ya me he referido en un anterior apartado y al que regresaré en el capítulo final). Asimismo, una apuesta de tan fuerte contenido emancipatorio como la que nos ocupa debería dotarse de estrategias y herramientas mucho más potentes de gestión del cambio, pues las resistencias y barreras (estructurales, políticas, culturales y de mercado) que hay que enfrentar para hacer viables unos enfoques realmente revolucionarios (al menos en nuestros países) no son de poca monta. Añadiría los déficits en materia de gobernanza, que son muy visibles en la institucionalidad en general, y en la de la cultura en particular, dentro de los países de desarrollo medio o bajo, como es el caso de la mayoría de los latinoamericanos. Sin una mínima estabilidad de los agentes

públicos, sin un esfuerzo -gigantesco- para instalar capacidades, recursos, sistemas de gestión y evaluación, alianzas, etc. en un área de las políticas que navega contracorriente, será muy difícil obtener los resultados esperados. Y tampoco en unos escenarios globales en los cuales, después de todo, se consolidan prioridades que vienen ya políticamente condicionadas. Por último, no dejo de interrogarme -resonando con una de las reflexiones contenidas en el texto de Martinelli- si no será que el intento (honesto pero quizás ingenuo) de enlazar la perspectiva de cultura y desarrollo con las narrativas del “*mainstream*” a fin de ser reconocida e integrada por estas (desarrollo sostenible, industria creativa, aportación al PIB...) no habrá contribuido a lo contrario, mientras el contorsionismo semántico que ha habido que realizar para conseguir ese encaje no resuelto ha reducido, tal vez, su fuerza de cambio. No tengo respuesta a esto, pero quisiera creer que la hay y que este recorrido de conocimiento, acción y compromiso -con sus avances y retrocesos- se encuentra apenas en sus comienzos y recuperará, más pronto que tarde, su inmensa energía transformadora.

Frente al contexto descrito, cabe alertar por otra parte sobre el hecho de que el discurso y la práctica sobre la economía de la cultura se han visto desgajados de la perspectiva holística propugnada sistemáticamente por las distintas Convenciones a las que se ha hecho referencia en este breve recuento. Y, cada vez más, toma forma una *visión reduccionista y descontextualizada de la cultura como sector productivo*, dentro de la cual las dificultades, ambigüedades y contradicciones son frecuentes, tanto como lo es la riqueza del debate, la experiencia y -en medio de todo ello- la aparición de nuevos discursos y prácticas transformadoras, ahora en torno al eje de economía creativa. En las próximas páginas abundaré en ello.

Lo que sí parece claro es que estamos hablando de un reto (intelectual y práctico) de gran dimensión.

2.4 Recorrido por los conceptos clave: consensos y diferencias

En los apartados anteriores se han ido considerando numerosos abordajes en torno a las concepciones de cultura y desarrollo, así como a una relación entre ambos que ahora debe definirse y diferenciarse, de cara a establecer un buen marco de comprensión respecto a cómo se integra el emprendimiento cultural en el discurso y práctica de la cultura y la economía cultural.

Como se expresó al comienzo del capítulo, la terminología utilizada en estos campos muestra una gran diversidad de definiciones y conceptos según el punto de vista del que se le trate. Para poder precisar mejor los conceptos utilizados en esta investigación, se ha llevado a cabo un análisis de contenido, encarado de la siguiente manera:

- Se seleccionaron 189 publicaciones relevantes en los temas culturales y sus definiciones que han sido utilizadas para la elaboración de esta tesis.
- En cada una de ellas se analizó la frecuencia con la que ciertos términos clave se mencionaban.

Tabla 1. Análisis de publicaciones relevantes en los temas culturales

Núm. de publicaciones		Núm. Páginas
40	publicaciones entre 100 y 815 paginas	10,091
84	publicaciones entre 10 y 100 paginas	3,207
65	publicaciones de menos de 10 paginas	303

189	TOTAL	13,609
------------	--------------	---------------

Fuente: Elaboración propia a partir de bibliografía

Se resume el análisis, considerando las 13,609 páginas de las 189 publicaciones relevantes, las citas y su frecuencia porcentual. Considerando la frecuencia de cada una de las citas y clasificándolas en orden (% decreciente), se observan los términos más usados.

Tabla 2. Análisis de las frecuencias de las citas de denominaciones culturales en orden decreciente

TÉRMINOS	CITAS	Frecuencia
Industria(as) Cultural(es)	3,795.0	27.9%
Diversidad cultural	1,972.0	14.5%
Sector(es) cultural(es)	1,528.0	11.2%
Cultura y desarrollo	1,116.0	8.2%
Derechos culturales	974.0	7.2%
Industria(s) Creativa(s)	858.0	6.3%
Industria(as) Cultural(es) y Creativa(s)	780.0	5.7%
Emprendimiento(s) cultural(es)	716.0	5.3%
Economía(s) Creativa(s)	602.0	4.4%
Turismo cultural	459.0	3.4%
Economía(s) cultural(es)	309.0	2.3%
Economía de la cultura	239.0	1.8%
Sector(es) creativo(s)	98.0	0.7%
Ciudades creativas	59.0	0.4%
Democracia cultural	57.0	0.4%
Emprendimiento(s) creativo(s)	21.0	0.2%
Democratización cultural	13.0	0.1%
Economía(s) Cultural(es) y Creativa(s)	13.0	0.1%
TOTAL	13,609	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de bibliografía

En el apartado siguiente se aporta una definición detallada de cada uno de los términos relacionados específicamente con economía y cultura, partiendo de una selección de fuentes. Es interesante apreciar -a la hora de abordar la lectura de los mismos- las confluencias, paralelismos e, incluso, contradicciones en las que incurren los especialistas y organismos de referencia en la materia. Ello da cuenta, tal y como he ido señalando a lo largo de este capítulo, de la complejidad de la temática que nos ocupa, así como de la necesidad de intentar establecer un mayor nivel de claridad conceptual, atendiendo a la incidencia de este debate en la construcción de políticas en el campo de la cultura y desarrollo y, más concretamente, del emprendimiento cultural.

Tabla 3. Listado de principales definiciones y conceptos en torno a la cultura, economía y emprendimiento

CONCEPTO	FUENTE	DEFINICIÓN
ECONOMÍA CREATIVA	Políticas para la creatividad UNESCO 2010	<i>p.10</i> En los años 90, emerge el concepto de economía creativa, que entiende la creatividad -en un sentido amplio- como el motor de la innovación, el cambio tecnológico y como ventaja comparativa para el desarrollo de los negocios. Ello da lugar, primero en Australia y más tarde en el Reino Unido, al concepto de industrias creativas, entendidas como 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”. En esos años, surgen también otros conceptos próximos, aunque diferentes, como las industrias de contenido o las industrias protegidas por el derecho de autor. Todos estos conceptos y enfoques comparten un núcleo común: la creatividad que da origen a los bienes y servicios de estas industrias.
	Mujer, emprendimiento e industrias culturales y creativas: España 2014	<i>p.683</i> John Howkins sostiene que la economía creativa comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos. A propósito de Howkins (2013), destacar su reflexión sobre la invisibilidad de la Economía Creativa, en la que expone que según los informes de la UNCTAD (2010), desde 2005 la Economía Creativa ha tenido una representación superior al 6,1% de la economía global, logrando crecer incluso en época de crisis, pero que aun así todavía no se considera un sector a tener en cuenta por la mayoría de los economistas, ni si quiera se reconoce como sector económico o productivo estratégico.
	La Economía Naranja BID 2013	<i>p.8</i> La economía creativa, representa una riqueza enorme basada en el talento, la propiedad intelectual, la conectividad y por supuesto, la herencia cultural de nuestra región.
	Informe sobre economía creativa UNESCO 2013	<i>p.165</i> Actividades artísticas tradicionales e Industrias Culturales Convencionales, además de aquellas actividades relativas a la construcción de un patrimonio cultural y su transmisión. <i>p.189</i> La economía creativa no es solo uno de los sectores de la economía mundial en más rápida expansión, sino que es también un sector altamente transformador en términos de generación de ingresos, creación de puestos de trabajo y fomento de las ganancias obtenidas de la exportación. Liberar el potencial de la economía creativa es también promover la creatividad de las sociedades, afirmando la identidad distintiva de los lugares en que prospera y se concentra, mejorando en ellos la calidad de vida, realzando la imagen y el prestigio locales, y aumentando los recursos que permitirán concebir nuevos futuros diversificados.

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

CONCEPTO	FUENTE	DEFINICIÓN
ECONOMÍA CULTURAL	CEPAL Cultura y desarrollo económico en América Latina 2014	<i>p.299</i> El BID presenta diversas estimaciones de la economía creativa, entendida como «aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, habilidad o talento individual, y que tienen el potencial para crear riqueza y empleo mediante la generación y explotación de la propiedad intelectual». La denominación naranja responde al intento de aglutinar bajo un solo nombre industrias culturales, creativas, protegidas por derechos de autor y de contenidos, entre otras. No obstante, por las estimaciones que presentan sería un compuesto de la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales y las áreas de soporte para la creatividad. Según dicha publicación, el sector creativo representaba 6,1 % de la economía global en 2005, y en 2011 alcanzó los 4 293 000 millones de dólares (la exportación de bienes y servicios creativos alcanzó los 646 000 millones de dólares), lo que supone un crecimiento de 134 % entre 2002 y ese año.
	Eduardo Cruz Economía cultural para emprendedores México 2010	<i>p.22</i> La economía cultural es una subdisciplina reconocida en la taxonomía del Journal of Economic Literature en la categoría Z1, y emplea las herramientas convencionales del análisis económico para la comprensión de los procesos económicos en la cultura desde una perspectiva funcional. En tal virtud, le corresponde insertarse en la noción productiva de sector, el cual comprende la reunión de diversos modelos o unidades de negocios que despliegan actividades que inciden en el aparato productivo. <i>p.29</i> Por ello es válido considerar que el impulso a la economía cultural pasa necesariamente por una reordenación del subsector del Estado y de sus políticas públicas y/o culturales.
	CEPAL Cultura y desarrollo económico en América Latina 2014	<i>p.26</i> El universo naranja está compuesto por: i) la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales; y ii) las áreas de soporte para la creatividad. Por industrias culturales convencionales se entienden aquellas actividades que proveen bienes y servicios basándose en los contenidos simbólicos, artísticos y creativos que pueden ser reproducidos o difundidos masivamente, y que tradicionalmente se reconocen por tener una estrecha relación con la cultura (industria editorial, audiovisual y fonográfica).
ECONOMÍA CULTURAL Y CREATIVA	Incentivo a las Industrias Creativas y Culturales	<i>p.18</i> El vínculo que desarrolla la Economía Cultural y Creativa entre empresas, cultura y tecnología, por medio de la conformación de “clusters sectoriales”, brinda a los países en desarrollo la posibilidad de transformar los recursos creativos en factores de crecimiento y bienestar, a partir de su mayor inserción en el proceso de globalización.

CONCEPTO	FUENTE	DEFINICIÓN
<p>ECONOMÍA DE LA CULTURA</p>	<p>La Economía Naranja BID 2013</p>	<p><i>p.47</i> Para darle una identidad se etiquetó la economía de la cultura y de la creatividad como la Economía Naranja.</p>
	<p>CEPAL Cultura y desarrollo económico en América Latina 2014</p>	<p><i>p.16</i> Con el afán de abordar este tema, se han creado distintos conceptos, como economía de la cultura, economía de las industrias culturales y creativas, economía de las industrias protegidas por derechos de autor, y economía naranja. Antes de adentrarnos en el desarrollo de estos conceptos, parece fundamental dilucidar en primer lugar qué se entiende por cultura.</p> <p><i>p.17</i> Para muchos autores, el libro de W. Baumol y W. Bowen El dilema económico de las artes escénicas (1966) dio origen a una nueva subdisciplina de la ciencia económica denominada primero economía del arte y luego, economía de la cultura. Este libro puso el énfasis durante las décadas de 1960 y 1970 de la literatura económica en las artes escénicas (teatro, orquestas sinfónicas, grupos de cámara, ópera, danza). Y ha sido esgrimido desde el inicio para justificar la subvención pública o privada de las artes.</p> <p>Ginsburgh (2001) plantea que la economía de la cultura aún está en su infancia, pues su objeto no está bien definido y se sitúa en el cruce de varias disciplinas: historia y filosofía del arte, sociología, derecho, administración y economía. No obstante, su posición relativa dentro de la ciencia económica le da un amplio potencial de desarrollo.</p> <p><i>p.51</i> El desnivel entre una producción propia débil y un consumo elevado no es igual en todas las sociedades. Deben distinguirse (Rafael Roncagliolo 1996), los países exportadores e importadores de bienes culturales. Solo dos, Brasil y México, están incorporados en la economía global de bienes culturales y son sede de gigantes del audiovisual: Red Globo y Televisa respectivamente. En segundo término hay unos pocos países que son «incipientemente exportadores»: Argentina, Venezuela y, en menor medida, Colombia, Chile y Perú. Estos países tienen una situación ambigua, pues por un lado están buscando mercados para su producción cultural y, por el otro, tienen que defenderse frente a la penetración, ya no solo de las empresas de fuera de la región, sino de las propias transnacionales latinoamericanas. En tercer lugar, se encuentran los países restantes, «netamente importadores», donde la casi totalidad de los mensajes proceden de Estados Unidos.</p> <p>A esta última categoría corresponderían la mayor parte de los países centroamericanos. Tal como señala el Informe de UNESCO Industrias creativas: su potencial como factor de desarrollo económico y cohesión social en Centroamérica (2008), esta parte de América Latina no cuenta con grandes industrias o actores en el ámbito audiovisual, editorial o discográfica, debido principalmente al tamaño de su economía, pero también a otros factores, como la descoordinación de las instituciones gubernamentales, la inexistencia de organismos especializados en industrias culturales, la falta de personal capacitado en las disciplinas «duras» de las industrias creativas (economía de la cultura, derechos de autor,</p>

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

CONCEPTO	FUENTE	DEFINICIÓN
		negociación internacional y comercio, etc.)
	Políticas para la creatividad UNESCO 2010	<i>p. 3</i> La ausencia del interés por la “economía de la cultura” tanto entre los encargados de elaborar y administrar políticas culturales como entre los economistas y funcionarios gubernamentales del área económica latinoamericanos así como la consecuente ausencia de dicha problemática en los planes de estudio de las universidades de la región explica – parcialmente- la ausencia de datos desagregados relativos a los bienes y servicios culturales en los informes y estadísticas suministrados por las reparticiones estatales que tienen a su cargo la información económica a nivel nacional (Ministerios, Bancos Centrales, etc.) así como a nivel internacional en organismos como regionales como ALADI, CEPAL, SELA, etc.
EMPRENDIMIENTO	CEPAL Cultura y desarrollo económico en América Latina 2014	<i>p.37</i> Diversos países han adelantado estudios sobre el aporte de las industrias culturales y creativas a sus economías; a partir de ellos, se han estructurado políticas públicas acerca del uso estratégico del derecho de autor para la generación de empleo y riqueza, propósito para el cual es de fundamental importancia la protección y el desarrollo de las industrias culturales y creativas, como asimismo, el apoyo a la capacidad de emprendimiento. <i>p.47</i> Así pues, un mundo nuevo lleno de posibilidades, pero también de riesgos, parece estar al alcance de la mano. Las nuevas tecnologías ofrecen a los creadores la oportunidad para producir y distribuir sus obras entre un público más amplio y a un coste menor, y que exista así una oferta cultural más diversa. Estas posibilidades se convertirán en realidad si, entre otras cosas, se favorece entre los ciudadanos todo aquello que signifique innovación, emprendimiento, creatividad y espíritu de riesgo. Es necesario, pues, crear una cultura emprendedora entre los ciudadanos, pero también entre los responsables de las instituciones financieras, ya que la falta de financiación es a veces el cuello de botella que dificulta la puesta en marcha de este tipo de proyectos. Junto a la capacidad de visión de nuevas oportunidades y de percepción del riesgo, es necesario impulsar también una capacitación profesional de este tipo de emprendedores. Por ello, debe pensarse en un marco regulador de las industrias tradicionales y en una posible ayuda, no para garantizar permanentemente su existencia como empresas subsidiadas, sino como forma de hacer asumible los costes de transición a la era digital (OEI, 2011).
	Eduardo Cruz Economía cultural para emprendedores México 2010	<i>p.53</i> De hecho, en México ya se han hecho avances importantes en la creación de sistemas regionales de fomento al emprendimiento. Los principales agentes de esos sistemas, tales como gobiernos, universidades, entidades financieras, empresas y emprendedores, están ya en muchos casos interactuando de manera muy fluida para promover la innovación, el espíritu emprendedor y la generación de valor para beneficio de la sociedad en su conjunto. Un buen ejemplo de ello son las incubadoras de empresas. Emprender ofrece al individuo opciones de superación personal y de vida que van más allá de la tradicional, la cual consiste en graduarse con una carrera universitaria y buscar

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

CONCEPTO	FUENTE	DEFINICIÓN
		<p>empleo inmediatamente en una compañía ya establecida. Un emprendedor busca un camino distinto y generalmente decide crear un negocio nuevo. La experiencia mundial nos enseña que los emprendedores que son capaces de generar negocios innovadores se transformarán en los empresarios exitosos del mañana, y sobre sus hombros llevarán el futuro del país. De allí que sea tan importante impulsar una nueva generación de emprendedores en nuestro país, innovadores y con empresas capaces de competir en los mercados</p> <p><i>p.265</i> La innovación se convierte en la protagonista del emprendimiento de turismo cultural. La clave para facilitarnos el desarrollo de los productos está en la tematización. Para ilustrar lo anterior, recuerdo una visita a la ciudad de la Valletta en la isla de Malta en el año de 1998 (El corazón del Mediterráneo como reza su eslogan publicitario), que coincidió con un festival de música barroca. Era imposible no ser parte de él, las iglesias convertidas en salas de conciertos, las calles, los restaurantes, el merchandising, todo formaba parte de un gran producto de turismo cultural; la consigna era consumir la cultura por medio de la actividad turística. Pero quizá lo más importante era el involucramiento de los habitantes vestidos con trajes de época, el sentimiento de haber traspasado las barreras del tiempo y encontrarnos en una isla mediterránea atrapada por el barroco.</p>
EMPRENDIMIENTO CULTURAL	Políticas para la creatividad UNESCO 2010	<p><i>p.63</i> Por ello es importante adaptar, antes o simultáneamente al proceso de coordinación, los criterios y normas de apoyo general a las ideas emprendedoras, teniendo en cuenta las particularidades del sector. Con ese objetivo, conviene proveerse de argumentos y contar con estadísticas comprensibles a los oídos de los responsables del otorgamiento de las ayudas a las pymes. También es posible que los emprendedores culturales puedan encontrar abrigo en los programas de incubadoras empresariales generales, lo que requiere la formulación de planes de negocios específicos, que tengan en cuenta los comportamientos atípicos de la economía de la cultura. La formación de formadores es un recurso que facilita la tarea de implementación.</p> <p><i>p.71</i> Definición de Iniciativa o proyecto cultural y creativo con un plan de viabilidad que lo hace económicamente sostenible o en vías de serlo. Generalmente está basado en una institución o empresa cultural.</p>
INDUSTRIA CREATIVA	UNESCO Cultural and Creative Industries guide	<i>p.10</i> 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.
	La economía naranja- Una oportunidad infinita- BID	<i>p.39</i> Las industrias creativas están en el centro de la economía creativa, y se definen como ciclos de producción de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo. Se clasifican por su papel como patrimonio, arte, medios y creaciones funcionales.
	CEPAL Cultura y desarrollo económico	<i>p.20</i> El documento de 1998 definió las industrias creativas como «aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, habilidad o talento individual, y que tienen el potencial para crear riqueza y empleo mediante la generación y

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

CONCEPTO	FUENTE	DEFINICIÓN
	en América Latina	<p>explotación de la propiedad intelectual». Íntimamente ligado al concepto de industrias creativas apareció el término economía creativa, que entiende la creatividad –en un sentido amplio– «como el motor de la innovación, el cambio tecnológico y como ventaja comparativa para el desarrollo de los negocios» (UNESCO, 2010).</p> <p><i>p.22</i> Más allá de las diferencias de acento entre industrias culturales e industrias creativas, lo cierto es que cada vez con mayor frecuencia estos conceptos se entienden en conjunto. La industria de la cultura y la creatividad se compone del «sector cultural» –compuesto a su vez de a) sectores no industriales que producen bienes y servicios no reproducibles (actividades culturales clásicas); y b) sectores industriales que producen de forma masiva bienes y servicios reproducibles para consumo interno y externo (actividades de mercado)– y del «sector creativo», donde la cultura constituye un insumo para producir bienes y servicios no culturales (actividades de diseño, arquitectura y publicidad).</p>
	Monitoring of Selected Economic Germany	<p><i>p.2</i> Definition The definition of the culture and creative industries underlying this report follows that of the Conference of Economics Ministers, which places the focus on commercial companies: 4 “The culture and creative industries comprise all cultural and creative enterprises that are mainly market oriented and deal with the creation, production and/or dissemination through the media of cultural/creative goods and services. The main criterion for the definition is the commercial character of the company.</p>
INDUSTRIA CULTURAL	Economía cultural para emprendedores	<p><i>p.4</i> Un Comité de expertos reunidos bajo el auspicio de la UNESCO elaboró un en foque equilibrado respecto a la verdadera función de las industrias culturales en las sociedades contemporáneas. Este Comité definió a las industrias culturales como "aquellas industrias cuyos bienes y servicios culturales son producidos, reproducidos, conservados y difundidos según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando estrategias de carácter económico".</p> <p><i>p.93</i> La industria cultural la define “como aquella que combina la creación, producción y comercialización de contenidos intangibles de naturaleza cultural, generalmente protegidos por derecho de autor, que pueden tomar la forma de bienes o servicios. Las “actividades, bienes y servicios culturales” se refieren a las actividades, los bienes y los servicios que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener”.</p>
	Jesús Prieto de Pedro (Cultura, economía y derecho) 2002	<p><i>p.2</i> Definición de industrias culturales, no tan lejana, adoptada en 1980 en una reunión organizada por la UNESCO en Montreal: “Existe una industria cultural cuando los bienes y servicios se producen, reproducen y conservan según criterios industriales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural”.</p>
	Políticas para la creatividad	<p><i>p.10</i> El concepto de industrias culturales no es nuevo. T. Adorno comenzó a utilizarlo en 1948 refiriéndose a las técnicas de reproducción industrial en la creación y difusión masiva de obras culturales. Medio siglo más tarde, se observa que los</p>

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

CONCEPTO	FUENTE	DEFINICIÓN
	UNESCO 2010	<p>modos de crear, producir, distribuir y disfrutar de los productos culturales se han ido modificando extraordinariamente. Además de las transformaciones tecnológicas y del papel de los medios de comunicación, la cultura se ha incorporado a procesos de producción sofisticados, cadenas productivas complejas y circulación a gran escala en distintos mercados.</p> <p><i>p.139</i> La expresión "industrias culturales" abarca aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos que son inmateriales y culturales en su naturaleza. Estos productos normalmente están protegidos por propiedad intelectual y pueden tomar la forma de bienes o servicios. El concepto de industrias culturales, también llamadas "industrias creativas" o industrias de contenidos incluye la impresión, publicación, multimedia, audiovisuales, productos fonográficos y cinematográficos, así como artesanías y diseños. Para algunos países, este concepto también abarca la arquitectura, las artes visuales y de performances, deportes, manufactura de instrumentos musicales, anuncios y turismo cultural.</p>
	Las industrias culturales en América latina CEPAL Natalia Sandoval Peña	<p><i>p.4</i> En junio de 1994, los expertos de la División de Desarrollo Social de la CEPAL indicaron, en el documento titulado "La industria cultural en la dinámica del desarrollo y la modernidad: nuevas lecturas para América Latina y el Caribe", que el concepto de industria cultural debía "...considerarse desde una perspectiva que permita correlacionarlo con un amplio universo de la cultura"</p> <p>Siguiendo la clasificación hecha por José Joaquín Brunner, que las industrias culturales podían dividirse en <u>dos categorías</u>: La primera de ellas, calificada como industria cultural liviana, era aquella que hacía referencia a la televisión, divulgación, lectura veloz, fotografía instantánea, diccionario de citas, ready made, escritura en serie, arte ocasional, religiones terapéuticas, etc., mientras que la segunda categoría, denominada industria cultural pesada, era aquella que hacía referencia a las ideologías de larga duración tales como las religiones milenarias, las obras clásicas, la educación formal, los tabúes, la autoridad, la belleza, el saber acumulado, etc.</p>
	CEPAL Cultura y desarrollo económico en América Latina	<p><i>p.18</i> Existen diversas definiciones de industrias culturales y, en sentido amplio, se pueden explicar como «el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías» Por su parte, la UNESCO (2005) define las industrias culturales como «aquellas que producen y distribuyen bienes y servicios culturales que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales».</p> <p><i>p.20</i> Durante mucho tiempo se ha hecho un tratamiento del sector de la cultura considerando solo las industrias culturales tradicionales (editorial, audiovisual y fonográfica); sin embargo, con el tiempo han sido numerosas las organizaciones que han ampliado el ámbito de actuación de la cultura a otras actividades consideradas también industrias creativas, lo que ha dado lugar a un enfoque más amplio de la cultura.</p>

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

CONCEPTO	FUENTE	DEFINICIÓN
		<i>p.22</i> El concepto de industrias culturales y creativas aparezca fuertemente ligado al de industrias relacionadas con los derechos de autor.
	La Industrias Culturales y Creativas- Fundación Ideas 05-2012	<i>p.100</i> La propuesta implica una nueva conceptualización del sector que evolucione desde un enfoque separado entre cultura y creatividad hacia un tratamiento integrado, es decir, evolucionar desde el concepto de industrias culturales al <u>concepto más amplio de industrias culturales y creativas.</u>
	Industrias culturales AL y Caribe	<i>p.9</i> El término industrias culturales se refiere a aquellos sectores que están directamente involucrados con la creación, producción y distribución de bienes y servicios, que son de naturaleza cultural y que están usualmente protegidos por el derecho de autor. Los bienes y servicios culturales son aquellos cuyo valor económico primario deriva de su valor cultural (O'Connor, 1999) y tienen el potencial para la creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual. Esta definición se extrae de las de la UNESCO y GATT, que definen las industrias culturales principalmente como bienes y servicios protegidos por derechos de autor.
	Política para el Emprendimiento y las Industrias Culturales	<i>p.554</i> Todas las definiciones coinciden en considerar que las industrias culturales representan sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor. Las industrias culturales incluyen la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño. Ciertos países extienden este concepto a la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la manufactura de instrumentos musicales, la publicidad y el turismo cultural. También son denominadas en algunos países “industrias creativas” (creative industries) y conocidas en ámbitos económicos como “industrias de futuro” (sunrise industries) o, en medios tecnológicos, como “industrias de contenido” (content industries). Las industrias culturales incluyen la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño. Ciertos países extienden este concepto a la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la manufactura de instrumentos musicales, la publicidad y el turismo cultural.
	Incentivo a las Industrias Creativas y Culturales	<i>p.11</i> UNCTAD, “al combinar creatividad y bienes, nace una nueva clase de productos conocidos como “bienes y servicios creativos”, de los cuales los “bienes y servicios culturales” constituyen un subgrupo conformado por productos de contenido artístico o cultural además de creativo. Es así como surge la definición de las “industrias creativas y culturales” que las identifica, respectivamente, como industrias que producen bienes creativos y culturales. Por su parte, para la Secretaría de la Comunidad Andina ⁵ , “las industrias culturales constituyen las expresiones que producen y distribuyen bienes o servicios culturales, que circulan en los medios de comunicación y en el libre mercado

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

CONCEPTO	FUENTE	DEFINICIÓN
		<p>generando empleo e ingresos. Su protección y desarrollo está consensuado en la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales aprobada por la UNESCO el 20 de octubre del 2005 y ratificada por los países andinos”.</p>
<p>INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA</p>	<p>Incentivo a las Industrias Creativas y Culturales</p>	<p><i>p.11</i> En los últimos tiempos la comunidad internacional ha conocido de una amplia variedad de estudios y mediciones - basados en definiciones particulares - sobre los conceptos industrias culturales, industrias creativas y economía creativa. Independientemente del término empleado, es indudable el interés que estos temas han tomado como elementos estratégicos para la búsqueda del desarrollo económico y el bienestar de todos los países.</p> <p><i>p.11</i> Finalmente, la Unión Europea utiliza el concepto industrias creativas y culturales, de forma similar a la UNCTAD, o sea aquellas industrias que producen bienes creativos y culturales.</p> <p><i>p.11</i> En la OEA se analizan las industrias culturales, pero la referencia a su importancia en el contexto internacional es el Informe de la UNCTAD sobre Economía Creativa, lo cual indicaría que el concepto industrias culturales abarca también el de las industrias creativas.</p> <p><i>p. 11-12</i> El SELA (Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe) igualmente se acoge a esta amplia denominación de este sector. Con relación a las industrias culturales en América Latina y el Caribe, la UNESCO destaca las siguientes características</p> <ul style="list-style-type: none"> - Latinoamérica y el Caribe es una región sumamente heterogénea que presenta diferencias notables de escala de producción, formas de circulación, condiciones de acceso y tamaño de los mercados por países, regiones y por grupos socioculturales diferenciados dentro un mismo territorio. - Las formas de integración de las actividades culturales a los circuitos del mercado son muy variadas en comparación con medios más uniformes en su desarrollo como el europeo o el canadiense. Una importante proporción de las actividades culturales se dan en el macro de espacios informales o poco estructurados. - Las industrias culturales se concentran en unos pocos países, principalmente en sus ciudades capitales. En cuanto a la producción audiovisual, esta se circunscribe a un pequeño número de empresas localizadas en las metrópolis de Argentina, México, Brasil, Colombia y Venezuela. - Hay situaciones muy desiguales en materia de marcos regulatorios para las industrias culturales y no todos los países han tomado acciones o cuentan con entidades específicas dedicadas a su promoción. Por lo anterior, existe un reconocimiento creciente del valor de las industrias culturales en los países de Latinoamérica y el Caribe.

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

CONCEPTO	FUENTE	DEFINICIÓN
	CEPAL Cultura y desarrollo económico en América latina	p.22 La UNESCO, por su parte, tomando como referencia su marco de estadísticas culturales, propone en Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas (2010), una definición amplia de estas, entendidas 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». Este enfoque pone el énfasis en los bienes, servicios y actividades de contenido cultural y/o artístico y/o patrimonial, cuyo origen es la creatividad humana, sea en el pasado o en el presente, así como en las funciones necesarias propias de cada sector de la cadena productiva que permite a dichos bienes, servicios y actividades llegar al público y al mercado.
INDUSTRIA DE CONTENIDO	La Economía Naranja BID 2013	p.39 Las industrias de contenidos son: editorial, cine, televisión, radio, discográfica, contenidos para celulares, producción audiovisual independiente, contenidos para Web, juegos electrónicos, y contenidos producidos para la convergencia digital (cross media).
PATRIMONIO CULTURAL	UNESCO	En la Conferencia General de París en 1972 se mencionan estos tres conceptos clave, ampliándose en la reunión de México 1982 definiéndose como “patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.” En la escena política latinoamericana en la década de los ochenta, “(...) se configura como un tejido colorido y diverso de expresiones y manifestaciones. Producto de la historia, el sincretismo cultural ha dado paso al nacimiento de hábitos y creencias particulares determinadas por el contexto local. Estas prácticas han sobrevivido generación tras generación en un proceso de permanente revitalización que dice relación con una forma de apropiación cultural dinámica y con sentido de continuidad”.
SECTOR CREATIVO	Incentivo a las Industrias Creativas y Culturales	p.25 América Latina y el Caribe tiene sectores creativos reconocidos internacionalmente: telenovelas, literatura, pintura y escultura, industria editorial, folclor, artesanías. De los 754 bienes patrimoniales que figuran en la lista de Patrimonio de la Humanidad, 109 están ubicados en esta región. Entre las múltiples experiencias positivas en ALC podrían mencionarse la política para el fomento del libro en Colombia, las políticas para la industria editorial de Argentina, Brasil y México, el Programa Opción Libros de la ciudad de Buenos Aires, los incentivos y mecanismos de protección para la producción de películas y telenovelas en países como Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Perú, Uruguay y la República Bolivariana de Venezuela.

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

CONCEPTO	FUENTE	DEFINICIÓN
	Eduardo Cruz Economía cultural para emprendedores México 2010	p. 294 Es esencial comprender la cadena de valor agregado en la producción y la distribución de bienes y servicios creativos para poder determinar cuáles son los puntos críticos en los cuales serían óptimas las intervenciones a través de políticas diseñadas para desarrollar la economía creativa. Es crucial para poder formular políticas públicas informadas, conocer quiénes son los actores de la economía creativa, cómo se relacionan unos con otros, y cómo el sector creativo se relaciona con otros sectores de la economía. Una herramienta que ha sido útil para estudiar la economía creativa es el análisis de la cadena de valor agregado, que describe el desarrollo de los bienes creativos desde la idea inicial hasta el consumo final. En particular, es importante examinar las primeras instancias de la cadena para comprender la estructura del sector productivo de bienes y servicios creativos. Las unidades de producción abarcan desde los artistas individuales y los productores, por un lado, hasta las grandes corporaciones internacionales por el otro. En el medio se encuentran las pequeñas y medianas empresas (Pymes) que, en muchos países en vías de desarrollo, son el elemento más significativo en términos de volumen de producción y niveles de empleo y compromiso con la comunidad.
	CEPAL Cultura y desarrollo económico en América latina	p.21 Más allá de las diferencias de acento entre industrias culturales e industrias creativas, lo cierto es que cada vez con mayor frecuencia estos conceptos se entienden en conjunto. Para la Unión Europea (KEA, 2006), la industria de la cultura y la creatividad se compone del «sector cultural» –compuesto a su vez de a) sectores no industriales que producen bienes y servicios no reproducibles (actividades culturales clásicas); y b) sectores industriales que producen de forma masiva bienes y servicios reproducibles para consumo interno y externo (actividades de mercado)– y del «sector creativo», donde la cultura constituye un insumo para producir bienes y servicios no culturales (actividades de diseño, arquitectura y publicidad).
	Industrias Creativas en Europa	p.2 De entrada, el informe europeo se preocupa en distinguir claramente -siguiendo los pasos de David Throsby- entre el sector cultural, «productor de bienes y servicios no reproducibles orientados a ser consumidos sobre el terreno», el sector de las Industriales Culturales, «productor de bienes culturales orientados a una reproducción masiva, una diseminación masiva y la exportación [...] enteramente culturales [...] sin funciones secundarias utilitarias» y, finalmente, el «sector creativo [...] en donde la cultura se convierte en un creativo en la producción de bienes no culturales» (UE, 2006). Input Gráficamente, esta tipología es representada en el informe citado como un juego de tres círculos concéntricos: en el primero estarían las (pintura, escultura, diseño, fotografía, mercado de arte y arts field antigüedades) y las (ópera, teatro, danza, circo), así como el patrimonio, las bibliotecas y performings arts los archivos. En el segundo se engloban el libro, el film, el disco, la radio, la televisión, la prensa... Sin embargo, el tercer círculo, el de la creatividad, parece resistirse al análisis; así, se define la creativity como el «uso de los recursos culturales como intermediario en los procesos de consumo y producción de sectores no culturales y de ese modo como fuente de innovación»; no fuente de consumo final, sino de consumo intermediado en el proceso de producción de productos funcionales. Se trataría pues, de un complejo proceso de innovación, combinando algunas de estas dimensiones: «ideas, habilidades, tecnología, procesos de producción y cultura», que tiene la «habilidad de beneficiar a casi management todos los sectores económicos».

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

CONCEPTO	FUENTE	DEFINICIÓN
SECTOR CULTURAL	CEPAL Cultura y desarrollo económico en América Latina 2014	<i>p.22</i> Más allá de las diferencias de acento entre industrias culturales e industrias creativas, lo cierto es que cada vez con mayor frecuencia estos conceptos se entienden en conjunto. Para la Unión Europea (KEA, 2006), la industria de la cultura y la creatividad se compone del «sector cultural» –compuesto a su vez de a) sectores no industriales que producen bienes y servicios no reproducibles (actividades culturales clásicas); y b) sectores industriales que producen de forma masiva bienes y servicios reproducibles para consumo interno y externo (actividades de mercado)– y del «sector creativo», donde la cultura constituye un insumo para producir bienes y servicios no culturales (actividades de diseño, arquitectura y publicidad).
	Jesús Prieto de Pedro (Cultura, economía y derecho)	<i>p.2</i> Esas expectativas se están confirmando en forma de sorpresas de gran magnitud. Como que hoy -y así lo prueban los novedosos estudios realizados por la Sociedad General de Autores de España y por el Convenio Andrés Bello- el sector económico cultural posee un peso fundamental en el PIB, tanto mayor cuanto más importante es el grado de desarrollo económico del país. Así, en los Estados Unidos, el sector cultural -eso sí, un sector cuyo concepto se ensancha hasta la duda al incluir el <i>entertainment</i> - aparece hoy como el primer sector de exportación por delante de la industria pesada, de la industria militar o del sector aeronáutico.
	Hugo Achugar Políticas culturales LA	<i>p. 7</i> La diferencia del tratamiento o de la reflexión acerca de esta problemática entre el llamado “primer mundo” y América Latina está relacionada además con el distinto acceso a datos y estadísticas. Así, mientras es posible disponer de datos referentes al peso del sector cultural en el PIB y en el empleo para países como los EEUU, Inglaterra, Francia, Suecia y los Países Bajos, dicha información en relación con los países de América latina es si no escasa, prácticamente nula.
	Economía y Empleo Enrique Pavón	<i>p. 186</i> Con el ánimo de delimitar su alcance, la Unión Europea plantea cuatro círculos o niveles de las actividades relacionadas con la cultura (Comisión Europea 2006) que facilitan la labor. Se describen cuatro niveles en los que se podría dividir el sector: su núcleo está constituido por las actividades artísticas; envolviendo al mismo, las industrias culturales estarían en un segundo círculo; en una capa más externa las industrias creativas; y, cerrando el sector y, relacionándolo con otros, las industrias y actividades de servicios relacionadas, que se extenderían por otros muchos sectores con fronteras muy amplias y difusas. A partir de la definición propuesta por la Comisión Europea, el sector cultural englobaría a todos aquellos sectores y actividades que giran alrededor de la creación de ideas, así como aquellos que producen productos que combinan esas ideas con otros inputs. Estas categorías propuestas por la Comisión Europea, especialmente las tres primeras, contienen las tres características básicas de la oferta cultural que señala Throsby (2001) y que sirve para delimitar el ámbito del sector cultural: creatividad en su producción, significado simbólico y capacidad para ser protegidas mediante mecanismos de propiedad intelectual

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

CONCEPTO	FUENTE	DEFINICIÓN
TURISMO CULTURAL	Eduardo Cruz Economía cultural para emprendedores México 2010	<p>p.263 Para diseñar productos turístico-culturales es importante tener clara la definición de turismo cultural. Para la Secretaría de Turismo es “aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural, 2002). Producto de turismo cultural = Preservación del patrimonio + rentabilidad económica + social + ambiental + satisfacción de la demanda.</p> <p>La planeación de un producto turístico cultural pasa por distintas etapas, la inicial es un diagnóstico global realizado en dos vías paralelas: la primera es el análisis de los recursos culturales del destino, de los productos culturales ya existentes, incluyendo una investigación sobre el consumo de estos y las estrategias de comunicación. La segunda es la realización un estudio de la infraestructura y mobiliario turístico, así como de los productos turísticos que hasta ese momento se ofrecen, además de datos como tipología del turista, flujos de visitantes, tiempos de estancia y gasto por visitante. Una vez concluida esta etapa es necesario definir cuál será el elemento unificador de los productos de turismo cultural, para su posterior posicionamiento de cara a la oferta turística.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión bibliográfica.

Como puede apreciarse, cada término tiene definiciones variadas y pone el foco de atención en un aspecto diferente (clasificar, indicar el origen del término, indicar la particularidad que lo diferencia, etc.). Y todos coinciden en vincular dimensiones abstractas, como la cultura, el arte y la creatividad, con otras concretas como la industria, la economía o el mercado y las articulan, de una manera u otra, con la propiedad intelectual y el derecho de autor, en especial (UNESCO, 2010).

Entre las apuntadas, una noción en la que quiero detenerme ahora es la de *economía creativa*, dado que ella refleja como ninguna otra las tensiones y cambios que se están produciendo en la perspectiva de una cultura que, en pleno siglo XXI, dialoga con otras disciplinas y se construye desde fronteras más amplias que en el pasado. Pero que, tratándose de un concepto en transición, adquiere muy distintos significados.

Hay uno, al que volveré en el capítulo 3, que sitúa la economía creativa (asociada a las industrias que esta genera: las industrias culturales y creativas) estrictamente como un sector productivo caracterizado por la producción de bienes y servicios, que se diferencian de otros por el hecho de estar sujetos a derechos de autor. Esta es la óptica, por ejemplo, que utilizan organismos como la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI o WIPO, por sus siglas en inglés), las cuales han desprovisto el término de toda su carga social y política para circunscribirlo a su medición económica. Lo relevante es que esta perspectiva, al proceder de organismos mucho mejor instalados en los entornos de poder global que los culturales y, por otra parte, ofrecer una “solución” a los problemas existentes para operativizar en el terreno concepciones de contornos tan difusos como las que estamos abordando aquí, han logrado una notoria extensión de sus enfoques.

Así, la economía creativa y sus industrias han podido por fin ser clasificadas, compartimentadas y medidas cuantitativamente, incluyendo -claro está- la estimación de su peso en el producto interior bruto, algo que por un lado les otorga valor (una determinada noción de valor) pero, por otro, les hace perder su fuerza, vitalidad y sentido en su relación con el desarrollo.

“El argumento principal se centra en que un dólar invertido en infraestructuras artísticas y culturales pudiese tener efectos multiplicadores de gastos y empleos en toda la economía, amplificando esa inversión dos o cuatro veces. Estos estudios han sido duramente criticados por sus débiles fundamentos teóricos y evidencia” (Stanziola, 30 de enero 2017).

En el próximo capítulo indagaremos en el comprensible (y útil) esfuerzo de muchos organismos para deslindar los contornos de la economía cultural, creativa o cultural-creativa, con su doble efecto de poner números tangibles a su relevancia pero, en paralelo, dejarla reducido a ellos. Asimismo, en el capítulo 5, podremos apreciar en detalle un ejemplo de la distorsión que puede llegar a plantear esta necesidad de reducir la economía cultural y creativa a una mera medición, al tener la oportunidad de rastrear -de principio a fin- cómo fue construida una desacertada estimación del aporte de las industrias creativas panameñas al PIB del país, que fue dada por buena durante bastantes años con la legitimación de los organismos internacionales.

Partiendo y dando por bueno este sistema de cálculo (propiedad intelectual/derechos de autor), la *“economía naranja”* -acuñada, como ya se vio, por el Banco Interamericano de Desarrollo- le ha adicionado, sin embargo, otros ingredientes al concepto (creatividad, talento, innovación...), habiendo contribuido en gran medida a su popularización en muy pocos años. Una buena combinación entre la capacidad pedagógica de un documento orientado a ser comprendido por

públicos amplios (que se agradece), un marketing inteligente, el acompañamiento por iniciativas concretas (ferias, concursos, proyectos) y, por encima de todo, el patrocinio de una institución de obligada referencia en América Latina y el Caribe, ha conseguido un éxito muy destacable en un tiempo récord. La economía naranja interesa, interpela, se entiende a la primera, encaja con los nuevos tiempos y, además, es muy prometedora al estar llena de “oportunidades infinitas”. En consecuencia, se ha convertido en una eficaz palanca para poner otra vez la -postergada- cultura en el centro de conversaciones e iniciativas que trascienden el universo cerrado de los expertos. Un hecho positivo pero, igualmente, no exento de riesgos. La banalización es uno de ellos, al estar pendiente aún un debate en profundidad acerca de los contornos y realidades de esta economía. Su eventual reduccionismo es otro, al bascular los principales argumentos en la idea de que “la cultura vale porque vende”. Y el sobredimensionamiento de las expectativas que genera en la población es, tal vez, el mayor de ellos. Porque cada vez más personas (sobre todo jóvenes, los destinatarios preferentes de estos mensajes) se aproximan a esta difusa economía buscando oportunidades, concretas e inmediatas, para emplearse y/o emprender. ¿Y se encuentran estas realmente tan al alcance de la mano? Esta es una de las preguntas centrales a las que intentaré dar respuesta en este trabajo.

“Luego de 10 años de estas políticas, Inglaterra comenzó a percatarse de la sobreoferta de estudiantes con títulos en las artes que no encontraban trabajos o no podían costear sus proyectos empresariales. El Gobierno redujo el apoyo monetario a departamentos universitarios de teatro, danza, música y cine al considerar que no brindaban un buen retorno social. Esta evaluación fatídica, que se enfoca en el valor monetario del sector, fue el resultado de una campaña de cabildeo del mismo sector cultural que intentó vender algo que no podía ofrecer: trabajos e ingresos adicionales. Debemos ser muy cuidadosos y no vender el sector cultural de manera simplista e inexacta, esto podría perjudicarnos a largo plazo y enviar un mensaje confuso a miles de jóvenes que están decidiendo su futuro laboral” (Stanziola, 22 de julio 2017).

Sea como sea, la economía creativa (o naranja, o como la queramos llamar) ha venido para quedarse y, por esa razón, hay autores que toman críticamente el concepto para retornarlo hacia un significado más holístico e integrador, para cargarlo de nuevo de humanidad, es decir, de seres humanos portadores de la creatividad que da origen a esta economía. Estos enfoques no se quedan ahí, sino que añaden el plus que supone contextualizar dichos procesos en las dinámicas de cambio en curso, revisitando asimismo el territorio como espacio de confluencia de estas transformaciones, un espacio materializado en la *ciudad creativa*, a la que ya me he referido páginas atrás.

Una de las exponentes más interesantes de este enfoque es la economista brasileña Ana Carla Fonseca. Dicha autora, en el estudio *Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo* (Itaú Cultural, 2008), nos recuerda que “*en términos económicos, la creatividad es un combustible renovable, cuyo inventario se incrementa con el uso*”. Por ello, ve en la economía creativa una oportunidad de rescatar al ciudadano (insertándolo socialmente) y al consumidor (incluyéndolo económicamente), por medio de un activo que emana de su propia formación, cultura y raíces, es decir, parte de una construcción “de abajo arriba” (primero la persona, luego la industria y ambas íntimamente ligadas e imposibles de disociar). “*Este escenario, donde coexisten el universo simbólico y el mundo concreto, es lo que transmuta la creatividad en catalizador de valor económico*”.

Ahora bien, y siguiendo con esta autora, el logro de la sostenibilidad de la producción cultural depende de la capacitación de los talentos, de que esa producción o tradición circule y que el acceso a esa producción se garantice; factores, por otra parte, no fáciles de lograr. Así, señala que "... *cuanto más sencillos y vulnerables son los pueblos, menos perciben la enorme diferencia entre el valor de lo que producen y el precio que establecen, entre las esferas simbólica y económica de la cultura*". Es por ello que "*aprendices de oficios culturales milenarios y jóvenes talentos de los nuevos medios tienen que abdicar de su producción cultural para dedicarse a otra profesión, debido a las dificultades de circulación y financiación de sus obras*".

Para entender esta realidad, Fonseca saca a la luz varios cuestionamientos a la concepción de la economía creativa, basándose en la evolución que ha tenido desde la iniciativa británica de finales de los años 90 para promover la identificación de las industrias con mayor potencial en términos de riqueza y generación de empleo. En el marco de la misma, se identificaron 13 sectores, las llamadas industrias creativas, entendidas como: "*industrias que tienen su origen en la creatividad, habilidad y talento individuales y que presentan un potencial para la creación de riqueza y empleos por medio de la generación y explotación de propiedad intelectual*." Esta iniciativa británica tuvo cuatro ejes principales: dar respuesta a un escenario socioeconómico global en transformación; identificar los sectores de mayor ventaja competitiva para el país y reordenar las prioridades públicas para fomentarlos; divulgar datos estadísticos reveladores de la representatividad de las industrias creativas en la riqueza nacional y reconocer el potencial de la producción creativa para proyectar una nueva imagen del país interna y externa. Por lo tanto, se fundamentó en la promoción de una industria creativa identificada como una de las industrias con mayor potencial económico (riqueza y empleo).

Otros países tomaron de referencia el programa británico, en su búsqueda de un nuevo paradigma socioeconómico, pero sin la necesaria traducción del concepto a sus propias realidades culturales, sociales y económicas. Y es ahí donde surgen los cuestionamientos a la economía creativa, aparte de la revisión crítica realizada por sus propios impulsores.

En primer lugar, con respecto al *protagonismo de la medición por encima de la conceptualización*. Ciertamente es que parte de la atención que despierta la economía creativa tiene su base en las estadísticas de impacto económico divulgadas por el sector, pero las estadísticas generales no revelan las particularidades sectoriales, raramente se pueden comparar los datos entre países, e incluso al tratarse de estadísticas nacionales, otro país puede apropiarse del monto relativo a los derechos de autor y servicios creativos. Es por ello que ha de pasar a un primer plano qué hay que medir (el concepto) y no cómo hay que medir (la praxis).

En segundo lugar, con respecto a la consideración de las especificidades del contexto. En la evolución del concepto de economía creativa (que se puede consultar en la Tabla anterior), se percibe que el sustrato común viene dado por la convergencia entre las nuevas tecnologías y la globalización; pero a ello se añade la *inadecuación de los actuales paradigmas socioeconómicos para manejar las discrepancias distributivas*, crear modelos sostenibles de inclusión económica y solucionar los problemas de violencia urbana, ambientales y sociales a nivel nacional y regional, permitiendo así que una nueva clase de agentes se integre al circuito económico, aunque, muchas veces, de manera informal.

"Estamos entrenados para no hablar sobre desigualdad. En un país que se jacta de "no estar con la derecha, tampoco con la izquierda", los problemas de distribución de recursos, ingresos

y riqueza se resuelven con tres Ave Marías, un billete de lotería o preservando la herencia de los abuelos”... “Este entrenamiento ocurre a nivel mundial y hasta en las profesiones que deberían estar liderando conversaciones sobre el tema. Por ejemplo, la mayoría de los economistas reconoce no tener respuestas a los problemas de distribución” (Stanziola, 7 de febrero 2018).

Un tercer cuestionamiento hace hincapié en su grado de novedad. Si se entiende como una sencilla reordenación de sectores en una categoría acuñada como “industrias creativas”, no hay novedad. Ahora bien, *“la novedad está en el reconocimiento de que el contexto formado por la convergencia de tecnologías, la globalización y la insatisfacción ante el actual escenario socioeconómico mundial atribuye a la creatividad el papel de motivar y fundamentar nuevos modelos de negocios, procesos organizacionales y una arquitectura institucional que galvaniza los sectores y los agentes”.*

Ante estas realidades, el gran reto pasa, por lo tanto, por encontrar *“un modelo de economía creativa que aúne el crecimiento del país y la recompensa a los productores creativos en la misma proporción que se vale de sus talentos”.*

Particularmente en los países en vías de desarrollo, los retos que abre la economía creativa se focalizan en los siguientes aspectos: *gobernanza, financiación y comercio global*. En el ámbito de la gobernanza: la articulación de un pacto social, económico y político entre los sectores público, privado, la sociedad civil, la academia y los organismos multilaterales, en el que cada uno juega un rol muy claro (gobernanza), que dote de personas responsables técnicamente formadas, políticas integradas y coherencia entre las políticas declaradas, su implementación y sus resultados; la alineación de las políticas públicas sectoriales en una trayectoria común, considerando la transversalidad de las industrias creativas; la identificación de las necesidades y potencialidades de cada agente privado y del tercer sector, posicionándose acerca de qué intereses debe representar; la garantía de que haya una visión compartida entre las esferas local, provincial o regional y nacional; y la promoción del equilibrio entre la producción, la distribución y el consumo creativos.

En el ámbito de la financiación: a la ausencia de un modelo de valoración del patrimonio creativo intangible se añaden dificultades para realizar pre-pruebas de mercado con gran parte de los productos creativos y claramente de los servicios creativos; incapacidad de estimación de los derechos de propiedad intelectual; carencia de otros instrumentos capaces de evaluar el impacto de las industrias creativas en los demás sectores económicos. Como resultado, las acciones creativas se suelen asociar a las de alto riesgo, por lo que las tasas de interés son muy elevadas.

Y en el ámbito del comercio global, el principal reto se centra en lograr un reparto más equitativo de los beneficios de ese comercio, puesto que se concentra fuertemente en algunos pocos países (Itaú Cultural, 2008).

El experto mexicano Carlos Villaseñor expresa también sus reservas sobre la deriva a la que pueden conducir las nociones más extendidas de economía creativa, al señalar que las interpretaciones economicistas de la cultura, si bien es cierto que ha propiciado que nuevos actores de la vida política y económica miraran con un nuevo interés al sector cultura, *“con el tiempo -junto con otras aportaciones conceptuales, como la de la economía naranja- han venido incrementando la presión para reorientar las políticas culturales hacia el fomento de aquellas actividades que mejores perspectivas tengan de producir rendimientos económicos y*

para que los actores culturales se auto representen bajo la lógica del emprendimiento cultural, en detrimento de los recursos destinados a las actividades características del sector y del desarrollo cultural en general” (Villaseñor, 2018).

Otro autor digno de mención es el chileno Leonardo Ordóñez, director de la Fundación Santiago Creativo y que, al igual que los anteriores, compagina la producción de pensamiento con la intervención en el terreno, desde miradas integradoras y sensibles a la realidad de cambios. Para Ordóñez *“la Economía Creativa es el sector de la economía que involucra la generación de ideas y conocimiento. Considera a la industria cultural-creativa y la economía del conocimiento. Se puede entender como una herramienta de desarrollo económico que se fundamenta en la generación de nuevas ideas. Estas potencian el desarrollo y el crecimiento económico, principalmente la generación de empleos, las exportaciones, la inclusión social, la diversidad cultural y la felicidad, como principales efectos (Fundación Santiago Creativo, 2018).*

Citando a Christian Felber y su libro: “La Economía del Bien Común”, Ordóñez coincide con este autor en que el origen de la economía creativa procede del momento en que las antiguas tradiciones de trabajo cultural e industrial (diseño, elaboración, decoración y representación) empezaron a dialogar con un rango mayor de actividades productivas modernas (publicidad, diseño de ropa, diseño gráfico, etc.), adquiriendo su mayor alcance gracias al poder de la tecnología digital (Fundación Santiago Creativo, 2018). Ana Carla Fonseca, en su artículo “Economía creativa, ciudades y el futuro del trabajo”, considera sin embargo que la economía creativa tiene su origen en la revolución tecnológica, cuando la creatividad se convierte en el activo económico más importante del presente siglo, en su calidad de antídoto a la trampa que representa la *“commoditización”* de la economía, al utilizar la creatividad para generar propuestas, productos y servicios con diferenciación y valor añadido, toda vez que no es copiable. Se puede copiar el producto de esa creatividad, pero no su fuente. *“Estimular y nutrir el talento creativo, en todos los sectores, es entonces vital para la prosperidad y para sostener un modelo económico más incluyente y sostenible que los actuales” (Santiago Creativo, 2018).*

De ese modo, la economía creativa no puede limitarse a ser encerrada en un sector específico, sino que -frente a una situación de transformaciones disruptivas en el mundo laboral y la previsible desaparición de muchos de los empleos que hoy conocemos- está llamada a convertirse en la base de las nuevas actividades productivas, que si algo van a requerir es *talento creativo* para encontrar soluciones a nuevos y viejos retos complejos. Y he aquí su relevancia y fuerza con vistas a ubicar de nuevo el tándem cultura-creatividad en el espacio central del debate y de la acción política, dentro de un mundo y un siglo plagado de incertezas. Así, la frontera entre sectores creativos y no creativos es porosa, dado que la creatividad es un recurso transversal y de aplicación necesaria en cualquier tipo de sector, sea tradicional o no; ello explica que el enfoque se esté trasladando progresivamente *desde las industrias creativas hacia el talento creativo*. Trabajos creativos requieren, por otra parte, de *territorios creativos*, estableciéndose una relación simbiótica entre este tipo de economía y las ciudades que la acogen, promueven y ofrecen las condiciones para mantener y atraer talentos, dado que la creatividad no es un proceso solitario sino colaborativo (Fundación Santiago Creativo, 2018).

En una dirección parecida, Carlos Villaseñor recalca el carácter transversal y no sectorial de los oficios propios de la economía creativa, dado que *“las personas que son portadores de un oficio creativo no solo se desempeñan en áreas culturales o artísticas, sino que son transversales a la economía del país, contribuyendo con su creatividad al éxito de otros sectores como el de la*

construcción, el automotriz o el turístico, por mencionar solamente algunos, que son importantes motores de desarrollo” (Fundación Santiago Creativo, 2018).

El propio Felipe Buitrago, coautor del libro y concepto de economía naranja, apela a esta economía como un espacio de hibridación y de horizontes extendidos en los cuales el talento creativo es el motor, cuando afirma que *“ninguna gran obra surge del vacío, todas son el resultado directo e indirecto de múltiples encuentros amorosos entre lo tradicional y lo moderno, lo convencional y lo revolucionario, lo mejor y lo peor. El segundo paso es facilitar que las ideas de los jóvenes se “contaminen” con todo tipo de ideas. Entre más, mejor. Esto significa educación de calidad, espacios culturales (físicos y virtuales) para entrar en contacto con el mundo, y las herramientas para practicar y desarrollar el talento; desde instrumentos musicales hasta conexión a Internet”* (Fundación Santiago Creativo, 2018).

Todo lo anterior expresa las tensiones existentes -tanto a nivel de la teoría como, veremos después, de la política, de la medición estadística y de la práctica- entre dos grandes polos, que habrían de integrarse de un modo más explícito en el análisis de los discursos y prácticas del eje economía/cultura: el primero atañe a los modelos de desarrollo sobre los cuales se construye e interpreta la dimensión cultural (desarrollo económico-economicista/desarrollo humano), mientras que el segundo se refiere a la dualidad entre la dimensión transversal/generalista de la cultura y la específicamente sectorial, que visualiza la cultura como un campo especializado y distinto del resto. Economizar la cultura o culturizar la economía es lo que está centrando los debates contemporáneos al respecto, unos debates en los que se hace indispensable profundizar cuando enfrentamos un marco de transformaciones que pulverizan buena parte de las categorías utilizadas hasta ahora para comprender e intervenir sobre estas realidades.

Arturo Rodríguez Morató, en su introducción al reciente libro “La nueva sociología de las artes”, pone de manifiesto esta segunda dualidad al afirmar que las artes *“impregnan otras prácticas sociales e influyen en su conformación, se expanden y diversifican. Pero al mismo tiempo, y como resultado del mismo proceso, también se desacralizan, perdiendo pureza y autonomía. En grado diferente, las prácticas artísticas se entrelazan a la de otros múltiples actores ajenos a los intereses y lógicas del arte. Y las propias prácticas artísticas se redefinen a menudo como híbridas o, más en general, toman conciencia de su consustancial hibridez”... “se tornan ubicuas y devienen importantes. Pero en su extremada diversificación actual, dejan de acomodarse a modelos simples y estables, de ofrecer un relato integrador (García Canclini, 2010) y se hacen, así, relativamente opacas”*. (Rodríguez Morató, 2017).

No hace falta añadir mucho más para tener claro que nos encontramos frente a un debate (teórico y político) decisivo y en construcción, en el cual confluyen posiciones diferentes y hasta opuestas, con hegemonías y narrativas repartidas en función de los correspondientes espacios de incidencia (macroeconómicos, institucionales y de pensamiento/acción crítica, mayormente vinculados a lo local). Un debate abierto que, eso sí, se asienta en la centralidad del cambio.

No obstante, la información recogida en el capítulo 3 (dedicado a recopilar las definiciones y estadísticas de la cultura como sector, así como a visualizar la relación entre las mismas y la realidad de los emprendedores), está basada en el primero de los enfoques aquí recogidos: lo prioritario es la medición macroeconómica. Por ello, y en función de su apuesta, es el único que de momento aporta o intenta aportar definiciones operativas y datos de algún tipo, lo cual lo ha instalado en el espacio donde gravita el discurso dominante.

¿Pero se consigue con ello, al menos, deslindar el objeto de medición? Lo valoraremos en el siguiente capítulo.

2.5 Recapitulación

La extensión y complejidad de los apartados anteriores se resume en esta recapitulación, que no pretende sustituir el recorrido realizado sobre los conceptos de cultura, desarrollo y emprendimiento, así como sobre sus interrelaciones, pero sí identificar los elementos clave de la evolución que han experimentado.

La evolución desde mediados del siglo XX de los conceptos de cultura y desarrollo, descrita en este capítulo no ha sido lineal, sino que pone de manifiesto una pugna entre diversas corrientes, perspectivas y posicionamientos, en la que se vislumbran elementos comunes y diferenciales, pero sobre todo una visión de cambio, al albor de las transformaciones sociales y económicas que paralelamente se ha ido produciendo.

El análisis de la cultura durante el último siglo no puede realizarse sin tener en cuenta conjuntamente la significación de los medios de comunicación de masas y del mercado. Es entonces cuando aparece la *teoría de la cultura de masas*, que tiende a considerar a las audiencias como masas "sin paladar por la cultura": pasivas, vulnerables, manipulables y explotables, fácil presa de la publicidad consumista y de la propaganda política. Este concepto se desdobra entre la cultura popular (tradicional) y la cultura de masas (industrial/comercial), imponiéndose esta última hasta finales de siglo, y conviviendo con la denominada *alta cultura* (campo cultural minoritario o de vanguardia, en el que se incluyen los consagrados, que imponen las reglas del juego y tienen mayor reconocimiento, y los aspirantes). En esta época se identifica la relación entre el consumo cultural y la estructura de clases como elemento clave de las tensiones entre las diferentes perspectivas, que sostiene que los determinantes de las formas de consumo cultural, que permiten a las personas construir e interpretar el mundo social de forma diversa, están estrechamente unidos a la estratificación social. Esta visión ha sido muy criticada posteriormente, entre otras, por la *teoría de la onnivivoridad cultural*, que aboga por la aparición de grupos sociales que realizan un consumo cultural variado y omnívoro, sin atenerse a los criterios jerárquicos establecidos y que incrementan su tolerancia y su interés por la multiculturalidad.

En la línea de borrar la separación de la alta cultura y la cultura de masas, se avanza con la corriente de *Estudios Culturales* en otro elemento clave en este recorrido conceptual: la reivindicación del valor y la dignidad de la cultura popular. El público no es una masa homogénea y pasiva, surgiendo el concepto de audiencia activa: hay una ruptura radical entre los intereses de las instituciones económicas que producen formatos culturales y los intereses interpretativos de la audiencia, manifestándose una tensión entre el bloque de poder (el orden político, económico y cultural dominante) y el pueblo (conjunto de individuos socialmente percibidos, divididos transversalmente por la raza, el género, la clase, etc.).

Los últimos años del siglo XX y el nuevo siglo llegan acompañados de nuevas formas de estratificación cultural, en las que los límites que distinguen la alta cultura y la cultura popular siguen desdibujándose con el concepto de *cultura cool*, que introduce otro elemento clave: la disponibilidad de recursos condiciona el acceso a la cultura. La cultura cool imbrica íntimamente cultura y riqueza: los excluidos suelen ser excluidos por razones económicas, más

que por razones puramente culturales. Sin embargo, si bien es cierto que la tensión entre la alta cultura y la cultura popular ya ha perdido vigencia, eso no significa que se haya avanzado en una democratización general de la cultura.

En este devenir, el protagonismo actualmente se manifiesta en la *cultura digital*. El nacimiento y desarrollo de la sociedad de la información ha traído consigo, a lo largo del presente siglo, una transformación estructural de las relaciones de producción, de las relaciones de poder y de las relaciones de experiencia, que conllevan una modificación de las formas sociales del espacio y el tiempo y la aparición de una nueva cultura: la cultura de la virtualidad. El vertiginoso cambio en la forma de comunicarnos de las dos últimas décadas ha sido radical hacia una hegemonía de la comunicación y conectividad audiovisual-digital. El desarrollo de la cultura digital asoma más elementos que resultan clave en nuestro recorrido: se tornan borrosas las fronteras entre la producción, la circulación y la apropiación cultural, así los usuarios consumidores pueden crear y subir sus propios contenidos en la red, que pueden ser compartidos, transformados, ampliados por otros consumidores; se pasa de una creación tradicional basada en un solo centro de autoridad a una red de creación cuyas partes están conectadas entre sí mediante relaciones no-jerárquicas, así es posible desarrollar proyectos entre numerosas personas, de lugares geográficos y culturas muy diversas; se hace difícil mantener el equilibrio entre la protección del trabajo de los productores y la concepción de la cultura y el conocimiento como bien público en el marco del proceso de comercialización creciente de Internet y la cultura digital, surgiendo con revitalizada fuerza las *leyes del copyright* amparando los derechos de autor y, en contraposición, el *movimiento open*, como una alternativa para, en lugar de restringir, incrementar el consumo y permitir los usos derivados de la producción cultural; se encienden las alertas sobre la guerra por el poder de contenidos instalada en la industria de los intercambios digitales, detrás de las cuales se libra una batalla por la instalación de una nueva cultura de masas, *la cultura mainstream* o el *soft power*, concebida como cultura global, un negocio para divertir a todos.

La cultura digital ha traído consigo una transformación social que afecta a las dimensiones del lenguaje, las prácticas culturales, la participación en la cultura y sus propios contenidos. En cuanto al lenguaje, la hegemonía del lenguaje digital afecta a nuestra manera de comunicación cotidiana, desbancando la comunicación escrita en la conceptualización cultural y borrando las barreras entre los espacios y campos de la cultura o entre el productor y consumidor cultural, pero sobre todo produciendo *metacultura*, un proceso de creciente integración de todas las formas culturales, pasadas y presentes, propiciado por Internet, que ahora se encuentran accesibles al individuo mediante su conexión a una pantalla. En este contexto, se identifican elementos clave que producen desigualdades que coexisten en el acceso a la cultura: existe una correlación inversa del uso del ordenador e Internet con la edad, así los más jóvenes son los mayores usuarios; la penetración del ordenador y de Internet está relacionado con los ingresos netos del hogar, el nivel educativo y la ocupación, de modo que a mayores ingresos y/o mayor nivel educativo, mayor utilización de ambos; la utilización de las TIC está directamente relacionada con la ocupación de la persona y con el hecho de ser activa o no, así las que se dedican a las tareas del hogar o las que están jubiladas presentan los porcentajes más reducidos, y estas variables se cruzan y potencian con la edad, mostrando adicionalmente el efecto generacional.

Siguiendo con las prácticas culturales, algunos estudios culturales, ratificados por la observancia de la realidad, fundamentan otros elementos clave condicionantes del consumo

cultural a tener en cuenta en este recorrido. En primer lugar: el consumo cultural está diferenciado por género, edad y otras variables sociodemográficas. A la variable edad, claramente diferenciadora entre jóvenes, personas jubiladas y las generaciones intermedias, se suma el sexo / el género, que fundamentan el análisis de diversidad de preferencias basadas en las desigualdades de género y en las desigualdades del colectivo femenino, aunque con tendencia general de que las mujeres son culturalmente más activas que los hombres y más omnívoras; y también los flujos migratorios y la creación de un mundo multicultural, a caballo entre los marcos culturales propios y los de la población receptora. La diversidad étnica constituye, asimismo, especialmente en Latinoamérica, un factor clave para explicar las diferentes prácticas culturales pero, sobre todo, la estratificación social existente en los procesos de creación, producción y consumo cultural. Amplias (y mayoritariamente marginadas) poblaciones indígenas y afrodescendientes constituyen comunidades con gran riqueza simbólica que, sin embargo, cuentan con muy escasa participación como agentes culturales reconocidos.

En segundo lugar, a todo esto se añade, como elemento clave de las prácticas culturales la constatación de que el consumo cultural se encuentra estratificado por la educación, los ingresos y el estatus social, mostrando mayor dominancia los dos primeros que el tercero en los tiempos actuales.

Todo lo anterior, naturalmente, ha venido acompañado de la necesidad de redefinir las políticas culturales, de manera que se incorporen a la misma elementos clave que pueden resultar contradictorios, pero absolutamente vigentes en las transformaciones asociadas a la cultura digital: lo mundial pero también lo local, el individuo pero también la comunidad. Así, se esperaría la aplicación de un enfoque sistémico e integrador en la definición de las políticas, un enfoque holístico y abarcador de la complejidad, en el que se hiciera compatible el acceso al capital cultural común y la construcción de una diversidad que sea reconocida pero también compartida.

No obstante, en este recorrido sobre el concepto sociológico de la cultura no es posible delimitar claramente cómo integrar en estos modelos y reflexiones los enfoques de la diversidad cultural y las jerarquías sociales fundamentadas en factores claves como la etnia y el género. Para equilibrar perspectivas, no basta que las mujeres -y otros grupos sociales tradicionalmente excluidos- razonen y transfieran sus experiencias sobre sí mismos, sino que han de hacerlo sobre los otros y sobre el conjunto; falta lenguaje, depuración de conceptos y, en definitiva, tiempo para transferir la experiencia de la vida a las ideas.

Esta proliferación conceptual en torno a la cultura no se ha producido aisladamente, sino que forma parte del proceso de transformación y cambio socioeconómico que se ha venido experimentando desde mediados del siglo pasado, y que encuentra otra importante expresión en el concepto de desarrollo. Concepto este que, a diferencia del de cultura, ha tenido una evolución más progresiva, en la que pueden apreciarse dos grandes líneas teóricas. Las teorías “duras” del desarrollo, que consideran este como un proceso estrictamente económico, y las teorías “amables” del desarrollo, en las que se incorporan elementos de cooperación entre los individuos, reflexiones sobre el desarrollo sostenible, el enfoque de la satisfacción de las necesidades humanas y el desarrollo humano (en el que los aspectos económicos también se incluyen, aunque no prevalecen); es decir, en las que las personas dejan de ser meros objetos para pasar a ser sujetos de desarrollo.

Las teorías duras del desarrollo aparecieron en los años 40 y han marcado las políticas públicas de los países desde la segunda mitad del siglo XX. Bajo esta perspectiva economicista, el desarrollo se entiende en términos de crecimiento económico (de PIB o renta per cápita), pero deja fuera actividades productivas no reconocidas (trabajo de los hogares, economía del cuidado) y a las personas como objetos y sujetos del desarrollo. En este contexto, la cultura se entiende como un instrumento más al servicio del crecimiento económico, obviándose aspectos básicos del bienestar de las personas, como el acceso a la salud, los derechos humanos, la igualdad de género, la diversidad cultural, la seguridad o la paz, e incluso las perspectivas que asocian el desarrollo a las dinámicas territoriales (bajo las cuales, posteriormente, las personas comienzan a percibirse como sujetos parte del desarrollo, no solo como objetos de este proceso) y el papel de la cultura como generadora de la identidad socio-territorial.

Sin embargo, las nociones más avanzadas del desarrollo se han ido ampliando hacia una perspectiva más integradora, entendido como un proceso dinámico, que engloba múltiples factores (económicos y no económicos), que parte del territorio (sus recursos, su población, su base material, sus culturas,...) y que también tiene influencias externas (globalización, Sociedad de la Información, políticas estatales e internacionales que le impactan). Es, en primer lugar, un concepto multidimensional, que contempla no solo las dimensiones económico-empresarial, territorial/medioambiental y político-institucional, sino también la dimensión socio-cultural, en la que se considera a las personas y las comunidades, sus talentos y necesidades, la cultura y la diversidad. También es un concepto asentado y ligado estrechamente a la noción de territorio, que se sustenta en la puesta en valor de todos los recursos y capacidades disponibles y no solamente en lo propio; particularmente el concepto de desarrollo económico, aunque heredero de la noción de mercado del desarrollo, ha tenido un papel crucial en la mejora de los territorios, otorgando una posición de valor, entre otros, al emprendimiento, y de forma incipiente, aunque todavía con fuertes tintes de segregación económica, al género. Y finalmente es un concepto en el que confluyen y conviven elementos propios de la globalidad junto con elementos territoriales, convirtiendo al espacio local en un lugar donde se concreta la globalización económica a la vez que las resistencias a ella; espacio local que, por otra parte, se vuelve eminentemente urbano, convirtiendo a las ciudades en entes globales, digitales, de conocimiento, creativas, inteligentes, multiculturales... pero en las que la ciudadanía está llamada a ser protagonista, a expresar sus necesidades y movilizar sus capacidades.

La progresión del concepto de desarrollo se encumbra, al menos desde un punto de vista conceptual, con la noción de desarrollo humano, en la que se ubica a las personas como los principales sujetos y objetos del desarrollo. Este concepto se basa en el desarrollo de las capacidades centrales de las personas como garantía hacia una vida plena; el desarrollo se fundamenta, de este modo, en la idea del aumento de la riqueza de la vida humana en lugar de la riqueza de la economía. Esta conceptualización del desarrollo llega acompañada por las recomendaciones de organismos internacionales, que abogan por incorporar un concepto de progreso multidimensional para abordar los retos de desarrollo, que trascienda los conceptos puramente económicos como criterios para medir el progreso de los países (incorporando otras dimensiones, como la longevidad y el conocimiento), y construir políticas integrales, intersectoriales y universales para poder dar respuesta a los problemas del desarrollo. Particularmente, las Naciones Unidas (PNUD y UNESCO) han jugado un papel central en la evolución y principales hitos desplegados en el debate en torno a la relación entre cultura, desarrollo y emprendimiento a partir de los años setenta, apoyando y promoviendo la

integración de las políticas culturales en las estrategias y políticas de desarrollo humano, con un notable tesón y acervo pero con un éxito desigual.

En este contexto surge con fuerza el enfoque de la sostenibilidad, que fundamenta la comprensión del desarrollo desde tres perspectivas estrechamente conectadas entre sí, la económica, la medioambiental y la social. Sin embargo, no pasa mucho tiempo antes de que se proponga añadir la cultura como la cuarta dimensión de la sostenibilidad. De hecho, en el último tercio del siglo XX, emerge una nueva concepción de cultura y política cultural en el escenario internacional como resultado de un gran pacto por una visión de cultura que pudiera conectar con las necesidades de desarrollo, respetando las múltiples identidades culturales y tomando en consideración la cultura como eje del mismo (enfoque de "Cultura y Desarrollo"). Tales planteamientos abren una nueva etapa en las narrativas y políticas públicas, insertada en el debate sobre el desarrollo humano e inclusivo, con resultados desiguales en la práctica, como veremos después.

En esa evolución la vertiente económica de la cultura no tarda en ganar relevancia. Una vertiente vinculada a la identificación y puesta en valor de riquezas (diversidad cultural, creatividad, patrimonio cultural), a las que se reconoce una enorme potencialidad para ampliar las fuentes de ingresos y el bienestar social de las personas y comunidades que las poseen. Un aprovechamiento económico de estos recursos que, no obstante, es indisociable de su contexto humano y cultural, puesto que la cultura, por importante que sea como instrumento del desarrollo, no puede ser relegada a una función subsidiaria de simple promotora del crecimiento económico.

Este enfoque cuatridimensional de la sostenibilidad encuentra en lo local su espacio por antonomasia para aterrizar y hacer viable los conceptos y estrategias de cultura y desarrollo, materializándose en iniciativas locales con la *Agenda 21*. En este contexto, el debate sobre la diversidad cultural se ha convertido en uno de los más decisivos en el campo del desarrollo local en tiempos recientes. En América Latina, este debate se centra la defensa de los derechos humanos, económicos y culturales de los pueblos indígenas; y es que el reconocimiento y el respeto de la diversidad cultural subyacen en el mismo concepto de desarrollo multidimensional que se ha venido introduciendo.

La relevancia de la cultura en el desarrollo no logra, sin embargo, ser reconocida en la *Agenda para el Desarrollo Sostenible 2030*, en la que se definen los ODS para los próximos años, lo cual concita una reflexión crucial, y aún abierta, sobre sus causas. El temor de los Gobiernos por la dimensión cultural de algunos conflictos, la dificultad de aceptar la diversidad cultural más allá de la corrección política, la baja influencia de la UNESCO en el núcleo principal de pensamiento y decisión de las Naciones Unidas o el hecho de que el concepto de sostenibilidad no tenga una buena traducción en el sector cultural son algunas de las causas apuntadas para ello.

El debate sobre el desarrollo sigue -por otra parte- su curso, cuestionando conceptos como el desarrollo sostenible, porque su objetivo no deja de ser el de continuar creciendo. La *teoría del decrecimiento sostenible* aboga por un uso más eficiente de los recursos, dándole a las economías tradicionales una hegemonía sobre los países desarrollados de alto consumo energético y poco sustentables; en este contexto un paso adelante sería incorporar lo local y la diversidad como elementos vitales de la transformación que ha de producirse. En esta línea crítica de la "insostenibilidad" del desarrollo, se abren paso nuevos y populares conceptos

provenientes de entornos empresariales y escuelas de negocios (*economía circular, economía azul, economía rosquilla*) que proponen, “desde adentro”, cuestionamientos radicales al sistema productivo y a los actuales modelos de vida basados en la tóxica idea de un progreso lineal e infinito donde reina la dictadura del PIB, modelos que resultan inviables social y ambientalmente. Cuestionamientos que, sin embargo, carecen completamente de referencias sobre el rol de la cultura. Desde un espacio muy distinto, el *postdesarrollo* fundamenta la necesidad de hacer visible el conocimiento producido por quienes supuestamente son los objetos del desarrollo para que puedan transformarse en sujetos y agentes.

A todo esto se añaden otras corrientes críticas relevantes para el marco conceptual de este trabajo. Por una parte, aquellas en las que el desarrollo se asocia a nociones como el bien vivir (frente al vivir mejor), que sitúan a las personas en el centro del desarrollo y se basan en la sostenibilidad de la vida. En este marco también, se asientan corrientes alternativas que ponen el centro en una mirada sobre las temáticas y actores invisibilizados bajo los actuales parámetros del desarrollo (sociología de las ausencias), cuestionan el denominado “pensamiento abismal” (que divide el mundo entre la zona del ser y la del no ser y propugnan la llamada ecología de saberes, que confronta la monocultura de la ciencia moderna y aporta una nueva interpretación del conocimiento, considerado este más como intervención en la realidad (y no tanto como representación de la realidad), en la que se hace preciso desarrollar algún tipo de articulación que enlace lo local y lo global.

Sin embargo, en los altibajos evolutivos del concepto de desarrollo, el espacio reservado para las mujeres se ha seguido limitando a los temas de corte social, pero con débil participación en los entornos de las decisiones y las oportunidades. La mirada género-sensitiva del desarrollo intenta, por tal razón, ir de la mano de una concepción del bienestar no solo multidimensional (que trasciende lo económico e, incluso, la propia noción tradicional de economía), sino también del empoderamiento social, económico, cultural y social de las mujeres, lo que incluye potenciar sus voces, experiencias y capacidad para transformar la narrativa social, haciéndola más incluyente. Es por ello que la clara confluencia del género con estas nuevas conceptualizaciones del desarrollo pasa por entender e interpretar el mundo desde la lógica de la sostenibilidad de la vida, desde la participación plena y equitativa de los sujetos (mujeres y hombres) y expresando toda su diversidad.

La mayoría de los conceptos tradicionales del desarrollo no son ajenos a la concepción dual del universo y la naturaleza (también la humana). Bajo este modelo: todo está hecho para segregarnos (eres de un partido, un equipo o una religión), lo que conduce a excluir y a consolidar jerarquías y genera un concepto de universalidad en el que no cabe casi nadie; metidos cada uno en nuestra isla, dejamos de ver las relaciones, los procesos y flujos, nos hacemos ciegos a las causas y manifestaciones profundas de las realidades sobre las que pretendemos incidir y perdemos así nuestra capacidad de actuar (aunque cierto es que la globalización y el uso intensivo de las TIC están produciendo cambios en ese enfoque); pero sigue siendo extrema la dificultad para generar sinergias positivas en la acción institucional, encontrándose que toda la acción pública está compartimentada (cuerpos, servicios, secciones, negociados, unidades, departamentos...), lo que dificulta tener una visión global de los procesos; en este contexto, lo femenino, lo recurrente, lo vital quedan relegados.

Esta visión dual de la realidad también se da entre la perspectiva de la cultura como economía y la cultura como derecho. Así, desde la perspectiva del desarrollo económico, se enfatiza el valor productivo de la cultura, mientras que desde la perspectiva del desarrollo humano, se

pone el acento en la potencialidad de la educación y la cultura como factores de inclusión y equidad social, y para promover y gestionar la diversidad cultural y la interculturalidad en el plano local. Y algo semejante sucede con la noción de emprendimiento, cuyo valor depende de si se asocia al motivo “de oportunidad o de necesidad”, e incluso con el emprendimiento cultural, que (bajo la hipótesis de la autora) será relevante y dotado de prestigio si es joven, masculino, urbano, “culto”, moderno, con educación superior, tecnológico y con vocación global, pero poco apreciado (o incluso despreciado) si es adulto, femenino, rural, “inculto”, sin estudios, tradicional, artesanal y local.

En este recorrido conceptual entra en juego la cultura como aliada e ingrediente clave del desarrollo multidimensional, acuñándose pronto el concepto “Cultura y Desarrollo”. Así lo corroboran numerosas instituciones, organizaciones y especialistas (entre las cuales destaca, por encima de todas, la UNESCO), que llevan ya muchos años aportando enfoques, recursos y prácticas que constituyen un sólido acervo desde el cual repensar el papel e importancia de la cultura en los procesos de desarrollo de países y comunidades. Ya sea desde ópticas ciudadanas, económicas, sociales o políticas, los distintos aportes muestran la relevancia de una pieza central, que en realidad es un todo, en la medida en que su contribución es transversal a todas las dimensiones del progreso humano. Baste recordar que la cultura se ha reconocido como el cuarto pilar del desarrollo sostenible, porque ella moldea lo que entendemos por desarrollo y determina la forma de actuar de las personas y colectividades.

La cultura, no obstante, se encuentra en el centro de las dicotomías y tensiones existentes entre de las dos principales posiciones del desarrollo. Así, desde los enfoques del desarrollo economicista cuya meta es continuar persistiendo en el crecimiento (desigual), se enfatiza en exclusiva el valor económico de la cultura, privilegiando su consideración de conglomerado industrial (*industrias creativas y culturales*), que comprende la conjunción entre cultura, economía, tecnología y globalización; en tanto que desde el paradigma del desarrollo humano se pone el acento en la potencialidad de la educación y la cultura como factores cruciales de inclusión y equidad social, para el cambio de valores, para “dar voz a los sin voz” y para promover y gestionar la diversidad cultural y la interculturalidad. Aunque también se deja entrever, al menos en apariencia, un discurso cada vez más integrador entre la perspectiva social e identitaria de la cultura y su perspectiva económica, que parte siempre del reconocimiento de su carácter específico y de la centralidad que debe reconocérsele en las agendas de desarrollo económico y humano.

Toda esta riqueza conceptual alrededor del concepto de desarrollo y del espacio primordial que se ha dado a la cultura en su progresión, sin embargo, no ha seguido la misma evolución en su implantación práctica. Hay que reconocer que la cultura no ha sido todavía capaz de calar de forma suficiente en el *mainstream* de los discursos y prácticas globales del desarrollo. Muestra de ello es el hecho de que en los ODS no se ha previsto un objetivo específico para la cultura, sino que esta se contempla de manera limitada en algunas de las metas pertenecientes a objetivos relacionados con la educación, la economía o las ciudades. En concreto, no se habla de diálogo de culturas (objetivo de la UNESCO durante años), en tanto que solo se reconoce la diversidad cultural a nivel mundial de forma muy genérica y solamente la meta 4.7 hace referencia a poner en valor la diversidad cultural y la aportación de la cultura al desarrollo; además, se aprecia una dificultad de aceptar la diversidad cultural más allá de una cierta corrección política y se detectan resistencias a entender la cultura como un factor imprescindible para el desarrollo en el siglo XXI, a reconocer el peso de la cultura en la

economía o su influencia en muchos conflictos contemporáneos; también se asocia la cultura al pasado o una visión tradicional, más que a un futuro deseable y el cultivo de la libertad y los derechos culturales; y, por último, tampoco se reconoce la aportación de la cultura al desarrollo.

Una última cuestión relacionada, tiene que ver con la evolución del concepto de economía creativa en el marco de las relaciones entre cultura y economía. La visibilización de las economías creativas como parte de la riqueza económica, el empleo y las fortalezas sociales de personas y comunidades ha sido un importante paso adelante, pero está requiriendo con urgencia de una revisión en sus planteamientos. Para entenderlo, cabe remontarse a la iniciativa australiana -y posteriormente británica- de finales de los años 90 para promover la identificación de las industrias con mayor potencial en términos de riqueza y generación de empleo, entre las que se incluyó la industria creativa. La referencia de este modelo para otros países y su intento de réplica puso de manifiesto ciertos cuestionamientos sobre el mismo: con respecto al protagonismo de la medición por encima de la conceptualización, ya que los problemas de comparabilidad entre países y la limitación del alcance de la información estadística hicieron que se abordara primero cómo medir antes de definir qué había que medir, distorsionando el resultado y encorsetando el tándem creatividad-cultura en términos muy reduccionistas; con respecto a la consideración de las especificidades del contexto, que trajo a la luz la necesidad de tener en cuenta las particularidades sociales y económicas en la conceptualización de la industria creativa para manejar así las discrepancias distributivas, crear modelos sostenibles de inclusión económica o solucionar los problemas de violencia, ambientales y sociales; y con respecto a su grado de novedad, dándole protagonismo a la creatividad entendida como la capacidad de motivar y fundamentar nuevos modelos de negocios, procesos organizacionales y una nueva arquitectura institucional.

En este contexto, uno de los retos para fomentar la cultura creativa, como una estrategia de desarrollo, es lograr que la recompensa a los productores creativos se distribuya en la misma proporción que la valía de sus talentos.

Los países en vías de desarrollo todavía se enfrentan a importantes retos para conseguir promover la economía creativa: retos en términos de gobernanza (articulación social e institucional, alineación de políticas sectoriales, identificación de necesidades y potencialidades del sector, consideración de lo local y promoción del equilibrio entre producción, distribución y consumo creativos); en términos de financiación (ausencia de un modelo de valoración del patrimonio creativo intangible); y en términos de comercio global (lograr un reparto más equitativo de los beneficios del comercio cultural fuertemente en algunos pocos países).

El debate sobre la economía creativa no ha dejado de ampliarse en los últimos años, reflejando en su curso las confluencias y desencuentros entre los distintos modelos de desarrollo (hegemónicos o contra hegemónicos) desde los que tratan de afrontarse las realidades del cambio social y productivo del mundo de hoy. Así, por ejemplo, para algunos (UNCTAD, OMPI) la economía creativa se concreta en un sector, más o menos difuso, que no obstante agrupa una serie de oficios específicos -culturales y tecnológicos- identificados por el hecho de que sus actividades estén sujetas a derechos de autor. Los hay (BID) que recogen, pero también ensanchan, esta definición y la popularizan como un gran nicho de oportunidades que puede transformar positivamente la situación de los países más pobres mediante el uso inteligente de esta infinita y democrática fuente de energía renovable para el desarrollo. En cambio para otros (especialistas procedentes sobre todo del campo local), interpretar la creatividad como motor

de las economías del siglo XXI, el ingrediente que aporta la diferencialidad y el valor añadido a los bienes y servicios, implica abogar por una nueva visión empoderadora de lo humano y lo local, que sitúa el cambio (globalización, revolución tecnológica) en el centro y que obliga a mutar la perspectiva tradicional del sector creativo hacia un talento creativo concebido como recurso transversal, que ha de estar inmerso -y cultivarse activamente- en todos los sectores y actividades de la economía. Desde el reconocimiento de la porosidad de las fronteras y de la transversalidad de un número cada vez mayor de actividades económicas y laborales caracterizadas por ser interdisciplinarias e “híbridas”, estas perspectivas emergentes recalcan la relevancia de situar este debate en el marco de los que se están llevando actualmente sobre el futuro del trabajo y de la organización social. Incidiendo de esa forma en la necesidad de recuperar las nociones de integralidad, diversidad, protagonismo de las personas (sujetos creativos) y sus realidades concretas, inclusión, equidad en el reparto de los beneficios y nuevos sistemas para gobernar y gestionar estos retos, que han de enlazarse forzosamente con la construcción de nuevos paradigmas.

Este repaso, sin perder de vista el objetivo que me he planteado al inicio de este capítulo, me ha proporcionado elementos clave para dibujar de manera cada vez más nítida la figura del emprendedor o emprendedora cultural (que es a donde quiero llegar) y para dar respuesta a las preguntas que verdaderamente deseo responder con este recorrido: qué cultura se emprende, quién emprende cultura, cómo lo hace, cómo se relaciona la cultura y el desarrollo en la progresión que han seguido ambos conceptos, qué espacio le queda al emprendimiento en esa relación y cómo este se ve atravesado por las realidades del cambio. El emprendimiento cultural aparece como uno de los vórtices de las tensiones y transformaciones que se han sucedido en los conceptos de “Cultura y Desarrollo”, y en sus interrelaciones, así como en el de la economía creativa. Por tanto, el emprendimiento cultural se incardina en la relación entre desarrollo, cultura, creatividad y economía, convirtiéndose en la expresión o materialización práctica de hasta donde se puede llegar en la combinación del ejercicio de la libertad y el derecho a la cultura, y la aportación a la economía y el desarrollo, cuando se da a la persona creadora un papel de sujeto protagonista del desarrollo.

Es este marco teórico el que me da pie a introducir los siguientes capítulos de esta investigación, reteniendo algunos elementos que interpreto como claves a la hora de centrar mi mirada sobre los datos, políticas y discursos que iré desgranando a lo largo de este trabajo.

Para disponer de información acerca de estas cuestiones, abordaré seguidamente en el capítulo 3 la dimensión cuantitativa (macro) de la economía/sector cultural (y, donde sea posible, el creativo), profundizando en su definición y medición económica y estadística, junto a la cualitativa (micro) de quienes emprenden cultura y los agentes que apoyan el emprendimiento cultural, a fin de identificar los contrastes entre ambas. En segundo lugar, en el capítulo 4 realizaré una sistematización de las políticas vigentes, lo que posibilitará calibrar su mayor o menor cercanía o distancia con los abordajes de este marco teórico. Haré un recorrido por las políticas culturales de un conjunto de países de América Latina (y de España), tratando de responder a preguntas básicas que nos permitan situarnos en contexto: ¿Qué son las políticas culturales? ¿Desde qué modelo de pensamiento se construyen? ¿Qué lugar ocupan entre las prioridades políticas? ¿En qué principios se fundamentan? ¿Qué objetivos tienen? ¿A quiénes se dirigen? ¿Cómo se articulan? ¿Cómo se diseñan y gestionan?

En el capítulo 5, como es lógico el más amplio de todos, indagaré a fondo y de manera contextualizada en la realidad panameña (atendiendo a los datos, hechos y relatos) y, finalmente, cerraré la tesis con el capítulo 6, donde regresaré de nuevo al marco conceptual y de políticas para confrontar las realidades observadas y establecer algunos hallazgos y conclusiones en relación a todo ello.

3. Panorama general del sector cultural en términos económicos y del emprendimiento

“Las transformaciones asociadas con la globalización y la creciente interacción no significan el final de los espacios locales ni el fin de la geografía. Al contrario, pronto quedó claro que lo local sigue siendo relevante y, quizá, aún incluso más”.

Manuel Castells

Tras el recorrido conceptual al que se ha dedicado el capítulo anterior, en este apartado paso a aportar una visión panorámica de las realidades actuales de la economía y el emprendimiento en cultura, tal y como aparece definida en función de unas fuentes de información que, como hemos podido apreciar, se encuentran fuertemente sesgadas. Para ello he elegido hacerlo desde una doble perspectiva: la primera de carácter macro (de tipo “telescópico”), donde se realiza un repaso de las actividades o dominios que este comprende (apartado 3.1), junto a una selección de cifras que resumen la relevancia cuantitativa del sector cultural en las economías, particularizando en la visión del nivel regional LAC y de cuatro países, tres latinoamericanos (México, Colombia, Costa Rica) y uno europeo (España) (apartado 3.2).

La segunda perspectiva que abordo en esta mirada del contexto es de carácter “microscópico”, identificando las especificidades, fortalezas y barreras que experimentan los agentes que trabajan a favor del emprendimiento cultural y, claro está, los propios emprendedores (apartado 3.3). Será posible de esa manera ver si existen o no brechas entre la realidad y los lentes que utilizamos para caracterizarla.

3.1 ¿Qué actividades comprende el sector cultural?

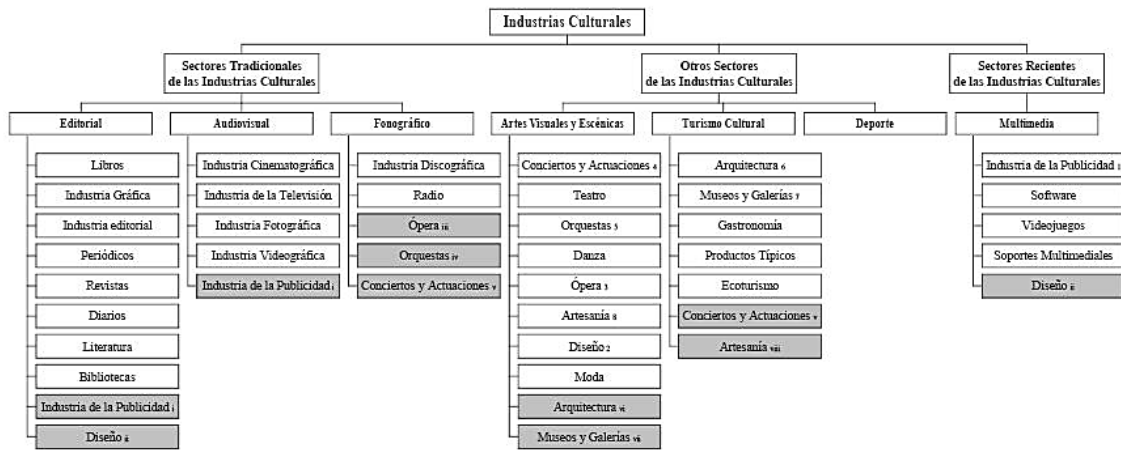
En primer lugar, me detendré a describir las clasificaciones más comunes o extendidas de aquellos ámbitos que comprende mi sector de análisis (aclarando que se trata de una selección pues he encontrado en la búsqueda bastantes más). Algo que me lleva de inmediato a comprobar que no existe un consenso claro, dado que cada institución establece categorías diferentes, lo cual hace de estas actividades (que, en varios casos, aparecen junto a las llamadas creativas) un entramado de fronteras muy difusas y, como hemos adelantado ya y veremos más adelante, nada fáciles de operativizar bajo criterios compartidos.

Para el presente apartado se presentan las clasificaciones relevantes de *BID*, *UNCTAD*, *OMPI*, *Unión Europea*, *España* y *UNESCO* por este orden.

Clasificación sectorial de las Industrias Culturales del BID

Dentro de las denominadas Industrias Culturales, el *Banco Interamericano de Desarrollo (BID)* incluye tanto los bienes y servicios que habitualmente se ubican dentro de las políticas culturales tradicionales (artes escénicas y visuales, la literatura, música, cinematografía, artesanía, patrimonio cultural medios masivos de comunicación), como los servicios creativos (publicidad, arquitectura, diseño, moda, video, programas informáticos interactivos de ocio, artes de la interpretación y ejecución, fotografía y servicios informáticos) y el deporte.

Ilustración 1. Clasificación sectorial de las industrias culturales proporcionada por el BID

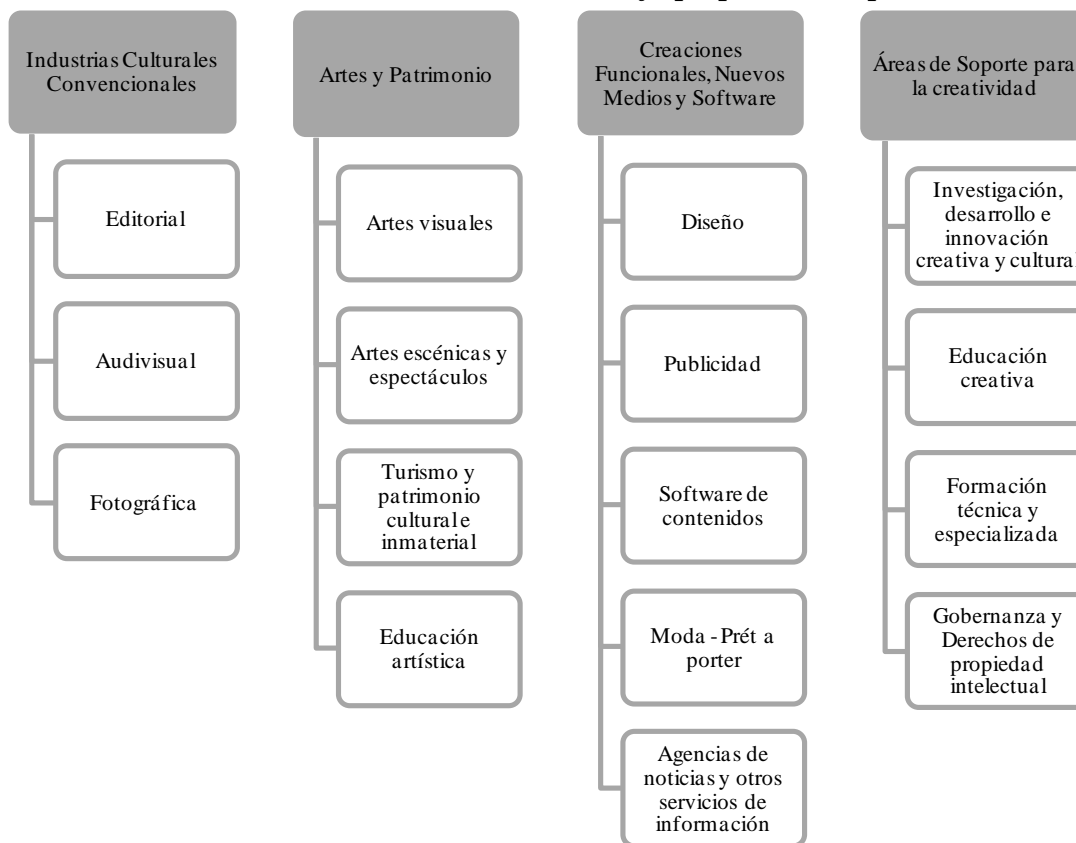


ⁱ La industria de la publicidad pertenece primariamente al sector multimedia y secundariamente a los sectores editorial y audiovisual.
ⁱⁱ El diseño pertenece primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente a los sectores editorial y multimedia.
ⁱⁱⁱ La ópera pertenece primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico.
^{iv} Las orquestas pertenecen primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico.
^v Los conciertos y actuaciones pertenecen primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente a los sectores fonográfico y de turismo cultural.
^{vi} La arquitectura pertenece primariamente al sector de turismo cultural y secundariamente al sector de artes visuales y escénicas.
^{vii} Los museos y galerías pertenecen primariamente al sector de turismo cultural y secundariamente al sector de artes visuales y escénicas.
^{viii} La artesanía pertenece primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector de turismo cultural.

Fuente: SELA, 2011

Esta definición se revisó en 2013 dando lugar a la que aparece a continuación, que ha sido referencia para investigaciones posteriores en la materia. La clasificación se extiende ahora a la denominada “economía naranja” (ya referida en el capítulo anterior), que añade algunas actividades no comprendidas en la clasificación anterior pero, sobre todo, las reorganiza en torno al concepto por el que el BID está apostando tanto en sus narrativas como en sus políticas dentro de la región en lo que atañe a este sector.

Ilustración 2. Definición de *economía naranja* proporcionada por el BID



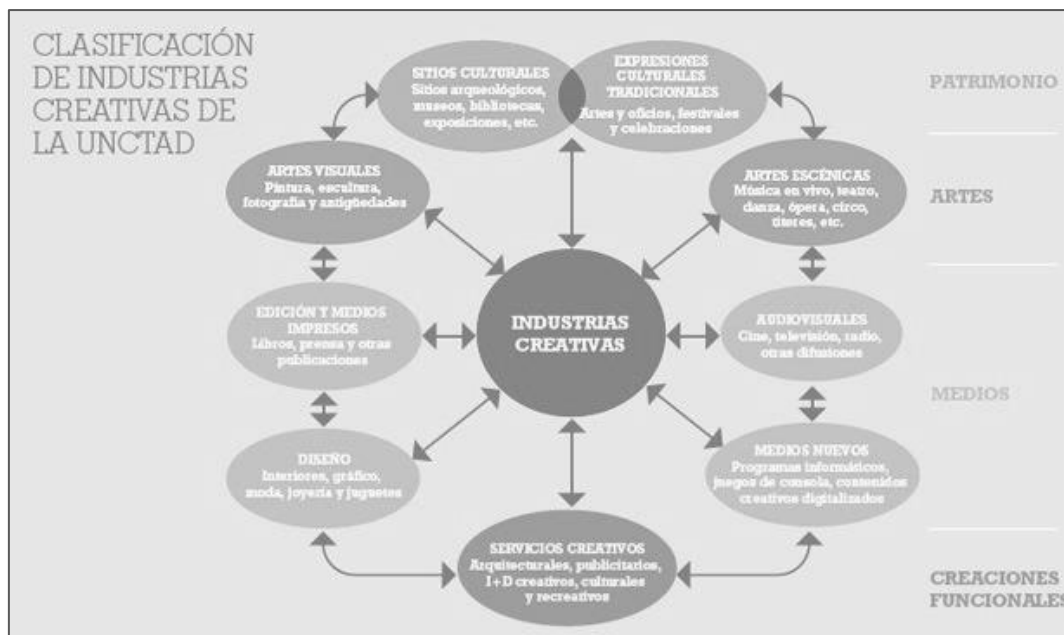
Fuente: BID, 2013.

UNCTAD

La clasificación de las industrias creativas de la *UNCTAD* divide este sector en cuatro grandes grupos: patrimonio, artes, medios de comunicación y creaciones funcionales. Estos grupos a su vez se subdividen en nueve subgrupos.

- **Patrimonio Cultural.** Se identifica la herencia cultural como el origen de todas las formas de arte y el alma de todas las industrias culturales y creativas. Este patrimonio trae consigo los aspectos culturales de la historia, la antropología, la etnia, la estética, los puntos de vista sociales y las influencias de la creatividad.
- **Artes.** Incluye las industrias culturales basadas puramente en el arte y la cultura. El trabajo artístico se inspira en el patrimonio.
- **Medios de Comunicación.** Este grupo trata de los productos creativos de contenido que tienen el propósito de comunicación para grandes audiencias.
- **Creaciones Funcionales.** Son las actividades que tradicionalmente no forman parte de la cultura, pero definen su relación con el consumidor a partir de su valor simbólico en lugar de su valor de uso.

Ilustración 3. Clasificación de las Industrias creativas de la UNCTAD

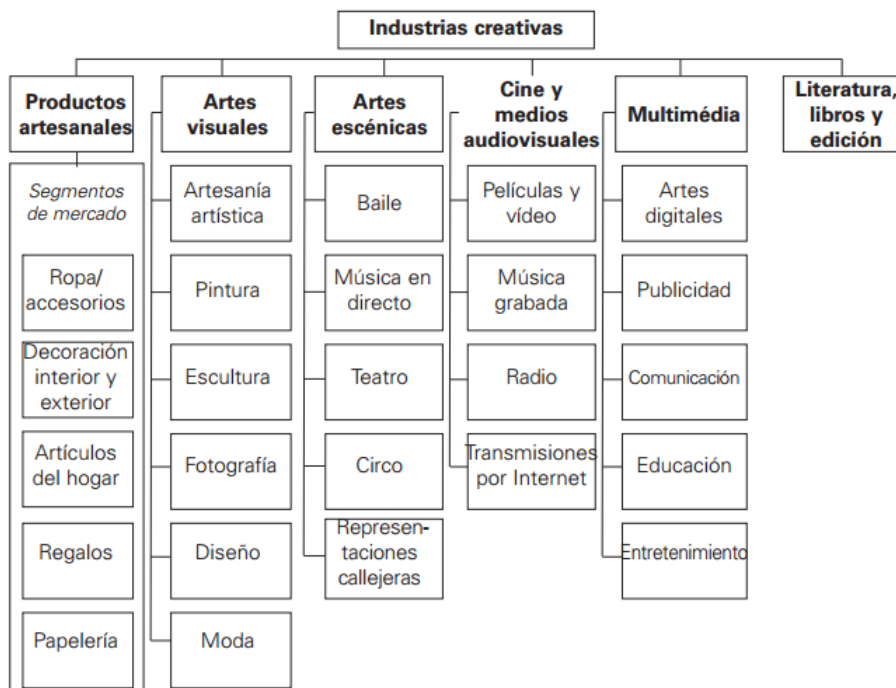


Fuente: UNCTAD, 2008

OMPI

Otra clasificación que se considera, por su importancia para las comparaciones internacionales, es la guía propuesta por la *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)*, también considerada como WIPO por sus siglas en inglés⁹.

Ilustración 4. Clasificación de las Industrias creativas de la OMPI



Fuente: OMPI, 2014

⁹ Utilizaré las siglas en inglés (WIPO) para referenciar todas las publicaciones consultadas que han sido realizadas por esta Organización.

Unión Europea (UE)

La *Unión Europea* plantea cuatro círculos o niveles de las actividades relacionadas con la cultura (Comisión Europea, 2006) que facilitan la labor de identificación. El cuadro describe estos cuatro niveles en los que se podría dividir el sector: su núcleo está constituido por las actividades artísticas; envolviendo al mismo, las industrias culturales estarían en un segundo círculo; en una capa más externa las industrias creativas; y, cerrando el sector y, relacionándolo con otros, las industrias y actividades de servicios relacionadas, que se extenderían por otros muchos sectores con fronteras muy amplias y difusas. A partir de la definición propuesta por la Comisión Europea, el sector cultural englobaría a todas aquellas actividades que giran alrededor de la creación de ideas, así como aquellas que producen productos que combinan esas ideas con otros inputs.

Estas categorías propuestas por la Comisión Europea, especialmente las tres primeras, contienen las tres características básicas de la oferta cultural que señala Throsby (2001) y que sirve para delimitar el ámbito del sector cultural: creatividad en su producción, significado simbólico y capacidad para ser protegidas mediante mecanismos de propiedad intelectual. Otros trabajos hacen énfasis en algunas de estas consideraciones para concretar el ámbito del sector, especialmente en el aspecto de que las actividades culturales producen significado social y contenidos que interpretan el mundo, influyendo en la identidad y cohesión social.

Ilustración 5. Definición del sector: los cuatro círculos las actividades culturales y creativas. Comisión Europea

1. NUCLEO ARTISTICO: Actividades no industriales, generan productos únicos	1. Artes visuales: artesanía, pintura, escultura
	2. Artes representativas: teatro, danza, circo, festivales
	3. Activos patrimoniales: museos, bibliotecas, yacimientos arqueológicos, archivos
2. INDUSTRIAS CULTURALES: Actividades con posibilidad de reproducción masiva bajo derechos de propiedad. Influencia de las TICs	1. Cine y video
	2. TV y radio
	3. Videos juegos
	4. Música
	5. Libros y prensa
3. INDUSTRIAS Y ACTIVIDADES CREATIVAS: Actividades no necesariamente industriales, pueden ser productos únicos; combinan derechos de propiedad con marca. La creatividad es estimulada por la cultura (no es resultado final sino un bien intermedio del proceso de producción de un bien o servicio funcional)	1. Diseño, moda
	2. Arquitectura
	3. Publicidad
4. INDUSTRIAS Y ACTIVIDADES RELACIONADAS: Industrias hardware (cultura = contenidos), fronteras difusas	Fabricantes de PC
	MP3
	Consolas
	Telefonía móvil...

Fuente: Comisión Europea (2006).

Fuente: Comisión Europea, 2006

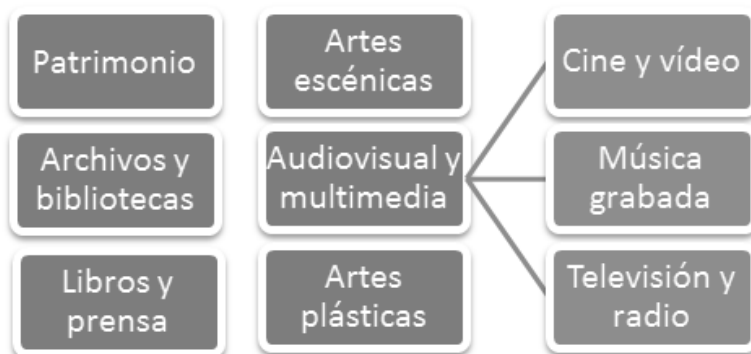
Desde 2010, no obstante, la referencia actual de la Comisión Europea en este ámbito es el Libro Verde (Comisión Europea, 2010) sobre las industrias creativas y culturales (ICC), que considera que *"las «industrias culturales» son las que producen y distribuyen bienes o servicios que, en el momento en el que se están creando, se considera que tienen un atributo, uso o fin específico que incorpora o transmite expresiones culturales, con independencia del valor comercial que*

puedan tener. Además de los tradicionales sectores artísticos (artes escénicas y visuales, o patrimonio cultural, incluido el sector público), también abarcan el cine, el sector del DVD y el vídeo, la televisión y la radio, los juegos de vídeo, los nuevos medios de comunicación, la música, los libros y la prensa. (...) Las «industrias creativas» son aquellas que utilizan la cultura como material y tienen una dimensión cultural, aunque su producción sea principalmente funcional. Entre ellas se incluyen la arquitectura y el diseño, que integran elementos creativos en procesos más amplios, así como subsectores tales como el diseño gráfico, el diseño de moda o la publicidad. (...) A un nivel más periférico, muchas otras industrias se basan en la producción de contenido para su propio desarrollo y, por consiguiente, presentan un cierto grado de interdependencia con las ICC. Se trata, entre otros, del turismo y el sector de las nuevas tecnologías. Sin embargo, estas industrias no están explícitamente contempladas por el concepto de ICC utilizado en el presente Libro Verde."

Ministerio de Cultura de España

El planteamiento metodológico utilizado para establecer las productividades de los distintos subsectores culturales ha sido el desarrollado por el Ministerio de Cultura **de España** (2006). Parte de una clasificación por sectores culturales muy similar a la utilizada por la Unión Europea en EUROSTAT (2000) y que sigue muy de cerca las recomendaciones de las revisiones de la (UNESCO-UIS, 2008). Los sectores propuestos son:

Ilustración 6. Clasificación sectores culturales. España



Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Cultura, 2006

Se ha incluido, además, otro sector denominado Interdisciplinar, donde se incorporan tanto aquellas actividades artísticas imposibles de obtener su naturaleza sectorial por limitaciones de las fuentes consultadas, como aquellas que verdaderamente se componen de diversas propuestas disciplinares. En un ejercicio adicional, se han considerado las actividades vinculadas a la propiedad intelectual que consisten en las recogidas en las actividades culturales relacionadas anteriormente, pero sin tener en cuenta el sector del Patrimonio en su conjunto y sustrayendo del resto las actividades relacionadas con la promoción y la regulación y las educativas (de cada uno de los sectores). Y a este subgrupo reducido de las actividades culturales se han añadido los sectores de Informática y Publicidad.

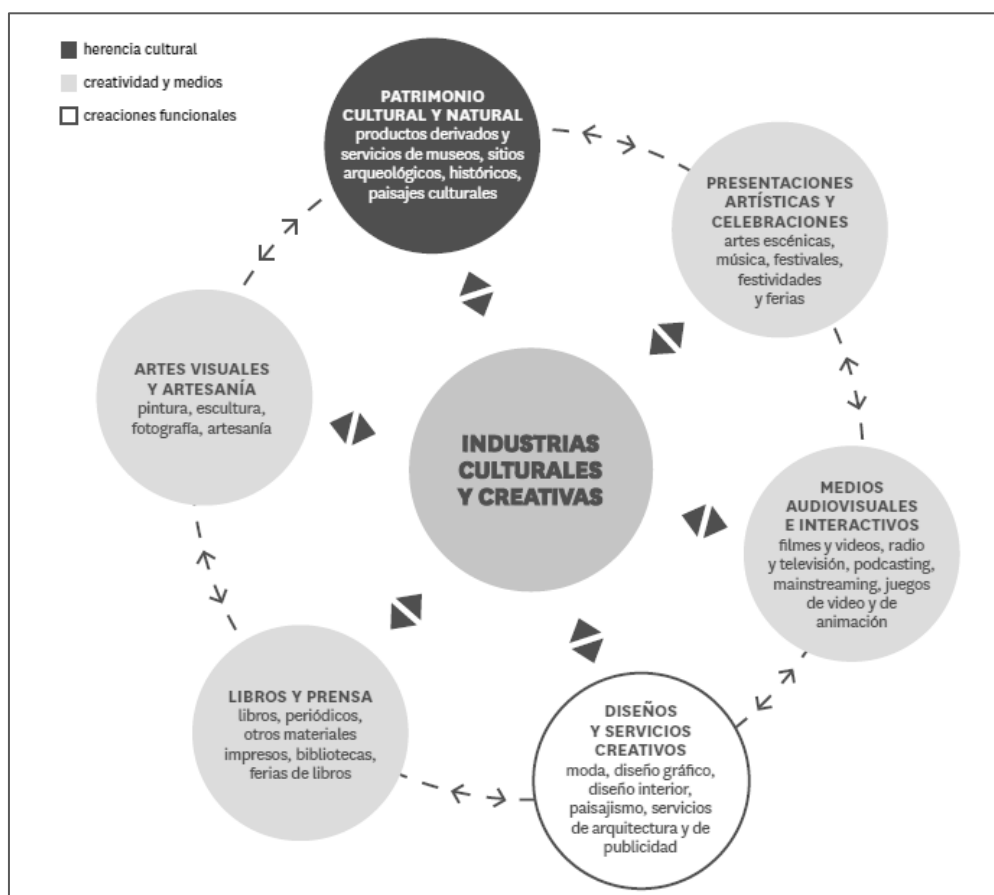
Esta clasificación se revisó con la aparición del Libro Verde de las ICC de la Comisión Europea (2006). De hecho, en el Plan de Fomento de las industrias culturales y creativas (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2016) se consideran sectores culturales partícipes de las ICC: aquellos más vinculados con la innovación y la creatividad, tales como el diseño, la moda, la arquitectura, la publicidad, los nuevos medios de comunicación, los videojuegos y las artes

interactivas, y los sectores más tradicionales, como las artes escénicas, las artes visuales, el patrimonio cultural, el cine, la televisión, la radio, la música, los libros y la prensa, de acuerdo con la clasificación realizada por el Libro de la Unión Europea.

UNESCO

El *Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO* consta de siete dominios culturales que incluyen el patrimonio cultural y natural, las presentaciones artísticas y celebraciones (artes escénicas, música, festivales y festividades), las artes visuales y artesanías, libros y prensa, medios audiovisuales e interactivos, el diseño y los servicios creativos. A ello se añaden dos dominios relacionados que incluyen el turismo, los deportes y la recreación.

Ilustración 7. Dominios culturales y su relación con las industrias culturales y creativas. UNESCO



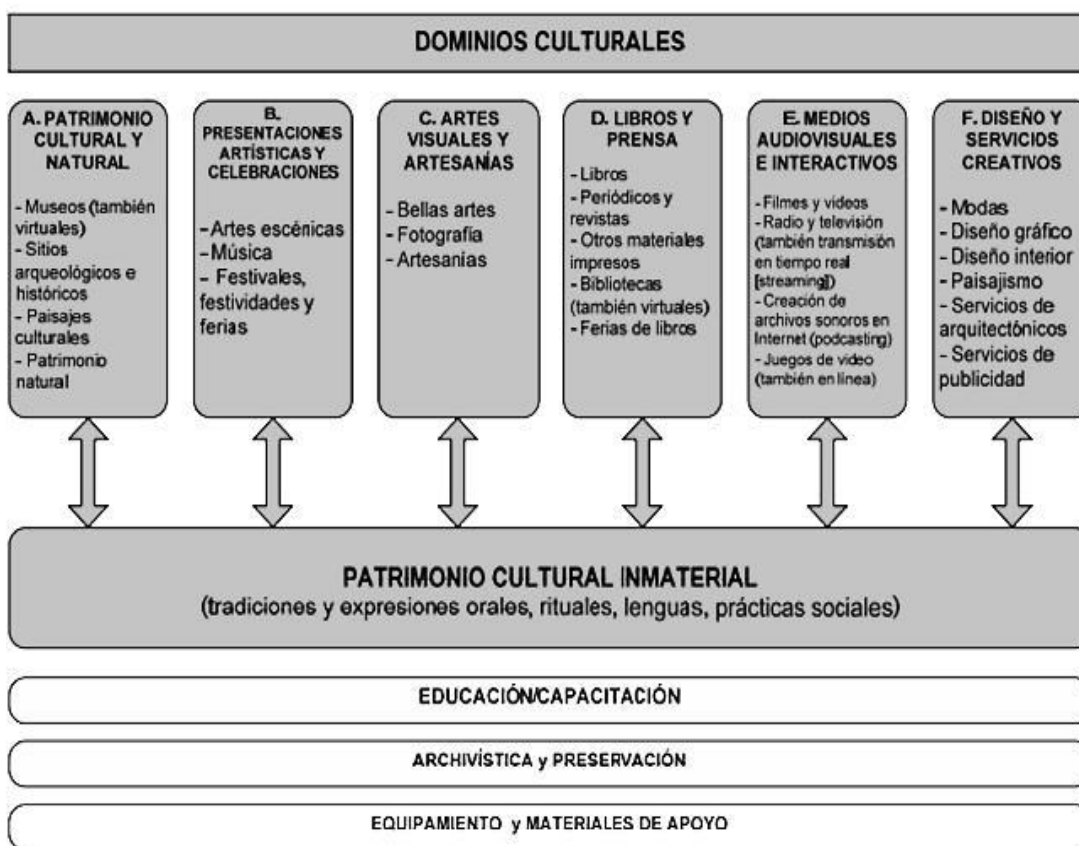
Fuente: UNESCO, 2010a

La UNESCO expone una diferencia en la sistematización sectorial cultural que define los contrastes entre un tipo de actividades y otras (UNESCO, 2010a). Se distinguen por una parte, actividades cuyo modo de operación es la reproducción industrial o semi-industrial con la posibilidad de reproducir y distribuir a gran escala sus productos (música, audiovisual, literatura, videojuegos, etc.), y por la otra, sectores en los que los bienes, servicios y actividades no son reproducibles de manera industrial y operan a pequeña o mediana escala (teatro, patrimonio cultural, etc.). En realidad, estos últimos no deberían englobarse estrictamente bajo el paraguas de una industria, si atendemos a la definición más común de esta en lengua

castellana¹⁰. Sin embargo, el propio Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) ofrece una categorización más amplia del término¹¹, aunque lo que ha primado en realidad es la traducción de su acepción anglosajona -que es de donde se ha heredado, traducido y popularizado el concepto- para la cual el uso generalizado de la palabra industria abarca cualquier actividad económica, independientemente de cuál sea su proceso de producción.

Salvando lo anterior, la realidad es que el *Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO* (2009) es el que en mayor medida facilita las comparaciones entre países mediante el uso de definiciones y clasificaciones relativamente normalizadas. Refleja igualmente los avances en la medición y la progresión de las prioridades de las políticas culturales que han ocurrido desde 1986, fecha del primer Marco de Estadísticas Culturales (MEC) de la UNESCO.

Ilustración 8. Patrimonio Cultural Inmaterial (dominio transversal). UNESCO



Fuente: UNESCO, 2009

Seguidamente se detallan con mayor profundidad los parámetros relevantes de la clasificación.

La UNESCO considera como definiciones culturales para fines estadísticos los conceptos de:

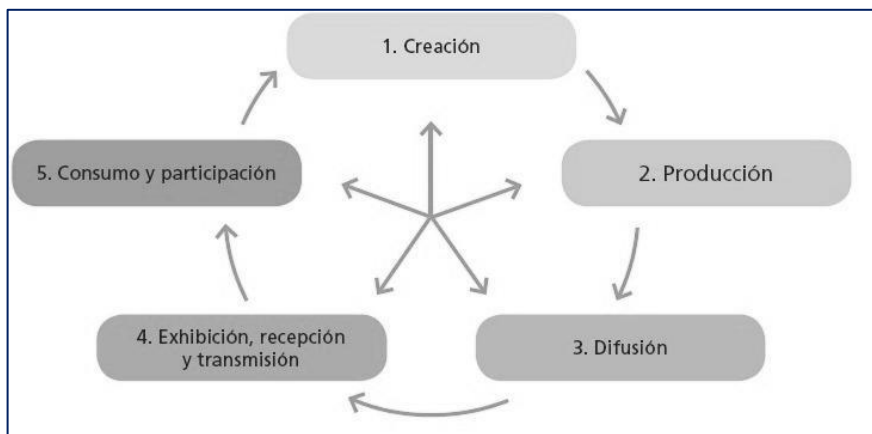
a) Ciclo cultural: “*ilustra la totalidad de las prácticas, actividades y recursos necesarios para transformar las ideas en bienes y servicios culturales para que, a su vez, puedan ser transferidos a consumidores, participantes o usuarios*”. En términos de este enfoque, la cultura se visualiza como el producto de un conjunto de procesos afines. Dichos procesos pueden o no estar institucionalizados y pueden o no estar regulados por el Estado. El ciclo

¹⁰ 3, f. Conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos naturales (DRAE).

¹¹ 5, f. Negocio o actividad económica.

cultural incluye cinco etapas que se presentan en un modelo cíclico: creación, producción, difusión, exhibición/recepción/transmisión y consumo/participación (UNESCO, 2009). Esta definición no recoge aún la creciente integración de estos procesos en la era digital, en función de la cual buena parte de ellos se llevan a cabo de manera simultánea e interrelacionada, según hemos podido apreciar en el capítulo anterior.

Ilustración 9. Ciclo cultural. UNESCO



Fuente: UNESCO, 2009

1. *Creación*. Entendida como el punto de origen de ideas y contenidos, así como de la manufactura de productos originales, como artesanías y obras de arte.
2. *Producción*. Vinculada a las formas culturales reproducibles y a las herramientas, infraestructuras y procesos utilizados en su fabricación.
3. *Difusión*. Etapa que pone al alcance de los consumidores y exhibidores productos culturales de reproducción masiva.
4. *Exhibición, recepción y transmisión*. Se refiere al lugar donde ocurre el consumo y a la provisión de experiencias culturales en vivo, gratis o previo pago. Incluye la transmisión del patrimonio cultural inmaterial de generación en generación.
5. *Consumo y participación*. Considera las actividades de las audiencias asociadas con el consumo o participación en actividades y experiencias culturales.

b) Dominios culturales: mutuamente excluyentes, consideran en su clasificación las actividades, los bienes y los servicios presentes en todas las etapas del modelo de ciclo cultural. Estos dominios culturales mutuamente excluyentes considerados en el MEC son los siguientes (UNESCO, 2009):

1. Patrimonio cultural y natural. Incluye museos, sitios arqueológicos históricos, paisajes culturales y patrimonio natural.
2. Presentaciones artísticas y celebraciones. Considera artes escénicas, música, festivales, festividades y ferias.
3. Artes visuales y artesanías. Incluye bellas artes, fotografía y artesanías.
4. Libros y prensa. Abarca libros, periódicos y revistas, otros materiales impresos, bibliotecas y ferias de libros.
5. Medios audiovisuales e interactivos. Considera filmes y videos, radio y televisión, creación de archivos sonoros en internet y videojuegos.
6. Diseño y servicios creativos, tales como moda, diseño gráfico, diseño de interiores, paisajismo, servicios arquitectónicos y servicios de publicidad.

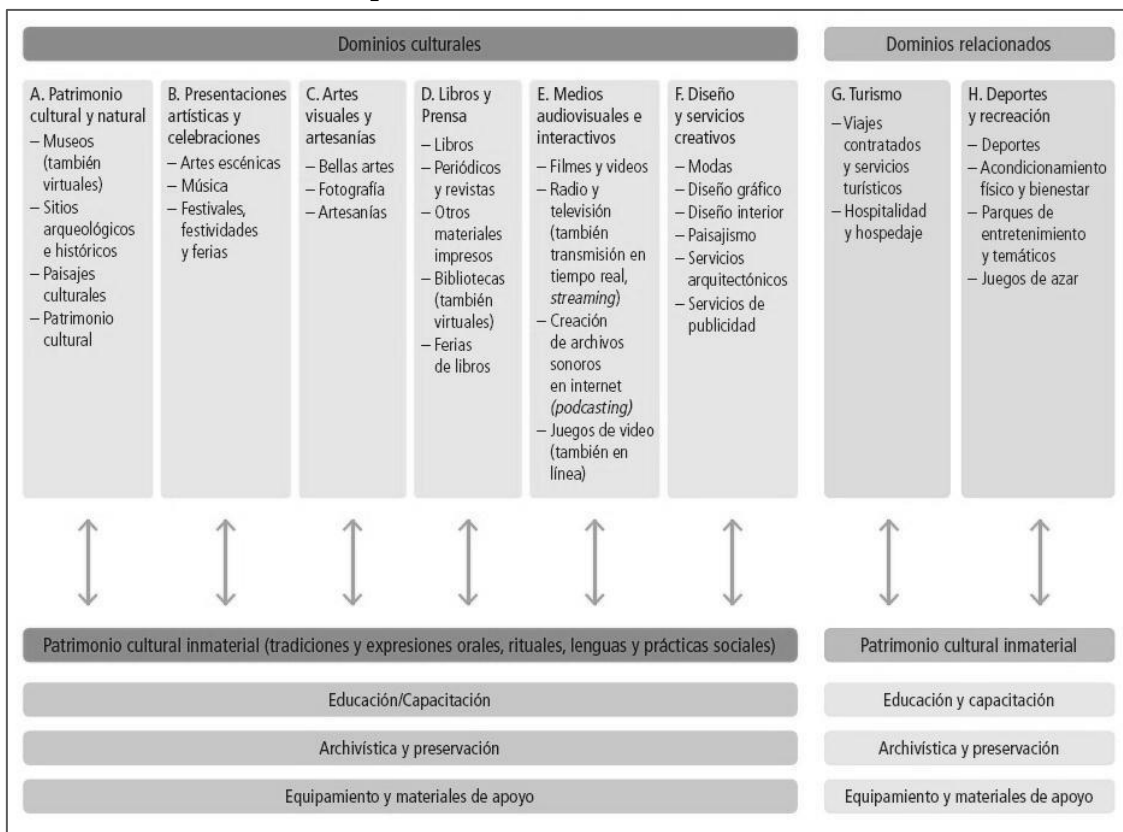
c) Dominios transversales: se definen así aquellas actividades clasificadas como parcialmente culturales y que se encuentran asociadas con actividades de recreo que no son estrictamente culturales. Pero su papel es esencial en el ciclo cultural respecto de la producción y transmisión de la cultura. Ellos serían:

1. Patrimonio cultural inmaterial. Abarca tradiciones y expresiones orales, rituales, lenguas y prácticas sociales (UNESCO, 2009).
2. Educación y capacitación.
3. Archivística y preservación. Se identifica como dominio transversal a todas las actividades características de la cultura.
4. Equipamiento y materiales de apoyo.

d) Dominios relacionados: son los que están asociados a una definición más amplia de la cultura e incluyen actividades sociales y recreativas (las cuales no son estrictamente culturales).

1. Turismo debe entenderse como una actividad impulsada por la demanda y definida por el consumidor. Como tal se encuentra estrechamente vinculada con los demás dominios del sector cultural, ya que cada uno de ellos comprende actividades que los turistas realizan de forma regular.
2. Deportes y Recreación. Abarca los deportes, el entrenamiento físico, los parques de entretenimiento y los juegos de azar. El MEC incluye estos elementos porque entiende que son manifestaciones de la cultura y de la identidad de un grupo social (UNESCO 2009).

Ilustración 10. Marco para los dominios de estadísticas culturales. UNESCO



Fuente: UNESCO, 2009

Es digno de debate el hecho de que se incluyan en esta clasificación -aunque sea de forma indirecta como dominios relacionados- los deportes y la recreación. Por su parte, la UNESCO justifica la incorporación de estas actividades en el MEC de la siguiente forma:

“En algunos países, ciertos deportes se encuentran íntimamente relacionados con la identidad cultural, pudiendo estar asociados con estructuras y tradiciones sociales. Un ejemplo de esto es la lucha sumo de Japón. En cambio en otros países, los deportes pueden cumplir una función recreativa o practicarse únicamente como una forma de hacer ejercicio. Por otra parte, un mismo deporte puede tener connotaciones muy distintas según el país. En algunas clasificaciones (Comisión Europea, 2002), la asistencia a eventos deportivos o el simple hecho de verlos en televisión se percibe como una actividad cultural, en tanto que los deportes profesionales no se consideran necesariamente actividades culturales. Estas marcadas diferencias de enfoque, y el consenso de que esta actividad constituye una ‘participación’ y no un deporte en cuanto a ‘producto’ o ‘sector’ –de naturaleza ‘cultural’- nos ha llevado a incluir los deportes como una actividad conexas. Este dominio también incluye la Recreación, definida como una actividad que brinda placer o relajación y que divierte, entretiene o estimula. En este dominio también se consideran los Juegos de azar y los Parques de Entretenimiento y Temáticos así como otras actividades de tiempo libre. Se excluyen las actividades físicas recreativas que están consideradas en el dominio Deportes”. (UNESCO, 2009: pp. 32).

Si bien estas actividades están en cierto modo relacionadas con la identidad cultural de los países y su población, es discutible que se consideren como prácticas culturales (en especial los juegos de azar). En caso de incluirse como prácticas relacionadas, habría, sin duda que desagregarlas del resto de actividades consideradas puramente culturales (en el caso del MEC, los denominados dominios culturales).

Pero mucho más decisivo aún es señalar que, pese a considerarse el sistema de categorización del sector que dispone de un mayor consenso, la clasificación presentada cuenta con notables limitaciones para comprender la realidad de un conjunto de actividades que se encuentra actualmente sometido a transformaciones radicales. Y ello tanto en lo que se refiere a los ciclos culturales como a los propios dominios de la cultura. Conuerdo plenamente con Antonio Ariño cuando señala que el lenguaje digital socava muchos mitos en los que se ha asentado el concepto de cultura y, sobre todo de cara a revisar la clasificación de referencia, a la distinción entre producción y consumo, a la rápida y creciente desdiferenciación de espacios y campos y a la rápida instalación de la metacultura, donde el significado se produce en el hipermedio, un territorio fluido e inaprensible (Ariño, 2010: pp. 2-3).

De hecho, el propio *Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO* reconoce dichas limitaciones, cuando señala que “las industrias culturales, originalmente consideradas separadamente debido a la existencia de sistemas análogos de producción (filmes, televisión, fotografía e impresión), hoy se presentan en formato digital y, en muchos casos, ya no es posible establecer una distinción” (UNESCO, 2009: pp.12), si bien asume la necesidad de establecer un consenso, basado en un enfoque pragmático, que posibilite la operativización de los conceptos básicos y la comparabilidad de la información entre unos países y otros (UNESCO, 2009: pp. 10). Se trata, por tanto, de una clasificación en revisión permanente.

Un balance preliminar

Miradas en conjunto, las propuestas enumeradas en el presente epígrafe constituyen avances pero, a la vez, están condenadas a ser intentos fracasados. Y es que, por una parte, facilitan un

acercamiento a estas actividades pero, por otra, reducen las opciones para hacerlo de forma consistente y holística. En suma, están reflejando la imposibilidad -a la que tan oportunamente se ha referido García Canclini- de acomodar en modelos simples y estables prácticas cada vez más diversificadas y ubicuas (Rodríguez Morató, 2007). E igualmente, dejan en evidencia el doble déficit de debate teórico que proporcione mayor sustancia a los modelos presentados, así como de consensos operativos entre los actores que han de ponerlos en práctica.

Consecuencia de ello, se aprecian también algunas confusiones en el *terreno metodológico y práctico*, entre las cuales me permitiré destacar:

- 1) La dificultad de aterrizar las nociones de “economía creativa” y “sector creativo”, a efecto de operativizarlas en términos de estadísticas y datos. Cabe incluso preguntarse una vez más: ¿existe el sector creativo como tal? Y si es así, resulta adecuado definir sus contornos bajo los criterios habitualmente utilizados?
- 2) La misma profusión de conceptos: economía creativa, sector creativo, sector cultural, industrias creativas, industrias culturales y creativas (unas veces referidas a lo transversal y otras a lo sectorial, en ocasiones convirtiendo lo transversal en sectorial y, a veces, el sector cultural y creativo separados, pero otras en cambio juntos) crea enormes confusiones a los actores. Confusiones que, ante las difusas fronteras de las prácticas culturales (y qué decir de las creativas) y frente a la debilidad del debate conceptual y del acompañamiento metodológico a quienes tienen que hacer efectivo (o interpretar) la información que estos sistemas aportan, provocan que muchos actores -de hecho- terminen por homologarlos todos entre sí.
- 3) Es común también que las mismas actividades se agrupen de maneras diferentes, en función de quién proponga la correspondiente clasificación. Ciertamente es que, en lo que respecta a las actividades culturales, es la UNESCO quien ha realizado los mayores (y más sólidos, pese a sus límites) esfuerzos de homogeneización. Pero hay que extender más aún esos consensos mínimos, que continúan siendo bastante deficientes.
- 4) Queda, finalmente, hacer hincapié en la utilización ambigua del término “industria” aplicado a estas actividades. Para muchos, la mayoría, la palabra industria (ya sea cultural y/o creativa) abarca al sector en su conjunto, siguiendo la acepción anglosajona más extendida y una de las acepciones aceptadas en lengua española, si bien -como hemos señalado ya- minoritaria. Para otros, en cambio, la noción de industria ha de circunscribirse exclusivamente a los bienes y servicios reproducibles de forma masiva (por ejemplo, los derivados de la industria discográfica, editorial o multimedia), diferenciándolos de los productos únicos y no reproducibles (por ejemplo, una obra de teatro, una actuación musical o una obra plástica). Un debate, en todo caso, cada vez más superado en el contexto de la era digital y su fuerte impacto en la configuración de los dominios culturales.

Todo lo presentado reclama la necesidad de una mejor comprensión y abordaje de estas disonancias, que son las que complican aún más un acercamiento riguroso de la realidad de la economía creativa en general y de la cultural en particular, generando cortocircuitos añadidos entre la perspectiva teórica y la dimensión práctica. Igualmente, plantean la necesidad de establecer algunos consensos básicos que contribuyan a la clarificación de unos conceptos que inciden, de manera directa, en la acción política y en la tarea de los actores que trabajan en el terreno. Pero es probable que ello solo sea viable en la medida en que se expliciten los modelos de desarrollo subyacentes a las diferentes posiciones y se profundicen y clarifiquen los marcos de análisis sobre la culturización de la economía (economía creativa) y la economización de la

cultura (sector creativo, sector cultural), sacudiendo de ese modo ambigüedades. Los datos, como las palabras, no son neutrales ni, por tanto, lo son los criterios sobre qué medir y cómo hacerlo. Desde ese punto de vista, las corrientes críticas tienen también un gran reto por delante.

Sobre estas disonancias volveremos una y otra vez a lo largo de la investigación, confrontándolas con las prácticas, las políticas y experiencias efectivamente implementadas a nivel internacional y de forma particular en Panamá, para -como decíamos al comienzo de este capítulo- tratar de responder a la pregunta central sobre la realidad de los sujetos emprendedores culturales.

3.2 ¿Cuál es el peso de la cultura en la economía de los países?

Una vez se ha intentado delimitar el “contenido” o el “*qué*” predomina en las mediciones sobre nuestras actividades de referencia, el presente apartado se centra ahora en analizar el “*cuánto*”; limitado -por las razones expuestas en el apartado anterior- a los cálculos que habitualmente se realizan acerca de la contribución de la cultura a las economías nacionales de algunos países objeto de esta investigación.

En la publicación “Medición en la Economía Cultural en la Argentina” (Laboratorio de Industrias Culturales, 2006) se menciona que “... *el interés expuesto actualmente desde diversas entidades del sector público sobre las industrias culturales, no va acompañado o no tiene como contrapartida la generación de mecanismos precisos de medición estadística que permitan observar la situación y la evolución de tales industrias*”. Como veremos, se trata de un reto nada sencillo de abordar, pero en paralelo, expresa la inquietud e interés por contar con información confiable, comparable, periódica, completa y homogénea a la hora de diseñar políticas públicas, realizar investigaciones y planificar actuaciones en este campo.

La clasificación de dominios culturales de la UNESCO (2009) considera que, para las industrias culturales, se deben enumerar una serie de datos prioritarios que permitan la integración de los diversos valores en el PIB cultural de los países. Estos datos permitirán construir el aporte de las industrias culturales y creativas a las principales variables estadísticas económicas y sociales.

Datos entendidos como relevantes para permitir la medición del aporte de la economía cultural al PIB se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 4. Algunos datos relevantes que permiten medir el aporte de la economía cultural al PIB

Características de las Empresas:		Característica de la producción, emisión y comercialización	Empleo generado	Comercio exterior	Derecho de autor
Generales	Económicas				
Ubicación geográfica	Facturación y ganancia neta	Bienes transables: unidades y títulos	Cantidad total	Producción generada y facturación	Complejo
Tamaño según "rango de la facturación"	Relación de propiedad	Servicios por medios de comunicación: Programación	Rama de las actividades	Países origen / destino	Fuente de recaudación
	Inversión en insumos y bienes de capital * (fundamentalmente para comercio exterior)	Según: Características de la empresa	Según: Características de las empresas	Según: Característica de las empresas	Características de los autores

* La inversión que las empresas realizan en la adquisición de bienes finales o intermedios para la producción son sumamente importantes si se desea "medir" fehacientemente el comercio exterior de las IC, si se considera que nuestro país es tecnológicamente dependiente de las naciones desarrolladas (por ejemplo, en algunos casos probablemente se dé un superávit comercial en relación al intercambio de bienes o servicios finales -libros, discos, etc.-, pero por otra parte exista un marcado déficit en cuanto a la importación de maquinarias e insumos requeridos para la producción).

Fuente: Laboratorio de Industrias Culturales, 2006

Para medir el aporte de las industrias culturales al PIB, además de la inversión destinada a la adquisición de los factores de la producción, se estima que es importante considerar:

- La venta final al público de los bienes y servicios culturales en sus más diversos formatos y grados de formalidad (es decir, la situación óptima sería la de incluir a la economía no formal o ilegal).
- La producción y venta de los artefactos que facilitan la transmisión y reproducción de tales bienes o servicios, vinculados esencialmente a las industrias audiovisuales (televisores, radio y videos difusores/grabadores, los distintos objetos destinados al uso y movilidad personal). Este esquema podría obviamente ser complejizado, en el que se consideran, además:
- La inversión pública en el sector cultural y el sector externo. Estos datos resultan por demás significativos como para establecer su incidencia en el PIB del país.

Aporte de la economía cultural al PIB

Los datos que proveen los estudios desde el ámbito cultural y creativo se dedican a resaltar la importancia del sector en materia de generación de riqueza y dinamización económica, traducida la mayor parte de los casos en su contribución al PIB.

Tabla 5. Aportación al PIB de la economía cultural

Según WIPO, el aporte al PIB de este tipo de industrias es en:

- Estados Unidos el aporte es de 11,12% y 8.49% al empleo.
- En Jamaica aportan el 4.8% al PIB y el 3.03% del empleo.
- En México el 4.77% y 11.01% respectivamente.
- Fuente: WIPO, 2003, 2009, 2014a y 2014b.

Particularmente en Panamá, en el 2011 se produjeron B/. 797 millones y se registró un valor agregado bruto (VAB) de B/. 376 millones en bienes y servicios culturales, representando así el 2.9% de la producción total y 3.1% del VAB total de las empresas no financieras ni agrícolas de ese año.

Fuente: BID, INDESA, 2017

A ello se suman los índices de generación de empleo, que oscilan entre el 2 y el 10% dependiendo del país y región analizado.

Tabla 6. Importancia de la economía cultural en términos de empleo

El crecimiento del rubro cultural no es ilimitado y según las observaciones de largo periodo que ha realizado la WIPO de Ginebra en 45 Estados miembros, la contribución al PIB y la participación del empleo total generado se ubica en promedio en un 5%.

Fuente: Berlin Research Symposium on Culture and Creative Industries (October 2014)

En lo que respecta a Panamá, las industrias creativas emplearon 58,142 personas en Panamá, un 4.4% del total de la población ocupada en el año 2010.

Fuente: BID, INDESA, 2017

A continuación se presenta una selección de ejemplos resumidos que visualizan la relevancia cuantitativa del sector cultural en las economías de los países, particularizando en la visión del nivel regional LAC y de cuatro países, tres latinoamericanos (México, Colombia, Costa Rica) y uno europeo (España).

Nivel regional en Iberoamérica

Una de las iniciativas de los programas IBER de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), a los que se hará referencia detallada en el capítulo 4, ha sido la puesta en marcha del Observatorio Iberoamericano de la Cultura (OIBC), bajo la responsabilidad de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) y aprobada en la XVI Conferencia Iberoamericana de Cultura, realizada en Ciudad de Panamá el 13 de septiembre de 2013. En ella participan los responsables de la información estadística cultural de cada país y, especialmente, la de los diversos sistemas subregionales (SICSUR, CAN y SICA).

El Observatorio surge como un ámbito de trabajo común que se propone apoyar el fortalecimiento de las capacidades de los países para construir sus propios sistemas de información estadística, el desarrollo de estrategias de difusión de información y la elaboración de informes de actualización regional. La aprobación de esta iniciativa permitió impulsar la realización de la segunda edición del estudio: Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica 2014. *“El documento aborda el efecto de la cultura en el desarrollo económico de nuestros países y llega a una conclusión impactante: los aportes de la cultura al desarrollo económico de los países son muy superiores a los presupuestos que los mismos países beneficiados invierten en el desarrollo de la cultura”* (CEPAL, EOI, 2014: 12.).

Las *Cuentas Satélites de Cultura (CSC)*¹² resultan claves para poder estimar la aportación de las actividades culturales al PIB; se detallará mayor información y los países de LAC que disponen de CSC en el apartado 4.2.

El cuadro inmediato muestra la estimación del PIB cultural en los países, siendo sus valores solo relativamente comparables, pues usan sectores culturales diferentes en su medición.

Tabla 7. PIB cultural, a partir de las Cuentas Satélites de la Cultura. Iberoamérica (siete países). (% del PIB y millones de dólares de 2005)

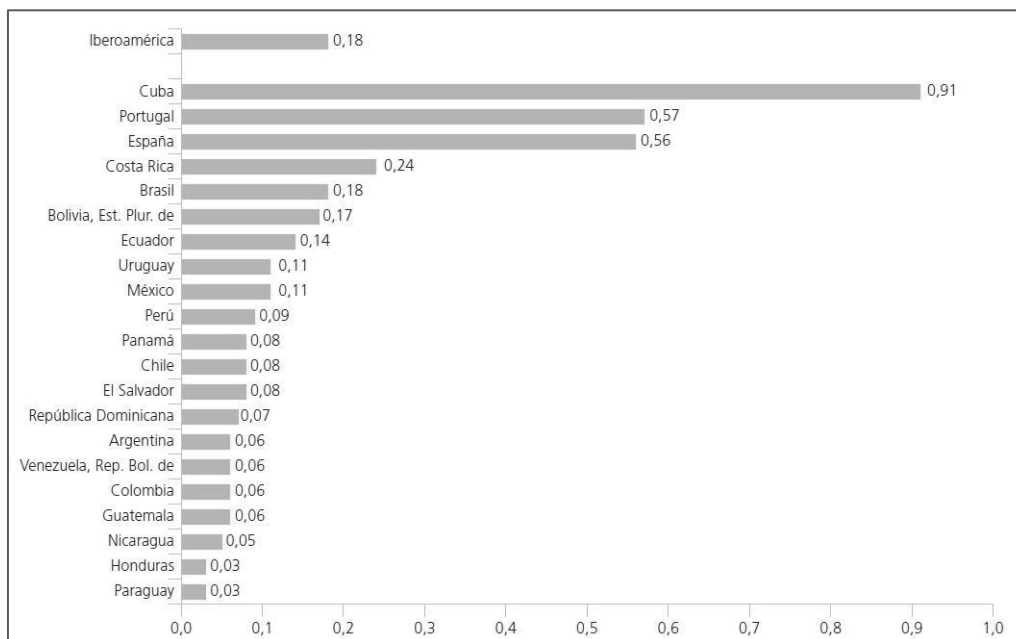
	Año	Contribución de las actividades culturales al PIB del país	En millones de dólares de 2005
Argentina	2012	3.78	10,641
Chile	2011	1.90	2,970
Colombia	2007	1.78	2,975
Costa Rica	2012	1.40	385
España	2011	2.70	31,855
México	2011	2.70	26,866
Uruguay	2009	0.93	196

Fuente: CEPAL, OEI, 2014

El gasto público en cultura en relación con el PIB muestra qué prioridad tiene en cada país y cuán relevantes (o no) son los recursos públicos destinados a cultura en la economía de estos países. El promedio regional es del 0.18% del Producto Interior Bruto de la región. En este contexto, el gasto público en cultura más alto de la región es el de Cuba, ya que representa un 0.91% de su PIB. Le siguen Portugal (0.57%), España (0.56%) y Costa Rica (0.24%). Los más bajos son Nicaragua (0.05%), Honduras (0.03%) y Paraguay (0.03%). Panamá se sitúa en un nivel intermedio de la tabla, con un 0.08%, si bien por debajo de la media regional.

¹² Las CSC son un sistema integrado por un conjunto de datos que toman como referencia las cifras de las contabilidades nacionales, ampliándolas y ordenándolas para proporcionar información interrelacionada sobre el sector; haré referencia constante en esta investigación al mismo al tratarse del sistema más consensuado. En Latinoamérica, las cuentas satélites de la cultura se han construido siguiendo la metodología propuesta por el Convenio Andrés Bello. Convenio Andrés Bello, http://convenioandresbello.org/cuenta_satelite/

Gráfico 1. Gasto público en cultura como porcentaje del gasto público total, 2013. Iberoamérica. (%)



Fuente: (CEPAL, OEI, 2014)

Más adelante -en el apartado 5.1.1- se volverán a tratar los datos referentes al PIB de los países iberoamericanos y su gasto público, analizándolo desde un enfoque más específico y centrado en Panamá.

Iberoamérica registra *mayor cantidad de importaciones que de exportaciones* de bienes culturales y auxiliares; esta situación se revierte en el comercio regional, ya que las exportaciones superan a las importaciones. En el siguiente cuadro, que abarca el periodo 2011-2012, todos los países de la región, a excepción de México, registraron una balanza negativa en la suma de bienes culturales y auxiliares. El superávit de México se explica principalmente por los bienes auxiliares, ámbito en el que presenta un nivel de exportaciones superior al de importaciones.

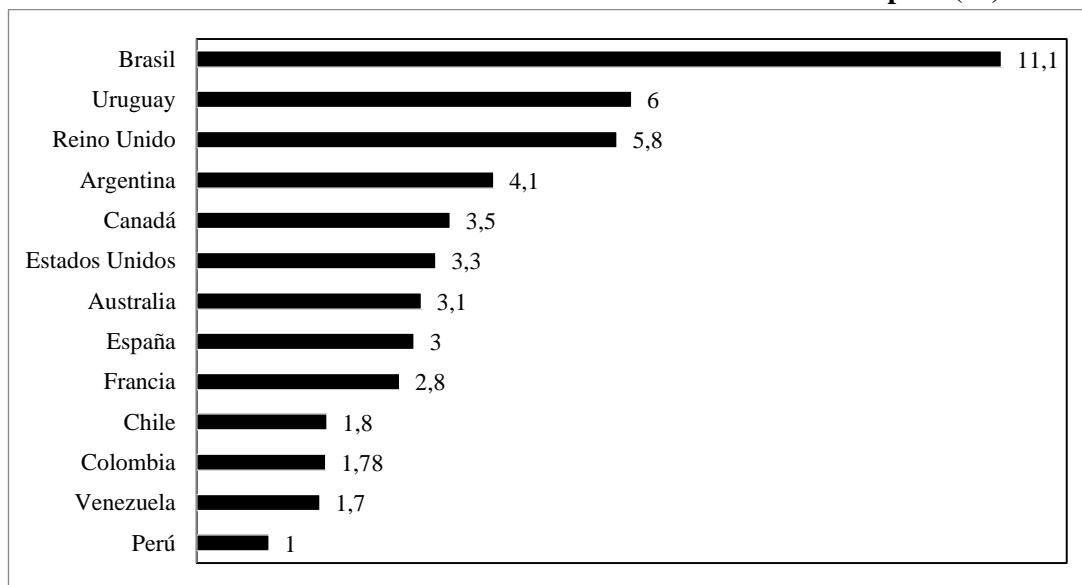
“En cuanto a la balanza comercial en términos del PIB, Paraguay registra las cifras más altas para todos los tipos de bienes; en dicho país el saldo negativo entre las exportaciones e importaciones de bienes culturales y auxiliares en su conjunto representa un 7% del PIB, a diferencia de países como Brasil y Portugal, que registran un 0.3 % respecto del PIB.” (CEPAL, OEI, 2006).

Tabla 8. Balanza comercial, bienes culturales, bienes auxiliares; comercio mundial, promedio 2011-2012. Iberoamérica (20 países). (Volumen y porcentaje del PIB)

	Bienes culturales		Bienes auxiliares		Bienes culturales y auxiliares	
	Volumen (millones de dólares)	Porcentaje del PIB	Volumen (millones de dólares)	Porcentaje del PIB	Volumen (millones de dólares)	Porcentaje del PIB
Argentina	-462	0.2	-1245	0.5	-1707	0.6
Bolivia, Est. Plur. De	1	0.01	-74	0.6	-73	0.6
Brasil	-820	0.1	-2,688	0.2	-3,508	0.3
Chile	-419	0.3	-1,741	1.1	-2,160	1.3
Colombia	-180	0.1	-1,578	0.8	-1,759	0.9
Costa Rica	-258	1	-409	1.5	-667	2.5
Ecuador	-165	0.3	-643	1.2	-808	1.5
El Salvador	-72	0.4	-207	1.1	-280	1.5
España	-970	0.1	-5,034	0.4	-6,004	0.5
Guatemala	-147	0.4	-300	0.9	-448	1.3
Honduras	-58	0.5	-154	1.3	-212	1.7
México	-5,487	0.5	17,355	1.7	11,868	1.2
Nicaragua	-49	0.6	-84	1.1	-134	1.7
Panamá	-157	0.6	-211	0.8	-368	1.4
Paraguay	-260	2.3	-546	4.7	-806	7
Perú	-226	0.2	-1,103	0.9	-1,329	1.1
Portugal	-466	0.2	-136	0.1	-602	0.3
República Dominicana	-648	1.3	-217	0.4	-865	1.7
Uruguay	-48	0.2	-173	0.7	-221	0.9
Venezuela, Rep. Bol. De	-872	0.5	-869	0.5	-1,741	1
Total Regional	-11,763	0.3	-957	0.02	-11,823	0.3

Fuente: Elaboración propia a partir de CEPAL, OEI, 2014

Gráfico 2. Contribución de las Industrias Creativas al PIB de cada país. (%)



Fuente Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de Cultura y Economía¹³

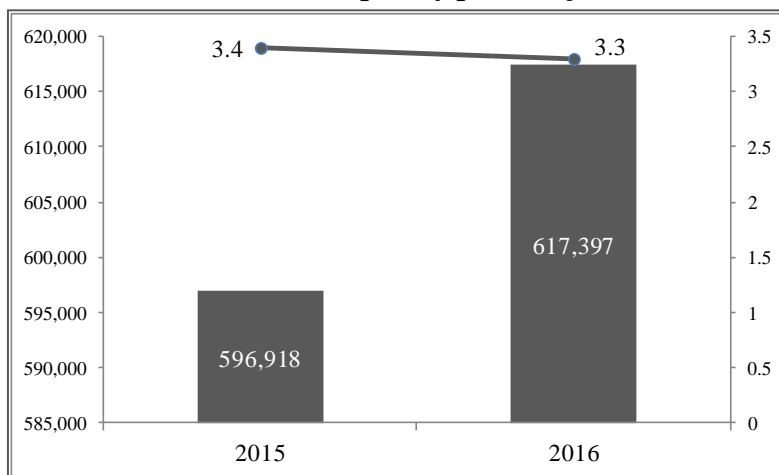
México

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) presenta los resultados de la Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM), en el marco del Cambio de Año Base 2013, con el propósito de medir los flujos económicos del sector que resultan del intercambio de bienes y servicios en torno a las prácticas culturales, que incorporan trabajo y capital y que producen valor agregado. Durante 2015, el PIB de la cultura alcanzó un monto de 596,918 millones de pesos, que representó el 3.4% del PIB total del país. La previsión para el año 2016 es que el PIB cultural ascienda a 617,397 millones de pesos, que supondrá el 3.3% del PIB total.

En términos de empleo, en 2013 había 2.2 millones de personas ocupadas en el sector de la cultura, de las cuales el 40% eran mujeres.

¹³ "El Observatorio de Cultura y Economía se desarrolló como un espacio para compartir y generar conocimiento del sector cultural en Iberoamérica desde el año 2011 hasta el mes de mayo de 2016".
<http://convenioandresbello.org/inicio/observatorio-cultura-y-economia/>

Gráfico 3. PIB de la cultura y proporción respecto al PIB nacional 2015 y 2016. México. (Millones de pesos y porcentaje)



Fuente: INEGI, 2017

La composición del PIB por tipo de bienes y servicios que conforman el sector cultural permite observar que el valor agregado de los medios audiovisuales (37.7%), las artesanías (17.8%), así como la generación de bienes y servicios que ofrecen los hogares (17.5%), son las de mayor tamaño y, en conjunto, representan más de la mitad de la aportación al sector.

Gráfico 4. PIB de la cultura por bienes y servicios, 2015. México (%)



Fuente: INEGI, 2017

Chile

Las industrias culturales y creativas contribuyeron un 2.2% al PIB de 2013, lo que implica mayor peso que el sector pesquero y equivalente al sector comunicaciones y silvoagropecuaria, concentrándose principalmente en pequeñas y medianas empresas que facturan el 1.4% de las ventas totales de las empresas en Chile (7,507 millones de dólares en ventas). (CNCA, 11 de abril 2017).

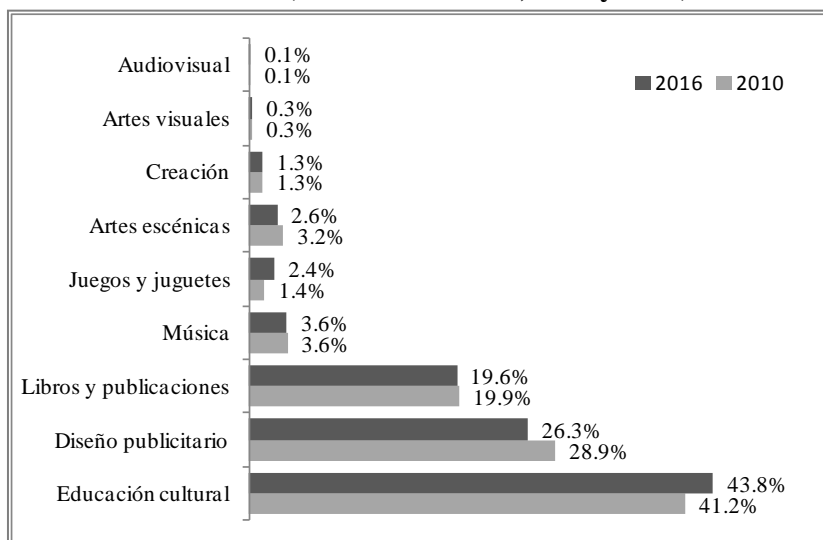
En cuanto al empleo, de los casi 7.5 millones de trabajadores chilenos en 2015, alrededor de 650 mil (8.6%) desarrollan alguna actividad creativa; lo cual coloca al sector creativo como uno de

los más grandes proveedores de empleo en el país. De ellos, 496 mil (6.6%) son portadores de un oficio creativo (pintores, músicos, escritores, actores, bailarines, arquitectos, diseñadores, promotores artísticos o culturales, docentes y artesanos. Cabe indicar que las personas portadoras de un oficio creativo no solo se desempeñan en áreas culturales o artísticas, sino que son transversales a la economía del país, contribuyendo con su creatividad al éxito de otros sectores como el de la construcción, el automotriz o el turístico, algunos de los sectores motores de desarrollo para Chile. Además, el 35% de las personas que trabajan en el sector creativo lo hace por cuenta propia (situándose la media nacional en el 19.2% de trabajadores por cuenta propia), de las cuales el 4.2% cumple además el papel de patrón o empleador, frente a un promedio del 2.7% a nivel nacional. (Fundación Santiago Creativo, 2018).

Colombia

La Cuenta Satélite de Cultura manifiesta que el subsector de “educación cultural” fue el más destacado dentro del VAB Cultural en 2010 y 2016 (con más de un 40% de peso sobre el total), aunque también el "diseño publicitario" (cerca del 30%) y "libros y publicaciones" (alrededor del 20%) contribuyeron de manera destacada sobre los restantes subsectores. Particularmente para el año 2016, el total del valor agregado del Campo Cultural ascendió a 6,239 mil millones de pesos y presentó un crecimiento de 0.3%. Los segmentos culturales que mayor variación presentaron son Educación cultural con un aumento de 11,6% y el Audiovisual con un incremento de 0,2%.

Gráfico 5. Participación porcentual en el VAB por actividad cultural Colombia. (Precios corrientes, 2010 y 2016).



Fuente: DANE, 2017

Costa Rica

El valor agregado generado en 2013 (último año completo) por el sector cultural ha sido de 543,524.7 millones de colones (alrededor de 962 millones de dólares americanos). Porcentualmente, el aporte a la economía nacional del sector cultural en 2013 fue el 2.2% del PIB total del país.

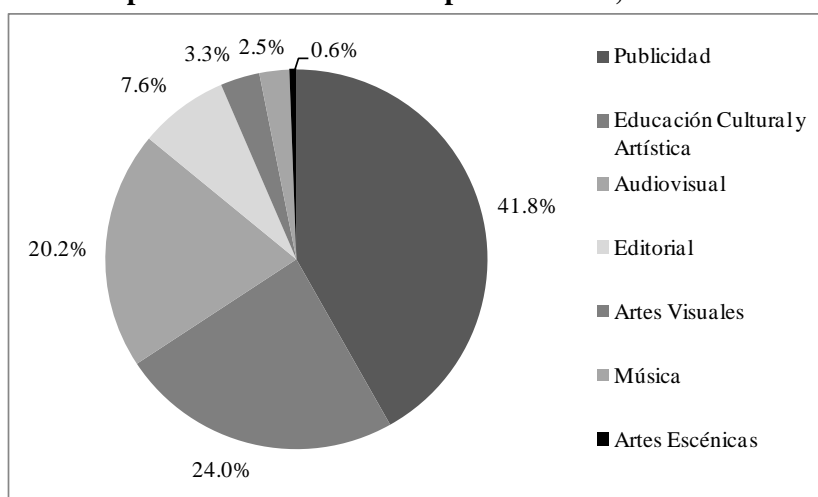
Tabla 9. Aporte al PIB cultural por subsector, 2011-2013. Costa Rica. (%)

SECTORES	2011	2012	2013
Publicidad	38.7%	39.7%	41.8%
Educación Cultural y Artística	20.7%	20.9%	24.0%
Audiovisual	20.7%	19.2%	20.2%
Editorial	7.8%	8.0%	7.6%
Diseño	5.7%	5.9%	n.d.
Artes Visuales	3.1%	3.1%	3.3%
Música	2.7%	2.6%	2.5%
Artes Escénicas	0.5%	0.6%	0.6%

Fuente: Ministerio de Cultura y Juventud, Cuenta Satélite, Presentación.

Por subsectores, los mayores aportes al PIB cultural lo realizaron durante los años 2010-2013 los de Publicidad muy destacadamente (alrededor del 40% del total del PIB cultural), seguido por Educación Cultural y Artística, y Audiovisual (alrededor del 20% en cada caso). Particularmente en el año 2013, estos 3 subsectores aportaron al PIB el 41.8%, el 24.0% y el 20.2%, respectivamente.

Gráfico 6. Composición del PIB cultural por subsector, 2013. Costa Rica. (%)



Fuente: Ministerio de Cultura y Juventud, Cuenta Satélite, Resumen de indicadores

En el marco de su aporte a la economía nacional, el valor agregado del sector cultural es más elevado (en más de medio punto porcentual) que el de dos productos tradicionales de Costa Rica: el banano y el café.

Tabla 10. Comparación de aportes al PIB del sector cultural y de productos tradicionales de Costa Rica

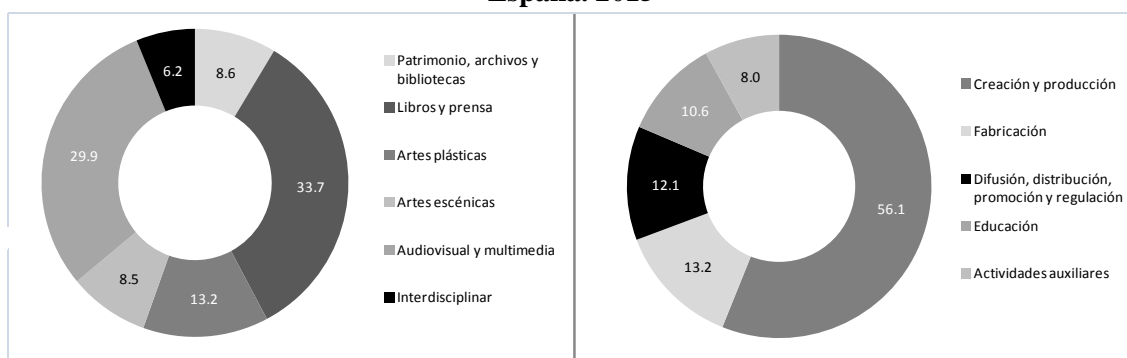
Descripción	Aporte al PIB (VA/PIB)
Banano y café	1.6% (2012-2014)
Sector cultural	2.2% (2013)

Fuente: Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria. Desempeño sector agropecuario 2012-2015

España

Los resultados de la Cuenta Satélite de la Cultura de España tratan de estimar el impacto global de la cultura en el conjunto de la economía nacional, ofreciendo indicadores sobre su aportación al producto interior bruto. El PIB de las actividades culturales durante el año 2015 alcanzó en España los 26,126 millones de euros. Por sectores, las mayores aportaciones fueron de Libros y prensa (33.7%) y los sectores Audiovisual y multimedia (29.9%), seguidos a más distancia de las Artes plásticas (13.2%). Por fases, entre las actividades nucleares destaca sobre todas las demás la aportación de la fase de Creación (56.1%). El resto de las actividades nucleares se sitúan entre el 10% y el 13%, quedando para las actividades auxiliares una aportación del 8%.

Gráfico 7. Aportación al PIB de las actividades culturales por sectores y por fases en España. 2015



Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Cuenta Satélite de la Cultura en España. Base 2010.

Todos los datos anteriores pretenden mostrar, desde una perspectiva macro, la importancia cuantitativa de la cultura en la economía de los países, resultado de un intento de evidenciar su potencialidad productiva, su reivindicación más allá de la relevancia social, identitaria o espiritual que esta pueda tener.

Desde dicha perspectiva, defendida principalmente por la UNESCO (UNESCO, 2009: 11-12), la dimensión social de la cultura es -tal y como se ha evidenciado en el capítulo anterior- indisociable de su dimensión económica, lo que implica reconocer “también” su capacidad para generar y redistribuir ingresos, para propiciar oportunidades de participación de jóvenes y mujeres en las actividades productivas, para preservar las prácticas tradicionales integrándolas en el ciclo económico (y empoderando de ese modo a sus artífices, casi siempre pueblos originarios), para apoyar el desarrollo local sostenible a través de la creación de industrias culturales basadas en emprendimientos locales que revitalicen el conjunto de la economía, tejido urbano y entorno territorial; en suma, para empoderar a personas y comunidades, mediante el estímulo y pleno reconocimiento (social y económico) del valor de su creatividad y diversidad cultural. Se trata, por tanto, de un enfoque que trata de superar las dicotomías entre lo social y lo económico, entre lo productivo y lo humano, entre lo macro y lo micro, entre el dato y el relato,

y que aboga por incorporar una perspectiva que, desde las ópticas tradicionales de referirse a la cultura (y a la economía), había sido desconsiderada o minimizada.

Sin embargo, como se ha expuesto con detalle en el capítulo 2, en términos efectivos la narrativa imperante no ha logrado trascender la dicotomía subyacente entre la perspectiva social y económica de la cultura, estableciendo dos territorios semánticos y de acción muy diferenciados. Una vez situada en el campo económico, se ha producido una apropiación del discurso desde enfoques economicistas resumidos en que *“la cultura vale porque vende”* y el indicador principal de ese valor lo constituye su aportación al PIB. Del *“además es economía”* que se pretendía reivindicar estamos transitando hacia el *“solo es economía”*, con dificultades evidentes para integrar de manera fluida y articulada la doble dimensión de la cultura a través de un discurso (y práctica) único, que sea consistente e integrador que, por otra parte, no entrañe la desaparición del sujeto. Obviamente, esta no es una tarea nada sencilla, dado que no solamente subyace el modelo de desarrollo desde el cual se construyen los datos, conocimientos e intervenciones en el ámbito de la economía cultural sino, por encima de ello, el modelo de pensamiento (dicotómico, abismal) desde el cual se conceptualiza, narra y actúa. La economía cultural es, pues, un espacio híbrido entre los campos (construidos como) social y económico, lo cual implica forzosamente participar de las tensiones y contradicciones que afectan a las categorías fronterizas (economía del cuidado, por ejemplo) que no encuentran acomodo en las narrativas propias del pensamiento abismal. No deja de resultar paradójico, no obstante, este aferrarse al valor de la cultura basándola en su peso en el PIB en un momento en que, desde cada vez más voces del mundo (mejor dicho, los mundos) del desarrollo, se está cuestionando severamente la relación tradicional entre PIB y progreso.

3.3 ¿Qué situación encuentran quienes crean y emprenden cultura?

Una vez dibujado (con la limitación derivada de la información comparativa disponible y recalcando sus sesgos teóricos y metodológicos) el panorama del sector en términos macro (el *“qué”* y el *“cuánto”*), a título ejemplificador en algunos países, en este epígrafe pretendo ahora acercarme a sus características desde una perspectiva de corte cualitativo y micro. Para ello, y partiendo de lo señalado en una selección de fuentes bibliográficas consultadas para esta tesis, pongo el foco en sus especificidades, problemas, fortalezas y retos más comunes del emprendimiento en la cultura.

Especificidades de la economía cultural

Se ha avanzado ya sobre el carácter singular de la cultura como actividad y, así, las características que lo distinguen de cualquier otra actividad económica determinan tanto sus potencialidades, como -también- las dificultades para desarrollo. Algunas aportaciones recalcan que la denominada economía cultural se diferencia del resto por su naturaleza identitaria, es por ello que no puede ser tratada del mismo modo que el resto de economías, no puede reducirse a su valor industrial y de mercado. *“La importancia de la creación está en que puede generar rentabilidades económicas importantes, pero sobre todo, en que es un potente dinamizador de la vida social”* (Rey, 2009: 134).

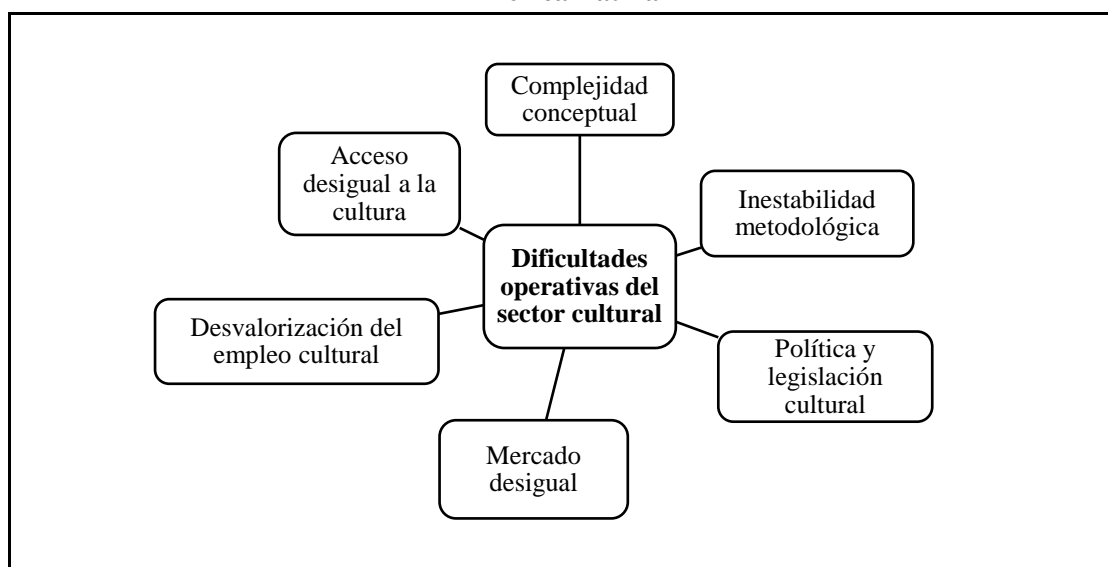
Algunas de las características diferenciadoras del sector son, desde esta perspectiva:

- *La relación con el producto.* Los bienes culturales poseen una dualidad en sus características, ya que no son solo un bien económico, también constituyen un producto cargado de contenidos simbólicos con componentes ideológicos y culturales.
- *Establecer un precio.* Esta dualidad constitutiva del mercado simbólico-cultural (Bourdieu, 2005) convierte a los bienes culturales en algo más que un producto con un precio de mercado determinado, su valor está por encima de lo económico, de especial forma para la persona creadora del mismo. Dicha característica complica la tarea de presupuestar los productos culturales, pues su valor es muy subjetivo, según lo que inspire o simbolice para la persona compradora, adquirirá un valor económico u otro.
- Unido a esta característica, las personas creadoras se enfrentan a una tradición histórica que entiende que la cultura se debe compartir y entregar de forma gratuita, ya que *la cultura nunca se había entendido como profesión ni como industria*; pero esta concepción de la misma y de los bienes culturales se ha transformado; y las personas creadoras reclaman su derecho a recibir una respuesta económica por el disfrute de sus creaciones.
- *Relación creador-comprador.* Con todo, coincido con Diego Ordóñez (VV.AA, 2006) en que, para la persona creadora, el valor de su obra nunca se reducirá a lo económico; el reconocimiento y el disfrute de la misma constituyen un valor esencial. En la mayoría de las ocasiones el comprador goza de una posición de ventaja sobre el creador, ya que el valor de su producto no se visualiza hasta la finalización del mismo. El problema del tiempo también se experimenta por parte de las personas creadoras, ya que la delimitación del mismo condiciona la calidad de su trabajo.
- *Los derechos de autor.* Los derechos de autor suponen uno de los principales ejes de la industria cultural debido a las características específicas de los productos culturales; fruto de la creatividad de una persona, debe concederse a la misma ciertos derechos sobre su obra. En este sentido, cobra especial atención la forma de difusión de las obras culturales, problemática que se incrementa con la evolución de las TICs, que facilita la difusión de las mismas en espacio y tiempo. Ante la facilidad para reproducir y difundir los bienes culturales, es necesario que la persona creadora cuente con un respaldo jurídico que le conceda derechos sobre su propiedad, algo cada vez más difícil.
- El derecho de autor comprende la protección de los *derechos morales*, a través de los cuales se protege el vínculo personal entre la persona creadora y su obra, y la protección de los *derechos patrimoniales*, mediante los cuales la creadora o el creador puede realizar, autorizar o prohibir a terceros las distintas formas de reproducción, difusión, comunicación pública, transformación, distribución pública, etc., de las obras. (VV.AA, 2006). Pero este modelo se encuentra en crisis, siendo las personas que se encuentran en el principio de la cadena de la creación y el emprendimiento cultural las más negativamente afectadas.
- La problemática de la *gestión cultural*. No existe en muchos casos conciencia de la figura de la persona gestora de la cultura, en multitud de ocasiones es el creador o la creadora quien ejerce a la vez de su propio gestor(a) cultural. Pero esta actividad requiere de un conocimiento teórico-práctico que incluye, entre otros, la normativa bajo la que actúa, los procesos culturales, las competencias de las entidades territoriales en el sector, las políticas culturales nacionales, departamentales y locales; la planificación, la institucionalidad y los espacios de participación ciudadana; así como las fuentes de financiación y los mecanismos para el control social de la gestión (VV.AA, 2006).

- Debe impulsarse la profesión de la gestión cultural y el desarrollo de unas capacidades básicas en esta materia por parte de las personas creadoras.
- *Formación cultural.* Existe escasa experiencia en la formación de profesionales del sector cultural, ya que históricamente la formación artística y cultural se recibía de la práctica misma y no había instituciones formadoras específicas. Debe impulsarse, por ello, la formación, cátedra y capacitación en vistas a profesionalizar la cultura (Rodríguez Oliva, 2015).

Dificultades operativas a las que se enfrenta la economía cultural

Ilustración 11. Dificultades operativas más comunes que enfrenta la economía cultural en América Latina



Fuente: Elaboración propia a partir de bibliografía

Las dificultades comienzan, como ha podido apreciarse en el capítulo 2, en el intento de establecer un concepto homogéneo sobre la cultura y las actividades económicas asociadas a la misma, dada la polisemia de dicho concepto y los modelos de desarrollo que subyacen, implícita o explícitamente, detrás de las distintas posiciones observadas. Del mismo modo, definir la economía creativa es una tarea de gran complejidad, ya que las diversas sociedades cuentan con contextos históricos y socioculturales específicos, en los cuales suele ser difícil encajar nociones compartidas respecto a temas que suelen ser muy sensibles.

Si ya existe una amplia dificultad en definir la cultura, relacionarla con el ámbito económico se convierte, como se ha visto también, en otra odisea. En muchos gobiernos y entornos académicos existe una tendencia a separar estos dos ámbitos; ofreciendo resistencias a culturizar la economía y a economizar la cultura (Achugar, 2000), provocando la escasez de estudios y la imposibilidad de crear un conjunto de *indicadores* que permitan medir y visualizar la importancia de la cultura en las economías de los diferentes países.

El ejercicio de cuantificar económicamente las actividades culturales y creativas se convierte en un reto complejo. A consecuencia de la inestabilidad metodológica no se dispone de una información objetiva que sirva para realizar análisis comparativos a nuestra disposición, ni una división sectorial más o menos homogénea. Asimismo, analizando la información disponible aprecio que *no existe conexión alguna entre esos intentos de medición macro* (oferta, demanda, PIB, desempeño de las grandes industrias) *y el análisis de las realidades micro* (posición,

ingresos y actividades de los creadores y emprendedores culturales en el plano local), constatándose una brecha patente y carencia de nexo entre ambas dimensiones. Dimensiones que aparecen divorciadas, ya sea en los conceptos y narrativas empleadas como en el diagnóstico de cada una de estas realidades, como si se tratase de universos paralelos.

Leonardo Ordóñez, refiriéndose al caso chileno pero brindando una reflexión perfectamente extrapolable al resto de países, reclama la construcción de indicadores y fuentes informativas que integren a las estadísticas la realidad de los protagonistas de la creación y la economía cultural, haciéndolo desde la doble perspectiva -económica y social- de la cultura e incluyendo también la perspectiva local.

“El desafío de lograr un ecosistema más colaborativo territorial, la gestión de empresas, la internacionalización y la economía del conocimiento, de manera de no sólo medir el PIB que desde el año 2008 se publica, sino que poner en valor indicadores que digan relación con el empleo, las cifras de exportación, la magnitud de la inversión privada y pública y lo que es aún más urgente, el real impacto de los bienes y servicios creativos en el desarrollo humano, en la inclusión social y en la calidad de vida de la gente en sus respectivos territorios. Implica para la Economía Creativa chilena, hacer un esfuerzo no menor de trabajar en conjunto en acciones que permitan la articulación” (Fundación Santiago Creativo, 2018).

Pero esta necesidad, así como la propia evolución experimentada por estas actividades, no van parejas con la legislación y políticas culturales, que quedan atrasadas, incapaces en su mayoría de ajustarse a las necesidades de los actores locales y de aprovechar las oportunidades de desarrollo social y económico que ofrece el sector en cuestión.

Otro de los obstáculos a los que se enfrenta específicamente la región latinoamericana, es el modelo de *comercio internacional* generador de grandes desigualdades entre los países “del norte y sur”. El peso de las industrias culturales de los países industrializados es bastante más valorado y está más presente a nivel mundial, mientras que muchos otros países no cuentan con la infraestructura necesaria para poder competir con ellos, convirtiéndose los países de mayor desarrollo económico y tecnológico en los principales líderes y beneficiarios del cambio (OEL, 2014b).

Dentro del comercio cultural, también es palpable la *desvalorización del empleo cultural*, (Achugar, 2000), consecuencia directa de la resistencia a considerar la cultura como una fuente de recursos económicos, algo que supone un obstáculo esencial para las personas creadoras, artistas, gestoras y demás trabajadoras de la cultura.

Más elocuentemente no lo pueden expresar los responsables de la Fundación Santiago Creativo respecto a lo que acontece en uno de los países de la región donde la economía cultural y creativa es más sólida, y donde los esfuerzos institucionales han tenido un mayor recorrido:

“Si seguimos así, el sueño de los emprendedores de contribuir con empleo de calidad, mejorar la producción, ampliar la participación en mercados internacionales, identificar estrategias sectoriales, lograr la felicidad de la gente a través de la creatividad y mejorar la calidad de vida, pese a estar en el discurso, continuará pendiente”.

Se puede decir más alto, pero no más claro, y quienes hablan son expertos conocedores del día a día de las y los artífices de esta economía... creativa, sí, pero no tan rentable como proyecto de vida y fuente de ingresos. Una realidad de precariedad que se suma al resto de problemáticas en

el sector como la *piratería*, que actúa como freno para el desarrollo de la economía cultural y creativa debido a la inexistencia, en muchos casos, de una legislación que proteja de manera efectiva a las personas creadoras.

Si se atiende a la estructura social de la región, cabe visibilizar el *acceso desigual* de la población a los bienes y servicios de las industrias culturales en función de los ingresos; “la demanda de las mismas se concentra en torno al 30% de la población, conformada por las clases medias y altas” (López y Amaya, 2006: 3), algo que tampoco sorprende y revela, una vez más, la necesidad de recuperar la visión de la cultura asociada al desarrollo. El nivel de ingresos es, de ese modo, un poderoso condicionante en la posibilidad de acceso a la cultura, además de que los modelos educativos vigentes reproducen la generación de asimetrías en la capacidad de comprender y experimentar la cultura.

¿Cuáles son -añadido a lo antedicho- otras barreras (legales, económicas, informativas, formativas; etc.) para la creación y proyección del emprendimiento cultural?

La situación de mercado desigual descrita anteriormente hace que existan *barreras de entrada* que dificultan el desarrollo de los emprendimientos culturales. Al ser el tamaño de mercado latinoamericano mucho más reducido que el de las culturas mayoritarias, existe un monopolio en muchos de los sectores culturales, privando a los mercados más pequeños de la oportunidad de competir.

Cuando se habla de barreras, puede hacerse desde dos conceptos diferentes: las barreras que obstaculizan el acceso al sector cultural en sí mismo, “barreras de entrada”, o aquellas referidas a la dificultad de mantenerse dentro, “barreras de permanencia”.

BARRERAS DE ENTRADA

"Aquellas dificultades que debe enfrentar una persona o firma para ingresar a un nuevo mercado. Desde la inversión mínima inicial (planta y equipos) hasta los requisitos regulatorios más estrictos (permisos y licencias), pasando por obstáculos culturales, entre otros."

Buitrago y Duque, 2013

Las dificultades en la creación y proyección del emprendimiento cultural dependen, lógicamente, del subsector analizado. Así, las barreras a las que se puede enfrentar un productor editorial, por ejemplo, no son las mismas que las que tiene que asumir uno audiovisual. A pesar de lo anterior, si parece generalizable que los emprendedores creativos carecen de diseño de modelo de negocios innovadores, de estrategias para conectar con una eventual demanda, de estrategias para la sustentabilidad de sus empresas y están inmersos en un entorno precario que muchas veces se convierte en un obstáculo para lograr internacionalizar su producción (Fundación Santiago Creativo, 2018). En consecuencia, lo que sí es aplicable a la mayoría de subsectores es la necesidad de promoción y apoyo público a las industrias culturales y creativas, desde las propias políticas del país. Las subvenciones o exoneraciones fiscales -fijas o temporales- son un buen ejemplo, pero el marco de necesidades es muchísimo más amplio.

Las empresas culturales y creativas tampoco cuentan, generalmente, con un modelo de *acceso a la financiación* que sea efectivo para los requerimientos del sector, porque los bancos y los servicios financieros consideran que las industrias culturales y creativas son empresas de alto riesgo (UNESCO, 2010a).

Un apunte sobre las fortalezas

Atendiendo a los factores que favorecen el desarrollo de la cultura de manera universal, el que más suele destacarse en la actualidad es el desarrollo *de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs)* que potencialmente beneficia a las industrias culturales al facilitar la creación y la difusión de los productos culturales; aunque hay que tener presente que el avance y la velocidad de las TICs es continuo y es necesario mantenerse actualizado (Buitrago y Duque, 2013).

Las TIC han resultado ser un trampolín para una parte de los emprendimientos culturales existentes, les permite llegar a públicos más extensos de los que cabría imaginar antes de su desarrollo, ampliando el círculo de posibles consumidores. *“Afortunadamente con Internet hoy es posible buscar audiencias en millones de hiper segmentos de audiencias. En este cibermercado de la abundancia (Economía Long Tail) se dice que todo producto encontrará siempre un comprador en la red”* (Santiago Creativo, Corfo, Acti, 2015). Pero se hace necesario reiterar aquí lo que resumiría en algunas de las interrogantes centrales de mi tesis: ¿qué cultura se emprende? y, sobre todo, ¿quién, cómo y dónde emprende cultura? Desde esa perspectiva, las TIC son a la vez oportunidad para incluir pero, igualmente, amenaza de exclusión de las manifestaciones culturales y, por encima de todo, de las personas y comunidades que no cuentan con el poder y las herramientas para insertarse en los canales globales por los que circulan las creaciones y expresiones simbólicas en las sociedades actuales.

Por otro lado, en el caso de América Latina suelen destacarse también dos factores que la sitúan en cierta posición ventajosa respecto al pasado: el hecho de contar con los mercados de más acelerado crecimiento del mundo (Achugar, 2000) y haber experimentado en los últimos años un período económico positivo; y por otro lado, su bono demográfico. *“Las tasas de dependencia de la población descienden hasta alcanzar mínimos históricos, proporcionando así las bases demográficas de esta ventana de oportunidades que no hace más que aumentar el talento humano disponible”* (VV.AA, 2012b; 17).

Además, no hay que olvidar que Latinoamérica cuenta con una gran riqueza cultural que la dota de una enorme cantidad de recursos, talento creativo y un importante patrimonio cultural, si bien insuficientemente reconocido y valorado.

Esto es así, en principio. Pero ¿existe realmente una industria de contenidos culturales propios en la región, al igual que en sus países y comunidades, que compita con las industrias culturales globales hegemónicas?, ¿se aprecia la existencia de unas instituciones y públicos dispuestos a invertir y apoyar, en el primer caso, y a sostener dicho mercado a través del consumo y la apropiación, en el segundo? Sin esa condición, todas las ventajas anteriores perderían su sentido. Porque, como muy bien señala el gestor cultural mexicano Carlos Villaseñor, *“para lograr la mayor presencia simbólica de lo latinoamericano y del idioma español en el flujo de las sociedades del conocimiento, no basta ser una potencia cultural, sino transformar esa potencia en acto; es decir, hacer que todo ese bagaje cultural sea fuente de creatividad, sirva para la formación de habilidades y capacidades para acceder y participar en el flujo de las sociedades del conocimiento, fomente la convivencia de la diversidad y estimule la invención de nuevas formas para la resolución pacífica de las controversias”*. (Villaseñor, 2014b).

Por ello, volveré a este punto crucial para profundizar en él en los capítulos dedicados al caso de Panamá, así como en las conclusiones de mi tesis.

Necesidades de la economía cultural y el emprendimiento

Ante este contexto de dificultades y oportunidades, en la bibliografía consultada se hace hincapié en que los gobiernos deben diseñar planes efectivos que incluyan objetivos tales como:

- Rediseñar o actualizar las *políticas culturales*, asegurando en la práctica la defensa y disfrute de los derechos culturales, el acceso a los bienes culturales y el respeto a la diversidad cultural (democratización y democracia cultural). Organismos de referencia como CEPAL y OEI destacan asimismo la necesidad de políticas que fomenten la creación y faciliten la internacionalización de los bienes y servicios culturales.
- Reformular y potenciar la *legislación cultural*, atendiendo a la creación y actualización de leyes específicas e integrales de cultura, los derechos de autor, la circulación de bienes culturales, estableciendo planes de acción y toda otra iniciativa relacionada con el fomento y protección de la producción cultural desde la base. “*Es necesario el análisis cuidadoso de la normatividad existente y, en particular, realizar una reflexión profunda sobre las posibilidades de hacer de la gestión de los derechos de autor y de la propiedad intelectual una palanca de desarrollo y no un espacio conflictivo que aparentemente se aleja más y más de los intereses de la sociedad.*” (Cruz, 2010; 85).
- *Aumentar el gasto público en cultura*, con la intención de lograr el objetivo planteado en la X Conferencia Iberoamericana de Cultura (Valparaíso, Chile, julio de 2007) que se propuso destinar al fomento de la cultura un mínimo del 1 % del presupuesto general de cada Estado para el año 2021 (OEI, 2014b).
- *Promover una metodología común* que posibilite los análisis comparativos y la recolección de información necesaria para conocer las características de la industria cultural, actualizando los sistemas estadísticos; así como la promoción de estudios acerca del ecosistema cultural de cada país, estudiando las aportaciones económicas de la cultura, los obstáculos que encuentran las y los profesionales de la cultura, las líneas de acción sobre las que se debe trabajar, etc. Para facilitar la medición, sería necesario realizar una *delimitación conceptual* que sintetice la complejidad de los mismos y facilite su comprensión y agrupación (OEI, 2014b), tanto de la cultura, como de sus sectores de actividad.
- Uno de los objetivos cuando menos explicitados por la práctica totalidad de las instituciones de referencia es el de *democratizar la cultura*, facilitando su acceso a toda la ciudadanía, independientemente de sus condiciones socioeconómicas. Se puede fomentar la *participación ciudadana* en la cultura aprovechando el poder de los medios de comunicación para la difusión y haciéndola más asequible económicamente.
- Establecer diferentes vías de *financiación* destinadas a la creación y extensión cultural, instaurando un régimen mixto, creando fondos y ayudas de naturaleza pública y privada; además de constituir un régimen legal sobre *mecenazgo*. La OEI establece como una necesidad, el fomento de alianzas entre el ámbito público y privado, buscar la participación privada en los proyectos culturales y movilizar la cooperación internacional, fomentar el patrocinio, auspicio o donaciones de las empresas privadas ajenas a la cultura, creando redes de apoyo a la misma, etc.
- Aumentar el acceso y el número de programas que fomenten la *formación y capacitación* de recursos humanos para la gestión cultural y artística.
- Insertarse activamente en la *revolución digital*, incluyendo las TICs en las industrias culturales que faciliten el acceso, la participación, la creación y la difusión de las mismas, así como la creatividad y diversidad cultural que constituyen una riqueza abrumadora para Latinoamérica (Buitrago y Duque, 2013).

Profundizaré en el capítulo 5 sobre todos estos aspectos, contrastando estas informaciones y propuestas con la realidad del sector, incluyendo la de sus artífices principales, en Panamá. Avanzo que me detendré, en particular, en un análisis de la consistencia entre los datos y discursos macro y las realidades micro, tratando de identificar mejor las interrelaciones (o la carencia de ellas) y, en su caso, las razones que pueden explicar unas discordancias que se aprecian ya con claridad en el presente capítulo.

Antes de llegar a ese punto, y con el propósito de ampliar la visión panorámica acerca de la realidad del sector desde un enfoque práctico, pasaré ahora a realizar en el capítulo 4 un recorrido por las políticas y experiencias internacionales más destacadas en este campo, centrándome en los países de América Latina y España.

4. Políticas, experiencias y financiación internacional en el contexto iberoamericano

Ha podido apreciarse en los capítulos anteriores el gran interés que ofrece esta temática, a nivel conceptual, estadístico y, como es natural, sobre todo práctico. Porque si es relevante lo que se dice, lo fundamental y definitivo es lo que se hace, y esto apunta directamente y en primer lugar al rol de las políticas públicas, tal y como ha podido constatarse en el apartado anterior. Este capítulo, por tanto, pone el foco en ellas, al identificar una serie de políticas e iniciativas que apuestan por lograr el compromiso de los Estados, ciudades y gobiernos locales en pro del desarrollo cultural de sus entornos. Dentro, todo hay que decirlo, de la existencia de grandes asimetrías entre países y la consideración mayoritaria de la cultura, en buena parte de los casos, como una “política menor”.

Lo que parece claro es que la forma en que se constituye la política cultural y su institucionalidad en cada país condiciona el tipo, la capacidad y el valor que tienen o tendrán las actividades (y actores) de la economía cultural y creativa. Es por ello por lo que se debe prestar especial atención al *marco legislativo y político* de los países pues, dependiendo del mismo, el gobierno puede actuar como facilitador o como obstáculo para el desarrollo de los emprendimientos culturales y del sector en general.

A nivel regional, es necesario destacar algunos organismos de referencia en Iberoamérica - impulsores de diversas y exitosas acciones en materia cultural y de desarrollo- como la OEI y la SEGIB, a las cuales ya se ha hecho mención en el capítulo 2.

La *Organización de Estados para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI)* es un organismo internacional de carácter gubernamental para la cooperación entre los países iberoamericanos en el campo de la educación, la ciencia, la tecnología y la cultura en el contexto del desarrollo integral, la democracia y la integración regional. Entre sus objetivos se encuentra el de fomentar el desarrollo de la educación y la cultura como alternativa válida y viable para la construcción de la paz, mediante la preparación del ser humano para el ejercicio responsable de la libertad, la solidaridad y la defensa de los derechos humanos, así como para apoyar los cambios que posibiliten una sociedad más justa para Iberoamérica. La OEI es una importante fuente de información cultural constituyéndose como uno de los organismos esenciales en el desarrollo de estudios y agrupación de datos y bibliografía de los países que conforman la región Iberoamericana.

Por su parte, la *Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)* es un órgano permanente de apoyo institucional y técnico a la *Conferencia Iberoamericana* y a la *Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno*, integrada por los 22 países de la región. Entre sus objetivos están:

- Contribuir al fortalecimiento y la cohesión de la Comunidad Iberoamericana e impulsar su proyección internacional.
- Colaborar en la preparación de las Cumbres de Jefes de Estado y de Gobierno en estrecha coordinación con la correspondiente Secretaría Pro Témpore.
- Fortalecer la labor desarrollada en materia de cooperación en el marco de la Conferencia Iberoamericana, de conformidad con el convenio de Bariloche.
- Promover los vínculos históricos, culturales, sociales y económicos entre los países iberoamericanos, reconociendo y valorando la diversidad entre sus pueblos.

- Ejecutar los mandatos que reciba de las Cumbres y Reuniones de Ministros de Relaciones Exteriores iberoamericanos.
- Coordinar las distintas instancias de la Conferencia Iberoamericana con los demás organismos iberoamericanos.

En cuanto a las acciones realizadas en materia cultural por la SEGIB, cabe destacar los programas iberoamericanos (Ibermúsica, Iberarchivos, Iberartesanías, etc.) que constituyen un importante apoyo institucional, técnico y económico para los países de la región. En la segunda parte de este capítulo detallaré su contenido y los recursos que estos programas ofrecen, aportando un espacio de impulso y acompañamiento a las políticas nacionales.

Aterrizando -ahora sí- en la realidad de cada uno de los países, se observa que en las últimas décadas se ha registrado, en mayor o menor medida, una serie de modificaciones legislativas y en las políticas públicas, para ampliar sus enfoques.

La organización institucional en el campo de la cultura se ha ido, asimismo, transformando hasta convertirse el modelo ministerial en el predominante en Iberoamérica. El objetivo de estos organismos ha sido crear un marco legal que regule los diferentes ámbitos de la actividad cultural, además de intentar dar valor a las industrias culturales nacionales, a la promoción de la diversidad cultural y a la integración regional de la cultura. La presencia de la cultura en la economía se ha tratado de fortalecer, si bien -como se decía- con notables lagunas y diferencias entre unas naciones y otras.

A pesar de estos avances, hoy día sigue siendo tarea pendiente adaptar las políticas a los contextos y exigencias que experimentan los territorios. Se analizarán a continuación las políticas más relevantes de algunos de los países iberoamericanos para examinar la forma en que estas pueden desempeñar, pese a los límites apuntados en capítulos anteriores, un papel facilitador si abren oportunidades a las personas emprendedoras y creadoras culturales. Contar con una política facilitadora que proteja, valore y fomente tanto la cultura como la creatividad y la industria cultural -poniendo en el centro a sus protagonistas-, es lo que promueve dentro del país en cuestión un entorno favorable para los emprendimientos culturales, todo lo opuesto en el caso de los países que apenas consideran la cultura como fuente de desarrollo humano y económico.

4.1 Políticas favorables al emprendimiento cultural en América Latina

A la hora de desplegar sus políticas en la materia, los gobiernos de aquellos países que apuestan en mayor medida por desarrollar su sector cultural, suelen tener en cuenta áreas de proximidad que favorecen el desarrollo de emprendimientos culturales. Se trata de nichos de soporte cuyo desarrollo influye directamente en la evolución de la creatividad y la transformación de las ideas en bienes y servicios culturales. Algunas de las áreas más comunes son:

- ✓ Investigación, Desarrollo e innovación creativa y cultural: *I+D+i*.
- ✓ Formación técnica especializada en actividades creativas.
- ✓ Gobernanza (institucionalidad) y Derechos de Propiedad Intelectual.
- ✓ Educación profesional creativa.
- ✓ Financiación y ayudas que impulsen la creación y difusión de la cultura.

Como he señalado en el apartado de metodología, en esta tesis he llevado a cabo una investigación secundaria centrada en los principales países de América Latina; el criterio de selección de los mismos se ha basado en las medidas políticas y legislativas llevadas a cabo por los gobiernos y las actividades y experiencias significativas en el marco de la cultura, así como su contexto y la diversidad cultural de su población. El objetivo de esta búsqueda ha sido hallar aquellas experiencias dentro del marco político-legislativo que pueden considerarse reveladoras para interpretar -y en su caso potenciar- el emprendimiento cultural en Panamá.

Los países escogidos han sido: Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, México, Paraguay, Perú y Uruguay en América Latina. Para completar la búsqueda, se ha llevado a cabo el mismo proceso con el gobierno de España, debido a la cooperación que realiza en la región latinoamericana y su cercanía con la misma.

Aunque es conveniente indicar que no siempre los países con un buen marco normativo logran los objetivos propuestos, cabe señalar el caso de Colombia como ejemplar -tanto en lo normativo como en lo efectivo- ya que el diseño de su política ha supuesto un referente a nivel internacional en términos de desarrollo económico y cohesión social. La propia UNESCO se hace eco de este recorrido y así lo presenta en alguna de sus publicaciones.

El caso colombiano como referente

A partir del año 2007, el *Ministerio de Cultura de Colombia* decidió apoyar con fuerza el desarrollo de empresas y emprendimientos culturales. La tarea de construir un sistema integral se apoyaba sobre escasos antecedentes, por lo cual se comenzó por constituir un equipo competente para diseñar y llevar a cabo esta política.

Luego se decidió efectuar un mapeo de los componentes de la Red de Competitividad preexistente, con el objetivo de estimular el emprendimiento en todos los niveles de la actividad productiva y de formación profesional. Esta red estaba formada por instituciones políticas, económicas y educativas del país, y conformó la base sobre la cual se construyó esta nueva política cultural. Su mapeo permitió conocer la articulación y el comportamiento de las distintas cadenas de valor de los subsectores culturales, así como sus puntos fuertes y débiles internos y externos.

Cuando el mapeo estuvo terminado y las necesidades y líneas de intervención fueron definidas, se procedió a una tarea de difusión y concientización centrada en los responsables de las decisiones políticas y económicas del país, poniendo el énfasis en la necesidad de producir reformas multidisciplinares. Estas implicaban, sobre todo, la necesidad de una nueva arquitectura económica, pues tales industrias presentan un comportamiento atípico con respecto a las industrias tradicionales. Para ello fue necesario establecer una comunicación eficaz que permitiera dialogar con múltiples instituciones.

El resultado de este entramado de colaboración transversal se tradujo en las siguientes líneas maestras de intervención, que fueron aplicadas a distintos productos y servicios culturales:

- Creación de marcos normativos de fomento.
- Reformas en formación específica, en emprendimiento y gestión y en derecho de autor.
- Establecimiento de sistemas de financiación y apoyo al emprendimiento.
- Investigación sobre el impacto económico de las industrias culturales: directo, indirecto y conexo.
- Descentralización: proyectos piloto en las distintas regiones del país con el fin de crear modelos de intervención.
- Articulación transversal con otras áreas del Ministerio.

Colombia se convierte en uno de los pocos países de la región que elaboran una *Ley General de Cultura*, aprobada en 1997 y actualizada por última vez en 2008, con el objetivo de establecer medidas políticas que solventen las dificultades para el fomento de las industrias culturales. Una de las medidas más relevantes fue la puesta en marcha del *Plan Nacional de Cultura (2001-2010)*, elemento que fue esencial para la constitución del actual ecosistema cultural del país.

Las acciones promovidas por el mismo se centraron en el desarrollo de incentivos fiscales y tributarios, la implementación de líneas de fomento financiero, el fortalecimiento de las asociaciones de personas creadoras, productoras y distribuidoras, la formación artística y técnica de los actores del sector, la protección de los derechos de autor y la búsqueda y apertura de mercados internacionales.

Otras medidas relacionadas con el emprendimiento cultural que se destacan en el país son: su política para el emprendimiento y las industrias culturales, que impulsó la creación del Sistema Nacional de Información Cultural; la política de las artes, proveedora de múltiples programas que ofrecen formación en emprendimiento y la *Ley de fomento a la cultura del emprendimiento*, que establece la obligación de asignar recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, así como la gestión de acuerdos con entidades financieras con el fin de hacerlas partícipes del fomento de la industria cultural.

Además del desarrollo de un marco legislativo, el Gobierno ha impulsado la creación de múltiples fondos económicos para diferentes industrias culturales, que han favorecido la creación, mejora y difusión de los productos culturales, además de facilitar el acceso a los mismos, llevando a cabo medidas de desarrollo local a través de iniciativas como el Programa de Laboratorios Sociales de Cultura y Emprendimiento (Laso), que se destacarán como experiencia significativa más adelante.

No solo Colombia ha llevado a cabo un Plan de Cultura que guíe las políticas culturales; también Argentina, Brasil y Paraguay han desarrollado sus propios planes. Por su parte, los gobiernos de Chile, Perú y México han diseñado también su propia política cultural. Y qué decir del rol central que la cultura tiene en la vida del pueblo cubano, así como del apoyo central que recibe del Estado.

Del *Plan Nacional de Igualdad Cultural de Argentina* cabe destacar la *Red Federal de Cultura Digital*, que pretende conseguir la igualdad en el acceso a la producción, la documentación y la visualización de iniciativas culturales y la promoción y estímulo a la innovación en las Artes y las Industrias Culturales, democratizando la cultura. Desarrolla varios programas:

- Programa de promoción de la Música, se basa en la organización de concursos y cursos de capacitación, así como la creación de espacios para la producción musical.
- Creación del *Banco de la Música en Red*, herramienta digital para la promoción federal, reconocimiento y resguardo de la música argentina y sus artistas a través de una plataforma online.
- Programa de promoción de las Artes: Promueve la creación, difusión y reconocimiento de obras artísticas y acompaña la formación de artistas, aprovechando el potencial de las TICs en los procesos de realización y exhibición.
- Programa de experimentación teatral asociada a las nuevas tecnologías y programa para la promoción del teatro y la danza.

- Programa de promoción a las Industrias Culturales: Se basa en la articulación de distintos espacios con el fin de potenciar el desarrollo de la investigación y la producción del área cultural, promoviendo su inserción regional e internacional.

Otras iniciativas relacionadas con el emprendimiento cultural y las industrias creativas son: la Academia Argentina Emprende + Cultura, que ofrece capacitaciones en economía creativa, sus industrias y como lograr un emprendimiento cultural sustentable; MICA, que es el principal mercado de industrias creativas de Argentina, reúne emprendedores de los seis sectores de las industrias creativas: artes escénicas, audiovisual, diseño, editorial, música, y videojuegos; el Programa Red de Ciudades Creativas, para contribuir a visibilizar los ecosistemas creativos locales, promover una agenda de desarrollo de las industrias creativas y fomentar el trabajo colaborativo entre los municipios que la integren.

Argentina también pone a disposición pública diferentes fondos de ayuda al emprendimiento cultural como el *Fondo Nacional de las Artes*, el *Fondo Argentino de Desarrollo Cultural y Creativo* o el *Fondo de Fomento Cinematográfico*.

Las nuevas Políticas Culturales 2017–2022 chilenas de los sectores artísticos de artes escénicas, artes de la visualidad, artesanía, arquitectura, diseño, audiovisual y música, nacen con el objetivo general de la nueva política cultural chilena de contribuir al desarrollo cultural y patrimonial armónico y equitativo del país en toda su diversidad, reconociendo y valorando las culturas de los pueblos indígenas, la diversidad geográfica y las realidades e identidades regionales y locales. En este marco, la consideración de la figura del sujeto creador y el apoyo al desarrollo y la sustentabilidad de las correspondientes industrias son algunos de los principales ejes en los sectores de artesanía, audiovisual y música.

Estas nuevas políticas culturales se enmarcan en el proceso de instalación del fomento a la economía y la industria creativa chilena, iniciado con el presente siglo con el foco puesto en el cine y la industria audiovisual y extendido posteriormente al resto de disciplinas artísticas y culturales. Los principios estratégicos en los que se basa este proceso son:

1. Ampliar la matriz productiva.
2. Descentralización.
3. Vinculación con Ciencia, Innovación y Tecnología.
4. Fase de instalación - EEE: Emprendimiento, Empleo, Exportación.
5. Áreas estratégicas relacionadas con la economía creativa: Educación, Política Exterior, Trabajo, Agricultura, Desarrollo Social, Hacienda, Economía y Cultura.

Bajo estos principios estratégicos, y teniendo en cuenta que la economía creativa es un sector económico que forma parte del sector cultura, se hace necesario articular la política cultural con la política económica y la de los diferentes sectores creativos que forman parte de la industria creativa chilena.

Chile también pone a disposición diversos fondos para financiar el desarrollo y la creación cultural como el *Fondo Nacional para el Desarrollo Cultural y las Artes (FONDART)*, el *Fondo de Fomento Audiovisual* y el *Fondo de Fomento de la Música*. Veremos, en todo caso, si estas políticas se mantienen tras las recientes elecciones, ganadas por el conservador Sebastián Piñera.

Cuba, por su parte, es un país en el cual la cultura se encuentra instalada en el ADN de su sistema político e, igualmente, en las señas de identidad de la isla antillana. Además de la abundante legislación existente y el hecho de que la cultura disponga de rango ministerial desde 1976, la política cultural del país incluye la dotación de una notable red de infraestructuras (bibliotecas, casas de la cultura, teatros, museos, archivos, portales, etc.), la integración de competencias artísticas en el currículum escolar, la organización de ferias anuales que han conseguido situarse como referentes internacionales (libro, cine, jazz, danza...), la previsión de distintos modos de apoyo y visibilidad a los creadores/as o la realización de planes de recuperación del patrimonio cultural para el desarrollo, como es el caso del Plan Maestro de Revitalización de La Habana Vieja. Sin embargo, con todo y la inmensa potencia cultural del país, así como del reconocimiento social que tienen los artistas, la realidad es que resulta casi imposible para los mismos vivir de esta actividad ni tampoco emprender en ella.

Perú dedica en su *Política Cultural (2013-2016)* especial protagonismo al emprendimiento cultural, siendo sus lineamientos los siguientes:

- Impulsar una perspectiva intercultural.
- Promover la ciudadanía.
- Fortalecer la institucionalidad.
- Alentar la creación cultural.

Para ello, se establecen las siguientes actividades: adecuación de la legislación a los requerimientos del fomento de la cultura; fomento de la inversión privada en materia cultural, en conjunto con la pública, impulsando una ley que viabilice el mecenazgo; la mayor utilización de los espacios públicos para la máxima difusión de las expresiones culturales; la suscripción de convenios o alianzas entre el Ministerio y organizaciones públicas y privadas para fomentar la cultura y preservar el patrimonio cultural, entre otras.

No obstante, en la actualidad Perú está trabajando en la construcción de una Política Nacional de Cultura y en su plan de implementación 2018-2021, que todavía está en su fase de diseño, previa a su validación, socialización y aprobación final.

Otro de los países clave es México, cuya política cultural -entre sus objetivos- promueve la mejora del sistema de estímulos públicos a la creación artística e intelectual nacional, la generación de modelos de cooperación que posibiliten el desarrollo artístico y cultural mediante la articulación y optimización de recursos provenientes de los tres órdenes de gobierno, impulsar el fortalecimiento de procesos culturales comunitarios, la correcta aplicación de los recursos públicos y disponer de un marco claro de colaboración con patronatos y asociaciones; así como la búsqueda de apoyos y donativos a los programas de las instituciones culturales.

Dentro de este marco político, destaca el *Programa Especial de Cultura y Arte (2014-2018)*, que se rige en base a seis objetivos:

1. Promover y difundir las expresiones artísticas y culturales nacionales fomentando la presencia del país en el extranjero.
2. Impulsar la educación e investigación artística y cultural.
3. Mejora de la infraestructura cultural - espacios y servicios- e impulsar su utilización.
4. Preservar, promover y difundir el patrimonio y la diversidad cultural.

5. Apoyar la creación artística y desarrollar las industrias creativas para reforzar la generación y acceso a bienes y servicios culturales.
6. Posibilitar el acceso universal a la cultura aprovechando la tecnología digital.

Además, la reciente Ley General de Cultura y Derechos Culturales mexicana pone el énfasis en el reconocimiento, el ejercicio, el respeto y la protección de los derechos culturales de las personas, así como el acceso, la participación y el disfrute de personas y comunidades de la cultura.

Dentro de las actuaciones primordiales a realizar por parte de las instituciones en Latinoamérica, además de la articulación de una estructura legislativa y política adecuada a los contextos específicos de los países, se encuentra el fortalecimiento de los *Sistemas Estadísticos Nacionales (SEN)*. En este contexto, varios de los países que conforman América Latina han comenzado a implantar una metodología común basada en la *Cuenta Satélite de la Cultura (CSC)*, un sistema de información que permite conocer las características económicas de la cultura de manera confiable, consistente y continua. Costa Rica es, sin duda, el ejemplo a seguir por el modo en el que ha implantado la CSC, su diseño de la *Encuesta Nacional de Cultura y el Sistema de Información Cultural* que en conjunto, brindan datos consistentes y actualizados para orientar la política pública y la toma de decisiones.

A continuación se presentan un conjunto de fichas que resumen la información más relevante recabada de cada país examinado. Los ámbitos que se describen en las mismas son los siguientes:

- Situación institucional de la cultura (Ministerio, Consejo, Secretaría, etc.).
- Acciones estatales más significativas, objetivos y ejes de las mismas.
- Políticas culturales destacadas.
- Iniciativas/programas a destacar en el ámbito del emprendimiento.
- Sectores culturales definidos por el país o las instituciones culturales de referencia que actúan en él.
- Otras normativas vinculadas a la cultura.
- Fuentes de financiación relevantes en el país.

Para acceder a una descripción ampliada de las diferentes leyes y políticas de referencia en el país, así como otros rasgos considerados destacables (fuentes de financiación, instituciones, programas e iniciativas de valor en el marco cultural), consultar el *Anexo 2. Detalle de políticas e iniciativas de referencia en el sector cultural desde la perspectiva del emprendimiento*.

Políticas de cultura y emprendimiento cultural por países

Tabla 11. Política cultural de Argentina

Argentina
Situación institucional de la cultura: Ministerio de Cultura (http://www.cultura.gob.ar).
Acciones estatales significativas: <ul style="list-style-type: none">- Plan Nacional de Igualdad Cultural, Decreto Ley 345 (2012-actualidad).- Proyecto de Ley Federal de las Culturas (propuesta en 2014, presentado en el Congreso en junio)

de 2017, no vigente).
Objetivos: <ul style="list-style-type: none">- <u>Plan Nacional de Igualdad Cultural</u>: Permitir el acceso a la infraestructura, la conectividad y las nuevas tecnologías en el proceso de producción y circulación de bienes artísticos y culturales con intención de abrir oportunidades de participación a toda la comunidad.- <u>Proyecto de Ley Federal de las Culturas</u>: Crear una ley general de culturas que establezca la redistribución de la riqueza y los bienes culturales materiales y simbólicos, la inclusión y desarrollo de la diversidad y pluralidad cultural, lingüística y artística y la emancipación social y cultural de todos los habitantes de la República Argentina.
Ejes: <p>Ejes del Plan Nacional de Igualdad Cultural:</p> <ul style="list-style-type: none">- <u>Red Federal de Cultura Digital</u>, se conforma de 3 programas:<ol style="list-style-type: none">1. Programa para el desarrollo de la Red Federal de Cultura Digital.2. Programa para el desarrollo de Centros de Creación Cultural asociados a las nuevas tecnologías.3. Programa de integración tecnológica y promoción a la radio.- <u>Infraestructura Cultural</u>: Mantenimiento y mejora de espacios culturales y creación de producción cultural.- <u>Promoción y Estímulo a la Innovación en las Artes y las Industrias Culturales</u>.- <u>Centro Cultural Bicentenario como sede del Plan</u>.
Políticas culturales a destacar: <ul style="list-style-type: none">- Plan Nacional de Igualdad Cultural.- Proyecto de Ley Federal de las Culturas.- Cuenta Satélite de la Cultura.
Iniciativas/programas a destacar en el ámbito del emprendimiento: <ul style="list-style-type: none">- <u>Programa para el desarrollo de Centros de Creación Cultural</u> asociados a las nuevas tecnologías: Creación de espacios solidarios y comunitarios para el desarrollo de proyectos culturales y la realización de obras artísticas en general, destinados a la promoción de las culturas locales y abiertos a los diferentes sectores artísticos en todas las regiones.- <u>Promoción y Estímulo a la Innovación en las Artes y las Industrias Culturales</u>: Se encarga de fomentar las producciones vinculadas al teatro, la danza, la música y las industrias culturales, entre otras, y la experimentación en nuevos formatos artísticos para generar contenidos audiovisuales digitales, que serán distribuidos por la Red Federal de Cultura Digital.- <u>Academia Argentina Emprende + Cultura</u>: Programa cuyo objetivo es brindar herramientas teóricas para el desarrollo de emprendimientos en general, y de cultura en particular. Ofrece capacitaciones en economía creativa, sus industrias y como lograr un emprendimiento cultural sustentable.- <u>Programa Red de Ciudades Creativas</u>: Orientado a contribuir a visibilizar los ecosistemas creativos locales, promover una agenda de desarrollo de las industrias creativas y fomentar el trabajo colaborativo entre los municipios que la integren.
Sectores culturales: <p>El MICA alude a seis sectores en las industrias creativas: Audiovisual, música, artes escénicas, editorial,</p>

diseño, videojuegos.
<p>Otras normativas vinculadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fondo Nacional de las ARTES. - Ley NACIONAL DEL TEATRO. - Ley de Fomento a la ACTIVIDAD TEATRAL. - Ley de Fomento a la ACTIVIDAD CINEMATOGRAFICA NACIONAL. - Ley de EXENCIÓN DE IMPUESTOS a actores, autores, directores, productores y técnicos de espectáculos teatrales.
<p>Fuentes de financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fondo Argentino de Desarrollo Cultural y Creativo. - Fondo Nacional de las Artes. - Instituto de Cultura Pública. - Fondo de Fomento Cinematográfico. - Programa MICA. - Plataforma Futuro. - Múltiples convocatorias, becas y concursos nacionales. - Fondo IBERMÚSICAS. - Fondo MERCOSUR Cultural.

Tabla 12. Política cultural de Bolivia

Bolivia
<p>Situación institucional de la cultura: Ministerio de Culturas y Turismo http://www.minculturas.gob.bo/)</p>
<p>Acciones estatales significativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ley Patrimonio Cultural Boliviano (Ley n° 530 de 23 de mayo de 2014).
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Normar y definir políticas públicas que regulen la clasificación, registro, restitución, repatriación, protección, conservación, restauración, difusión, defensa, propiedad, custodia, gestión, proceso de declaratorias y salvaguardia del Patrimonio Cultural Boliviano.
<p>Ejes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creación de Fondo De Fomento Del Patrimonio Cultural Boliviano (FONPAC). - Registro y protección del patrimonio cultural.
Políticas culturales a destacar:
<p>Iniciativas/programas a destacar en el ámbito del emprendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creación del Consejo Nacional del Cine. - Registro Plurinacional de Artistas.
Sectores culturales: No definidos.

<p>Otras normativas vinculadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ley del CINE. - Ley que crea la Fundación Cultural del Banco Central de Bolivia. - Ley de creación del Consejo Nacional del Cine. - Ley N° 2206, 30 de mayo de 2001 y Decreto Supremo N° 1241, de exenciones fiscales a las actividades de producción, presentación y difusión de eventos, teatro, danza, música nacional, pintura, escultura y cine, que sean producidos por artistas bolivianos, y registro de artistas bolivianos.
<p>Fuentes de financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - CONACINE. - Fundación Cultural Banco Central de Bolivia.
<p>Observaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Así como existe una Ley General de Turismo, no existe una Ley General de Culturas. - En los últimos años han surgido desde la sociedad civil varios proyectos de leyes relacionados con la cultura, los artistas y algunos sectores culturales, aunque ninguno ha salido adelante: - Anteproyecto de Ley Marco de Culturas Boliviano. - Proyecto Ley General de Arte y Cultura. - Anteproyecto de Ley del Artista.

Tabla 13. Política cultural de Brasil

<p>Brasil</p>
<p>Situación institucional de la cultura: Ministerio de Cultura (http://www.cultura.gov.br/)</p>
<p>Acciones estatales significativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ley de Cultura Viva (2014- actualidad). - Plan Nacional De Cultura (PNC) (2010-2020).
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Ley de Cultura Viva</u>: incrementar el acceso de la población a sus derechos culturales mediante el fortalecimiento de las acciones de los grupos culturales activos en la comunidad. - <u>Plan Nacional de Cultura</u>: planificación y ejecución de las políticas públicas que garanticen el derecho constitucional a la cultura; la protección y promoción del patrimonio y la diversidad étnica, cultural y artística; mayor acceso a la producción y el disfrute de la cultura; la inclusión de la cultura en modelos sostenibles de desarrollo socio-económico y la creación de un sistema público y participativo de gestión, seguimiento y evaluación de las políticas culturales.
<p>Ejes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Protección y promoción del patrimonio cultural. - Mejora del acceso a la cultura. - Mejora de las políticas culturales. - Creación de un Sistema Nacional de Cultura (SNC).

Políticas culturales a destacar:

- Plan Nacional de Cultura.

Iniciativas/programas a destacar en el ámbito del emprendimiento:

- Fundación Nacional de las Artes (FUNARTE): sus objetivos se basan en el fomento de la producción y la formación de los artistas, el desarrollo de la investigación, la preservación de la memoria y la formación de públicos para las artes en Brasil a través de becas y premios, programas de circulación de los artistas y los bienes culturales, talleres, publicación de libros, recuperación y ofrecimiento de colecciones, asesoramiento técnico y apoyo a eventos culturales, entre otras actividades.

Sectores culturales:

En la Ley N° 12761 del 27 de diciembre de 2012 se establece que las áreas culturales se dividen en: artes visuales, artes escénicas, audiovisual, literatura, humanidades e información; la música y patrimonio cultural.

Otras normativas vinculadas:

- Sistema Nacional de Información e Indicadores Culturales (SNIIC) (Ley 12.343 de 2010): Entre sus funciones están la recopilación, organización e interpretación de datos, proporcionar metodologías y establecer parámetros para medir la actividad del campo cultural y las necesidades sociales de la cultura, lo que permite la formulación, seguimiento, gestión y evaluación de las políticas culturales públicas y las políticas culturales.
- Agencia Nacional de Cine (ANCINE) Se crea en 2001 a través de la Medida Provisional N°. 2228 con las funciones de promover, regular y supervisar el cine y el mercado audiovisual en Brasil.
- Enseñanza de arte (Ley N° 13.278 de 2016): Fija las directrices y bases de la educación nacional referente a la enseñanza de arte (artes escénicas, artes visuales, música).
- Industria Cinematográfica Nacional (Ley N° 13.196 de 2015): Dispone sobre la contribución al desarrollo de la Industria Cinematográfica Nacional (Condecine) y proroga la vigencia de incentivos fiscales de los Fondos de Financiamiento de la Industria Cinematográfica Nacional (Funcines).

Fuentes de financiación:

- Fondo Nacional de Cultura: opera bajo la forma de préstamos de ayuda a fondos perdidos o reembolsables.
- Agencia Nacional de Cine (ANCINE).
- Fondo Sectorial Audiovisual (FSA): fondo para el desarrollo interdependiente de toda la cadena productiva de la actividad audiovisual en Brasil.
- FUNARTE.
- Programa de Fomento/Incentivos: apoya proyectos destinados a la promoción, producción, circulación, distribución del arte y la cultura; además de destinar fondos a la mejora de materiales y equipos y a la formación de los recursos humanos.
- PRONAC: Actualmente cuenta con dos mecanismos activos: el Fondo Nacional de Cultura y el Incentivo Fiscal dirigidos a personas que operan en el ámbito cultural, entidades públicas de carácter cultural de la administración indirecta y las personas jurídicas privadas de carácter cultural, con o sin fines de lucro.
- IBERMEDIA.
- IBERMÚSICAS.

Tabla 14. Política cultural de Chile

Chile
Situación institucional de la cultura: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (http://www.cultura.gob.cl/).
Acciones estatales significativas: <ul style="list-style-type: none"> - Política Nacional de Cultura 2017-2022. Cultura y desarrollo humano: Derechos y Territorio. - Decreto de donaciones con fines culturales (última revisión 2014-actualidad).
Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> - <u>Política Nacional de Cultura 2017-2022</u>: Contribuir al desarrollo cultural y patrimonial armónico y equitativo del país en toda su diversidad, reconociendo y valorando las culturas de los pueblos indígenas, la diversidad geográfica y las realidades e identidades regionales y locales. - <u>Decreto de donaciones con fines culturales</u>: Favorecer el fomento, difusión y circulación de la cultura.
Ejes: <ul style="list-style-type: none"> - Decreto de donaciones con fines culturales: Financiamiento de proyectos culturales. - Política Nacional de Cultura 2017-2022: <ol style="list-style-type: none"> 1. Participación, gestión cultural local y espacios culturales. 2. Trabajadores de la cultura: calidad de vida y valoración social. 3. Mediación artística, cultural y patrimonial. 4. Internacionalización, interculturalidad e intercambios transfronterizos. 5. Economía creativa y desarrollo local. 6. Cultura digital. 7. Difusión y medios. 8. Patrimonio. 9. Memoria. 10. Generación de conocimiento, investigación e innovación. 11. Incorporar de manera transversal a los pueblos indígenas y comunidad afrodescendiente de Arica y Parinacota.
Políticas culturales a destacar: <p><u>Política Nacional de Cultura 2017-2022</u>: El énfasis de esta política está dirigido hacia la ciudadanía. "Esta perspectiva nace desde la mirada de la cultura como eje central para el desarrollo humano con un marcado enfoque de derechos y de territorio." Esta Política se articula en torno a once temáticas culturales, en las que destacan la participación ciudadana, la valorización de los trabajadores de la cultura, la economía creativa, la cultura digital, el patrimonio y la cultura indígena.</p>
Iniciativas/programas a destacar en el ámbito del emprendimiento: <ul style="list-style-type: none"> - <u>Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (FONDART)</u> con el objeto de financiar proyectos, programas, actividades y medidas de fomento, ejecución, difusión y conservación de las artes y el patrimonio cultural. - <u>Ley de Condiciones de Trabajo y Contratación de los Trabajadores de Artes y Espectáculos</u>

<p>regula las condiciones de contratación y trabajo de las personas trabajadoras en las artes y espectáculos.</p>
<p>Sectores culturales:</p> <p>Sectores: Audiovisual, Artes visuales, Teatro, Música, Fotografía, Danza, Libro y lectura, Nuevos medios, Artes circenses, Artesanía, Arquitectura, Gastronomía, Patrimonio, Diseño, Economía creativa, Educación artística, Memoria y DDHH, Pueblos originarios, Interculturalidad, Participación ciudadana, Internacional.</p>
<p>Otras normativas vinculadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ley de FOMENTO AUDIOVISUAL. - Ley de FOMENTO DE LA MÚSICA CHILENA. - Ley de PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR. - Decreto sobre DONACIONES CON FINES CULTURALES (Decreto 787 de 1991): estímulo a la inversión privada en proyectos y actividades artístico-culturales y patrimoniales mediante la aplicación de una exención tributaria. - Ley que Regula las Condiciones de Trabajo y Contratación de Trabajadores del Arte y Espectáculos.
<p>Fuentes de financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (FONDART). - Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura. - Fondo de Fomento de la Música. - Fondo de Fomento Audiovisual. - Fondos internacionales (BID, UNESCO, Ibermedia, Iberescena, Ibermúsica y Media Mundus).

Tabla 15. Política cultural de Colombia

<p>Colombia</p>
<p>Situación institucional de la cultura: Ministerio de Cultura (http://www.mincultura.gov.co/).</p>
<p>Acciones estatales significativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ley General de Cultura (1997 - Actualidad). - Plan Nacional de Cultura (2010 - actualidad).
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Ley General de Cultura:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Fomentar la cultura. - Favorecer el intercambio cultural. - Financiación cultural y generación de recursos. - <u>Plan Nacional de Cultura:</u> Gestionar una agenda intersectorial entre economía y cultura que impulse las industrias culturales.
<p>Ejes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creación Sistema Nacional de Cultura (SINIC). - Incentivos fiscales y tributarios.

<ul style="list-style-type: none">- Fomento financiero.- Asociaciones.- Formación artística y técnica.- Protección de los derechos de autor.- Mercados internacionales.
<p>Políticas culturales a destacar:</p> <ul style="list-style-type: none">- Política para el EMPRENDIMIENTO Y LAS INDUSTRIAS CULTURALES.- Política de las ARTES.- Cuenta Satélite de la Cultura.
<p>Iniciativas/programas a destacar en el ámbito del emprendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none">- Estrategias formativas.- Fomento de los mercados culturales nacionales (Mercado Cultural del Caribe, Mercado Insular de Expresiones Culturales, Circularart).- Programa LASO sobre emprendimientos artísticos y culturales en red.- Banco de Experiencias Significativas en Cultura.- Programa Nacional de Estímulos (premios, becas, pasantías...).- Estrategia de Internacionalización de la Música Colombiana.
<p>Sectores culturales:</p> <p>En el compendio de políticas culturales agrupa las industrias culturales en: sectores tradicionales (editorial, audiovisual, fonográfico), otros sectores (artes visuales y escénicas, turismo cultural, deporte) y sectores recientes (multimedia).</p>
<p>Otras normativas vinculadas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Decreto Único Reglamentario del Sector Cultura (Decreto 1080 de 2015). Compila las normas reglamentarias preexistentes.- Ley de FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO.- Ley de DESARROLLO DE LAS MIPYMES.- Ley del LIBRO.- Ley de ESPECTÁCULOS PÚBLICOS DE LAS ARTES ESCÉNICAS.- Ley del CINE.- Ley sobre DERECHOS DE AUTOR.
<p>Fuentes de financiación:</p> <ul style="list-style-type: none">- Programa Nacional de Estímulos.- Fondo Nacional de Garantías.- INNpulsA.- Fondo Emprender del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).- BANCOLDEX.- Fondo Iberoamericano.- IBERESCENA.- TICS Américas.

Tabla 16. Política cultural de Costa Rica

Costa Rica
Situación institucional de la cultura: Ministerio de Cultura y Juventud (http://www.mcj.go.cr/ministerio/).
Acciones estatales significativas: <ul style="list-style-type: none"> - Política Nacional de los Derechos Culturales 2014 - 2023. - Proyecto de Ley General de los Derechos Culturales (se crea en 2012 pero no está aprobada).
Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> - <u>Política Nacional de los Derechos Culturales:</u> Promover el ejercicio efectivo de los derechos humanos culturales y la participación efectiva de las personas, grupos y comunidades en la vida cultural del país, para que puedan expresar libremente su diversidad cultural y potenciar la contribución de la cultura al desarrollo sostenible, en los niveles local, regional y nacional. - <u>Proyecto de Ley General de los Derechos Culturales:</u> Aspira a crear los mecanismos para garantizar el ejercicio de los derechos culturales e imponer al Estado el cumplimiento de sus obligaciones como garante de los derechos culturales de todos y cada uno de los individuos que habitan el territorio nacional.
Ejes: <ol style="list-style-type: none"> 1. Participación efectiva y disfrute de los derechos culturales en la diversidad. 2. Dinamización económica de la cultura. 3. Protección y gestión del patrimonio cultural, material e inmaterial. 4. Fortalecimiento institucional para la promoción y la protección de los derechos culturales. 5. Derechos culturales de los Pueblos Indígenas.
Políticas culturales a destacar: <ul style="list-style-type: none"> - Política Nacional de los Derechos Culturales 2014 - 2023.
Iniciativas/programas a destacar en el ámbito del emprendimiento: <ul style="list-style-type: none"> - Cuenta Satélite de la Cultura. - Sistema de Información Cultural de Costa Rica (SICultura). - Programa Corredor Cultural Caribe (CCC): tiene como objetivo promover los emprendimientos, la comunicación, la cooperación, el turismo cultural, la investigación, la formación y el diálogo cultural, poniendo en valor la diversidad y la integración de las culturas vivas del Caribe - Sistema Nacional de Bibliotecas de Costa Rica (SINABI). - Sistema Nacional de Educación Musical (SINEM).
Sectores culturales: En la Política Nacional de Derechos Culturales se distinguen: Áreas de atención del Sector Cultura: Gestión y promoción cultural, Información, comunicación y divulgación, Juventud, Artes escénicas, Audiovisuales, Artes musicales, Artes visuales y Patrimonio histórico cultural.
Otras normativas vinculadas: <ul style="list-style-type: none"> - Ley De DERECHOS DE AUTOR y Derechos Conexos. - Ley General de ESPECTÁCULOS PÚBLICOS, MATERIALES AUDIOVISUALES E

<p>IMPRESOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ley que FACULTA AL GOBIERNO Y AUTÓNOMAS PARA PROMOVER EL ARTE Y LA CULTURA. - Ley de DECLARACIÓN DEL 20 DE AGOSTO COMO DÍA DEL ARTISTA NACIONAL.
<p>Fuentes de financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - PROARTES. - Centro Costarricense de Producción Cinematográfica. - Becas para el Fomento de las Artes Literarias. - BID cultura. - UNESCO.

Tabla 17. Política cultural de Cuba

Cuba
Situación institucional de la cultura: Ministerio de Cultura (http://www.min.cult.cu/).
<p>Acciones estatales significativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amplia red institucional que promueve distintas disciplinas artísticas (Instituto Cubano del Libro, Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos, Instituto Cubano de la Música, Consejo Nacional de las Artes Plásticas, Consejo Nacional de las Artes Escénicas, Casa de las Américas, etc.), con una programación permanente de actividades. - Plan Maestro de Revitalización Integral de La Habana Vieja. - Régimen Especial de la Seguridad Social para creadores, artistas y personal de apoyo: (Decreto-Ley No.312) 2013-actualidad.
<p>Objetivos:</p> <p>Impulsar la cultura y el arte cubanos; garantizar la defensa, preservación y enriquecimiento del patrimonio cultural de la nación y ofrecer protección a los creadores, artistas y personal de apoyo, ante la vejez, invalidez total, maternidad y, en caso de muerte, resguardar a su familia.</p>
<p>Ejes:</p> <p>Creación artística.</p> <p>Participación popular en la cultura.</p> <p>Rescate y puesta en valor del patrimonio.</p> <p>Protección de la persona creadora, artista y personal de apoyo.</p>
<p>Políticas culturales a destacar:</p> <p>Creación de consejos/institutos específicos para los diferentes sectores culturales.</p>
<p>Iniciativas/programas a destacar en el ámbito del emprendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Casas de la Cultura, con el objetivo de extender los servicios culturales a la población para satisfacer la demanda de disfrute cultural.

<p>Sectores culturales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El portal CUBARTE los divide en música, literatura, artes escénicas, artes visuales, cine, radio y TV, patrimonio, cultura comunitaria y enseñanza artística. - El Ministerio de Cultura considera: Cine y otros productos audiovisuales, música, libro, plástica y artes visuales, patrimonio cultural y trabajo comunitario.
<p>Otras normativas vinculadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ley del DERECHO DE AUTOR. - Ley sobre EL FOMENTO Y PROMOCIÓN DE LA CREACIÓN. - Ley de Protección al PATRIMONIO CULTURAL. - Plan Maestro De REVITALIZACIÓN Integral De La Habana Vieja.
<p>Fuentes de financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fondo de Desarrollo de la Educación y la Cultura. - Fondo Cubano de Bienes Culturales. - Asociación Hermanos Saíz. - Consejo Nacional de las Artes Plásticas (CNAP).

Tabla18. Política cultural de España

<p>España</p>
<p>Situación institucional de la cultura: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (http://www.mecd.gob.es)</p>
<p>Acciones estatales significativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan de Cultura 2020. - Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas 2017. - Plan de Fomento para las Industrias Creativas y Culturales de España 2015. - Ley de apoyo a los emprendedores y su internacionalización (Ley 14/2013).
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Plan de Cultura 2020:</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fomentar una oferta cultural de calidad. 2. Actualizar el marco jurídico de protección de la cultura. 3. Promover una alianza social por la cultura. 4. Extender la cultura española más allá de nuestras fronteras. 5. Impulsar la actividad creadora. - <u>Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas 2017:</u> El fomento de la innovación y el emprendimiento, el desarrollo tecnológico y digital, el desarrollo del mercado y la internacionalización, la necesidad de una formación multidisciplinar y empresarial de los profesionales de las ICC, la provisión de fondos y la ayuda a la captación de inversión y la creación de un marco que favorezca la apreciación de la propiedad intelectual. - <u>Plan de Fomento para las Industrias Creativas y Culturales de España 2015:</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Articular una política de Estado que garantice el derecho de acceso a la cultura y contribuya a vertebrar la ciudadanía y favorecer la cohesión social. 2. Reforzar, desde la transparencia, los instrumentos de comunicación y cooperación cultural

<p>entre las administraciones públicas y otras instituciones para promover un uso eficiente y racional de los recursos culturales.</p> <ol style="list-style-type: none">3. Impulsar la cultura como elemento esencial de proyección exterior de la marca ESPAÑA.4. Incentivar la participación y el protagonismo de la sociedad civil en el apoyo y el fomento de la cultura.5. Facilitar la creación, la innovación y la producción de conocimiento e impulsar la Cultura en Red, salvaguardando los derechos derivados de la propiedad intelectual. <ul style="list-style-type: none">- <u>Ley de apoyo a los emprendedores y su internacionalización</u>: Incentivar la cultura emprendedora y facilitar el inicio de actividades empresariales.
<p>Ejes:</p> <ul style="list-style-type: none">- <u>Ley de apoyo a los emprendedores y su internacionalización</u>:<ol style="list-style-type: none">1. Impulso al proyecto emprendedor.2. Mejora de la normativa.3. Incentivos fiscales.4. Apoyo a la expansión de los proyectos.5. Ayudas a la internacionalización.
<p>Políticas culturales a destacar:</p> <ul style="list-style-type: none">- <u>Plan de Cultura 2020</u>. Es el Plan sucesor del Plan Estratégico General 2012-2015 e incluye solo medidas que vayan a iniciarse ex novo durante la presente legislatura, que busquen redefinir o ampliar proyectos ya iniciados o por iniciar en el Plan anterior.- <u>Cuenta Satélite de la Cultura en España</u>.
<p>Iniciativas/programas a destacar en el ámbito del emprendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none">- Plan de Cultura 2020.
<p>Sectores culturales:</p> <p>Artes Escénicas y Música; Cine y Audiovisuales; Libro; Patrimonio Cultural y Tauromaquia.</p>
<p>Otras normativas vinculadas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Ley de La LECTURA, DEL LIBRO Y DE LAS BIBLIOTECAS.- Ley del CINE.- Ley de la COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.- Ley de Fundaciones.- Ley de PROPIEDAD INTELECTUAL (y modificaciones).- Ley de medidas de APOYO AL EMPRENDEDOR y de estímulo del crecimiento y de creación de empleo.- Ley de Patrimonio Histórico (1985 - actualidad).- Ley de la lectura, del libro y de las bibliotecas.
<p>Fuentes de financiación:</p> <ul style="list-style-type: none">- Secretaría de Estado de Cultura de España.- Ministerio de Educación Cultura y Deporte.- Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).- Agencia Española De Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).- Fundaciones.

Tabla 19. Política cultural de México

México
Situación institucional de la cultura: Secretaría de Cultura (https://www.gob.mx/cultura)
<p>Acciones estatales significativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ley General de Cultura y Derechos Culturales (junio 2017). - Programa Especial de Cultura y Arte (2014-2018).
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ley General de Cultura y Derechos Culturales: <ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocer los derechos culturales de las personas que habitan el territorio de los Estados Unidos Mexicanos. 2. Establecer los mecanismos de acceso y participación de las personas y comunidades a las manifestaciones culturales. 3. Promover y respetar la continuidad y el conocimiento de la cultura del país en todas sus manifestaciones y expresiones. 4. Garantizar el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en materia cultural. 5. Promover, respetar, proteger y asegurar el ejercicio de los derechos culturales. 6. Establecer las bases de coordinación entre la Federación, las entidades federativas, los municipios y alcaldías de la Ciudad de México en materia de política cultural. 7. Establecer mecanismos de participación de los sectores social y privado. 8. Promover entre la población el principio de solidaridad y responsabilidad en la preservación, conservación, mejoramiento y restauración de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia. - Programa Especial de Cultura y Arte (2014-2018): <ol style="list-style-type: none"> 1. Promover y difundir las expresiones artísticas y culturales de México fomentando la presencia del país en el extranjero. 2. Impulsar la educación e investigación artística y cultural. 3. Dotar a la infraestructura cultural de espacios y servicios dignos y hacer un uso más intensivo de ella. 4. Preservar, promover y difundir el patrimonio y la diversidad cultural. 5. Apoyar la creación artística y desarrollar las industrias creativas para reforzar la generación y acceso a bienes y servicios culturales. 6. Posibilitar el acceso universal a la cultura aprovechando los recursos de la tecnología digital.
<p>Ejes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programa Especial de Cultura y Arte (2014-2018): <ol style="list-style-type: none"> 1. Patrimonio y diversidad cultural. 2. Infraestructura cultural. 3. Promoción cultural nacional e internacional. 4. Estímulos públicos a la creación y mecenazgo. 5. Formación e investigación antropológica, histórica, cultural y artística. 6. Esparcimiento cultural y lectura. 7. Cultura y turismo.

8. Industrias culturales.
<p>Políticas culturales a destacar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programa Especial de Cultura y Arte (2014-2018). - Programa Nacional de Cultura 2007-2012. - Cuenta Satélite de la Cultura.
<p>Iniciativas/programas a destacar en el ámbito del emprendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creación del fondo para creadores. - Decreto de ley de fomento cultural del Distrito Federal. - Programa de estímulo a creadores cinematográficos. - Creación del Centro Nacional de las Artes (CENART).
<p>Sectores culturales:</p> <p>Actividades culturales consideradas en la Cuenta Satélite de la Cultura: Música y conciertos, Libros, impresiones y prensa, Artes escénicas y espectáculos, Artes plásticas y fotografía, Patrimonio, Medios audiovisuales, Diseño y servicios creativos, Artesanías y juguetes tradicionales.</p>
<p>Otras normativas vinculadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ley federal del DERECHO DE AUTOR. - Ley de PREMIOS, ESTÍMULOS Y RECOMPENSAS CIVILES. - Ley federal de CINEMATOGRAFÍA.
<p>Fuentes de financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Secretaría de Cultura. - Fondo Nacional de la Cultura y las Artes (FONCA) - Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE). - Centro Nacional de las Artes (CENART) - IBERMÚSICAS. - IBERESCENA.

Tabla 20. Política cultural de Paraguay

Paraguay
Situación institucional de la cultura: Secretaría Nacional de Cultura (http://www.cultura.gov.py/)
<p>Acciones estatales significativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan Nacional de Cultura (2014-2018).
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo basado en la diversidad cultural incluyente. - Desarrollo participativo que ofrezca oportunidades a la creación y permita la libre expresión. - Protección de los derechos culturales y ambientales. - Desarrollo que genere prosperidad económica y social.

<ul style="list-style-type: none">- Desarrollo descentralizado.
<p>Ejes:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Institucionalidad de la Gestión Cultural en el Estado.2. Vida, diversidad y ciudadanía cultural.3. Procesos y espacios de creación.4. Patrimonio cultural. <p>De forma transversal, el conjunto de los cuatro ejes, se combinará con cuatro líneas:</p> <ul style="list-style-type: none">- TICs (Tecnología de la Información y la Comunicación).- Creatividad e innovación.- Desarrollo sustentable.- Derechos Humanos.
<p>Políticas culturales a destacar:</p> <ul style="list-style-type: none">- Plan Nacional de Cultura (2014-2018).
<p>Iniciativas/programas a destacar en el ámbito del emprendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none">- Proyectos culturales nacionales e internacionales.
<p>Sectores culturales:</p> <p>Artes visuales, artes escénicas, teatro, danza, artes en movimiento, espectáculos mixtos, ópera, mímica, zarzuela, títeres, comedias musicales, circo y afines, literatura, oralidad, música, artes audiovisuales, radio, televisión y otras manifestaciones de las industrias culturales, orientadas a objetivos de expresión, educación o difusión cultural; periodismo cultural, actividades intelectuales relacionadas con el pensamiento crítico, la investigación teórica y los estudios, ensayos, reflexiones y análisis realizados a través de diferentes medios, arquitectura, urbanismo y ambientalismo; protección, preservación y promoción del patrimonio cultural, gestión cultural, educación artística y cultural, expresiones de comunidades indígenas y sectores populares varios y manifestaciones referidas al ámbito informático y comunicacional masivo y otras que surjan de los cambios tecnológicos y socioculturales.</p>
<p>Otras normativas vinculadas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Ley Nacional de Cultura (N° 3051/06).- Ley de Protección al Patrimonio Cultural (N° 5621/16).
<p>Fuentes de financiación:</p> <ul style="list-style-type: none">- FONDEC.- Espacio Iberoamericano de Cultura.- UNESCO.

Tabla 21. Política cultural de Perú

Perú
Situación institucional de la cultura: Ministerio de Cultura (http://www.cultura.gob.pe/)
Acciones estatales significativas: <ul style="list-style-type: none"> - Política Cultural (2013-2016).
Objetivos: <p>Fortalecer las políticas culturales fortaleciendo las industrias culturales con el apoyo institucional, promoviendo y difundiendo la ciudadanía e impulsando una perspectiva intercultural.</p>
Ejes: <ol style="list-style-type: none"> 1. Impulsar una perspectiva intercultural. 2. Promover la ciudadanía. 3. Fortalecer la institucionalidad. 4. Alentar la creación cultural. 5. Defensa y apropiación social del patrimonio. 6. Apoyar a las industrias culturales. 7. Promover y difundir las artes.
Políticas culturales a destacar: <ul style="list-style-type: none"> - Política Cultural (2013-2016).
Iniciativas/programas a destacar en el ámbito del emprendimiento: <ul style="list-style-type: none"> - Plan Anual de Actividades y Concursos de proyectos y obras cinematográficas. - Política Cultural (2013-2016). - Programa Puntos de Cultura.
Sectores culturales: <p>Artes literarias, artes escénicas, artes audiovisuales, artes visuales, música y artes digitales.</p>
Otras normativas vinculadas: <ul style="list-style-type: none"> - Ley general de amparo al PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACIÓN. - Ley del ARTISTA INTERPRETE O EJECUTANTE. - Ley CINEMATOGRAFICA. - Ley sobre el DERECHO DE AUTOR. - Proyecto de Ley de la Cinematografía y el Audiovisual Peruano (aprobado en noviembre de 2017, debe ser debatido para convertirse en Ley).
Fuentes de financiación: <ul style="list-style-type: none"> - Ideame. - Becas Semilla. - Fondo Internacional para la Promoción de la Cultura de la UNESCO. - CRESPIAL. - IBERMEDIA. - IBERESCENA. - IBERMÚSICAS.

Tabla 22. Política cultural de Uruguay

Uruguay
Situación institucional de la cultura: Dirección Nacional de Cultura, dentro del Ministerio de Educación y Cultura (http://cultura.mec.gub.uy/)
Acciones estatales significativas: <ul style="list-style-type: none"> - Creación de la Dirección Nacional de Cultura.
Objetivos: <p>Crear un organismo responsable del desarrollo cultural en todo el territorio nacional, promoviendo la ciudadanía cultural y los derechos culturales de los ciudadanos; orientando y planificando la política pública en cultura; articulando los servicios estatales, municipales y locales; generando los mecanismos para la interacción entre públicos y privados; creando diferentes mecanismos para la capacitación, la investigación y el estímulo a la creación en el sector artístico-cultural así como la difusión e investigación del patrimonio cultural uruguayo.</p>
Ejes: <ol style="list-style-type: none"> 1. Democratización del acceso a la producción. 2. Creación de un Sistema Nacional de Cultura 3. Apoyo a las personas artistas, creadoras y gestoras culturales. 4. Política y legislación cultural. 5. Derechos culturales.
Políticas culturales a destacar: <ul style="list-style-type: none"> - Creación de Consejo Nacional de Evaluación y Fomento de Proyectos Artístico Culturales (CONAEF). - Creación del Departamento de Industrias Creativas (DICrea). - Cuenta Satélite de la Cultura.
Iniciativas/programas a destacar en el ámbito del emprendimiento: <ul style="list-style-type: none"> - Proyecto Fábricas de Cultura. - Proyecto Usinas Culturales. - Simulador creador de empresas culturales. - Programa de Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivas (PACC).
Sectores culturales: <ul style="list-style-type: none"> - La Cuenta Satélite de la Cultura de Uruguay los divide en: Audiovisual, Música, Libros y Publicaciones, Artes Escénicas (que incluyen teatro, danza y música en vivo), Artes Plásticas y Visuales; Museos, Bibliotecas y Formación cultural. - Se especifica que en el futuro se incluirán las fiestas tradicionales, el diseño, las artesanías, y el turismo cultural.
Otras normativas vinculadas: <ul style="list-style-type: none"> - Estatuto del ARTISTA Y OFICIOS CONEXOS. - DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS.

- Ley del LIBRO.
- Ley de Creación del INSTITUTO DEL CINE Y AUDIOVISUAL DE URUGUAY.

Fuentes de financiación:

- Fondo Concursable para la Cultura (FCC).
- Fondo de Estímulo a la Formación y Creación Artística (FEFCA).
- Fondos de Incentivo Cultural (FI).
- Fondo Nacional de la Música.
- Fondo Nacional del Teatro.
- Consejo Nacional de Evaluación y Fomento de Proyectos Artístico Culturales (CONAEF).
- Fundación Itaú.

4.2 Algunas experiencias de interés

Hasta aquí he reseñado brevemente las principales políticas que favorecen los emprendimientos culturales. Pero el trabajo de las instituciones no constituye únicamente en una labor legislativa, es necesario fomentar la industria y extender a la ciudadanía la cultura a través de programas, actividades, ayudas económicas y demás medidas.

A continuación, se describen algunas experiencias que he considerado destacables para el fomento del emprendimiento en el sector cultural, diferenciando entre las desarrolladas en un ámbito internacional y las llevadas a cabo por países concretos. La mayoría de ellas son institucionales, pero hay que resaltar la participación del sector privado y el tercer sector, dado que el éxito de estas experiencias depende, casi siempre, de la capacidad de generar alianzas y de la participación activa de todos los actores involucrados.

Experiencias internacionales

1. Cuenta Satélite de la Cultura

La Cuenta Satélite de Cultura (CSC) está integrada por un conjunto de cuentas que toman como referencia los datos de la contabilidad nacional (Sistema de Cuentas Nacionales), ampliándolos y ordenándolos para presentar la información en los distintos parámetros económicos (oferta y demanda) de la cultura, de forma interrelacionada para un período de tiempo dado. Su fin es visibilizar el aporte económico de la cultura, además de servir como instrumento de toma de decisiones tanto desde el ámbito público, como el privado. Su implementación de la CSC se hace posible a partir del Convenio Andrés Bello (CAB) que elabora el manual metodológico sobre la implementación de la Cuenta Satélite de Cultura en los países que así lo deseen.

Esta herramienta contribuye al conocimiento, fomento y crecimiento del sector cultural de los países, a la creación de estímulos e incentivos, y a la protección y promoción de la diversidad cultural.

Países que ya cuentan con la CSC son Argentina, Colombia, España, Finlandia, México, República Checa y Uruguay, así como otros están en proceso de construir sus propios sistemas de información, entre ellos la bibliografía consultada apunta que también Panamá.

Destaca el modo de implantación de la Cuenta Satélite de la Cultura de Costa Rica, cuya página web es un ejemplo para el resto de países que quieran implantar este sistema de información o

mejorarlo. A través de ella se tiene fácil acceso a los resultados disgregados por sectores, proyectos en marcha relacionados la CSCCR y una biblioteca virtual con documentos de utilidad.

Actualmente, el *Instituto Nacional de Cultura de Panamá (INAC)* señala estar formulando su plan de trabajo para dar inicio a la puesta en marcha de su propia CSC.

2. Red de Ciudades Creativas (UNESCO)

(<http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/creative-industries/>)

Creada por UNESCO en 2004, la Red de Ciudades Creativas busca fomentar el aprovechamiento del potencial creativo, social y económico de las colectividades locales, con el objetivo de promover la diversidad cultural. El proyecto consiste en poner en contacto a ciudades que apoyan la economía creativa, con la intención de que puedan compartir conocimientos, experiencias, habilidades directivas y tecnológicas, creando un clima de cooperación mutua en materia cultural.

El programa pretende destacar los éxitos y las aspiraciones de los centros urbanos que quieren compartir sus ideas, experiencia y buenas prácticas para un desarrollo sostenible en el ámbito cultural, social y económico. Los objetivos que persigue son:

1. Reforzar la creación, la producción, la distribución y el consumo de bienes y servicios culturales a escala local.
2. Promover la creatividad y las expresiones creativas.
3. Ampliar el acceso y la participación en la vida cultural, así como el consumo de bienes culturales.
4. Integrar las industrias culturales y creativas en los planes de desarrollo local.

La Red se estructura en torno a siete redes temáticas (Literatura, Música, Cine, Diseño, Artesanía, Arte Popular, Arte Digital y Gastronomía) a las que se asocian las ciudades en función de sus preferencias.

En la actualidad la Red de Ciudades Creativas está compuesta por 180 ciudades de 72 países de todos los continentes del mundo, si bien en esta red no están incluidas metrópolis de países con altos niveles de ingresos con industrias creativas desarrolladas (como Londres, París o Tokio). Entre otras ciudades latinoamericanas, pertenecen a la Red: Buenos Aires (Argentina), reconocida en 2005 como la primera Ciudad Creativa del Diseño de América Latina; Montevideo (Uruguay), que en 2015 pasó a formar parte de la Red como la única Ciudad Creativa de la Literatura de América Latina; y Bogotá (Colombia), que fue designada en 2012 como Ciudad Creativa de la Música. En noviembre de 2017 Panamá se convirtió en la primera ciudad centroamericana que forma parte de esta red, en concreto como ciudad creativa gastronómica.

3. Ciudades Creativas (Fundación Kreanta)

(http://www.kreanta.org/ciudades_creativas.php)

El proyecto Ciudades Creativas de la Fundación Kreanta nace con las *Jornadas Ciudades Creativas* iniciadas en 2008 en Sitges (España) con una voluntad de participación activa en la promoción de las ciudades y construcción de la ciudadanía. En octubre de 2012 se lleva a cabo

la primera edición latinoamericana en la ciudad de Medellín, seguidas de Buenos Aires y Monterrey.

El objetivo es promover la cultura como eje de desarrollo de las ciudades y reforzar su centralidad en las políticas urbanas, en este caso a través de la sistematización, conceptualización y difusión de estrategias y acciones innovadoras con la intención de promover el diálogo del sector cultural con los sectores del urbanismo y el desarrollo económico. Los cuatro ejes principales del proyecto, creado por la *Fundación Kreanta* son: cultura, territorio, economía y ciudad.

Estas experiencias han promovido el desarrollo y la participación cultural en el ámbito de lo local, promoviendo la cultura emprendedora, el libre acceso a las jornadas, el diálogo, la inclusión, la innovación y la comunicación gracias a la cooperación institucional. Las jornadas han sido posibles a través de amplios acuerdos de cooperación entre instituciones públicas, privadas y del sector no lucrativo. Sus resultados, ponencias y actas son sistematizados en publicaciones descargables desde la Página Web.

Promueve un tipo de ciudades digitales, que refuercen la capacidad de las redes e internet para generar innovación y pensamiento crítico.

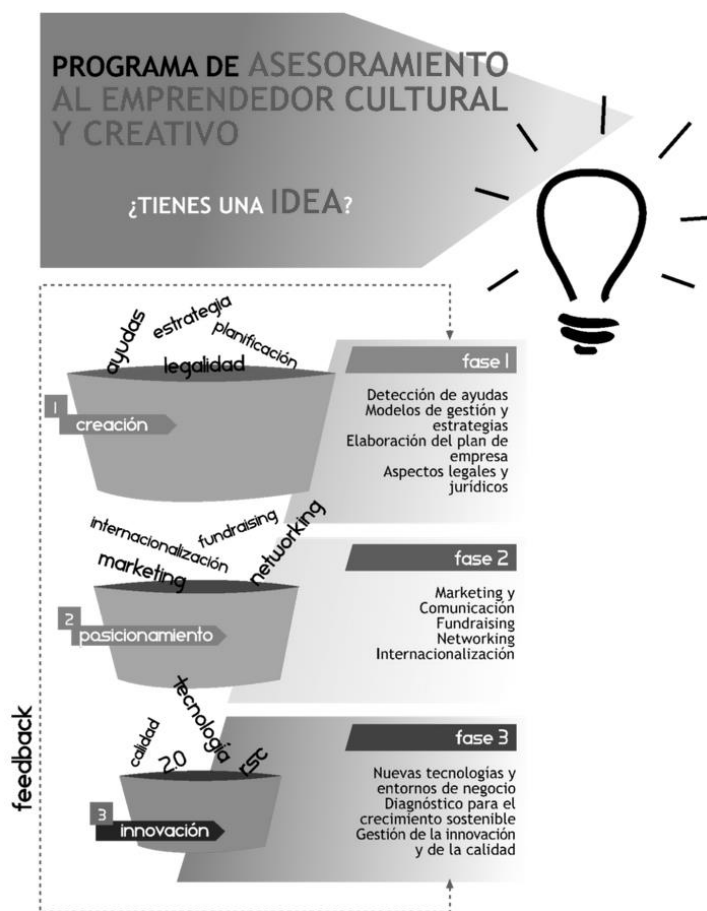
4. Fundación Iberoamericana de Industrias Culturales y Creativas (FIBICC)

(<http://fibicc.org/>)

FIBICC es una institución sin ánimo de lucro, cuya actividad arranca en el año 2012, que fomenta la capacitación, cooperación e investigación específica en los ámbitos de la cultura, el arte y la creatividad, tanto en Europa como en Iberoamérica y África y que aspira a dar respuesta a la creciente importancia de las industrias creativas y culturales en el escenario económico global. Apoyan a aquellos que quieran innovar en el ámbito de la cultura y la creatividad a nivel internacional, desde emprendedores a gestores, creadores, programadores o investigadores, contribuyendo a al fortalecimiento formativo de profesionales dentro del sector gracias a una labor educativa en colaboración con varias universidades e instituciones académicas. Además, desarrolla una constante labor investigadora y de divulgación de prácticas culturales.

Dentro del departamento de emprendimiento, poseen un itinerario de asesoramiento integral al emprendedor cultural basado en las siguientes fases:

Ilustración 12. Programa de asesoramiento al emprendedor cultural y creativo



Fuente: página web oficial de la FIBICC (<http://fibicc.org/>)

Experiencias específicas por países

ARGENTINA

Buenos Aires Creativa

(<http://www.creativabuenosaires.com.ar/>)

La Dirección General de Industrias Creativas, dependiente de la Subsecretaría de Desarrollo Económico, es la institución encargada de diseñar y conducir las políticas para las industrias creativas de moda, diseño, música, editorial y audiovisual en Buenos Aires. Entre otros objetivos, persigue "posicionar a las industrias de la moda, el diseño, la música, editorial y audiovisuales como motores del desarrollo de la Ciudad, lograr el crecimiento de los emprendimientos vinculados a las industrias creativas en la Ciudad" (BID, INDESA, 2017).

En Buenos Aires, estas industrias según sus artífices cobran gran importancia ya que generan alrededor del 9% del PIB y del empleo, superando a rubros como la construcción. Pero van

mucho más allá, porque según la institución posibilitan desarrollar “el talento creativo de la ciudad pensando en futuro”¹⁴.

El abordaje que realizan pretende ser integral, especializando infraestructuras del territorio a cada uno de los subsectores prioritarios, incidiendo con ello también en la mejora del tejido económico, social y cultural de los barrios, posibilitando dinámicas de clúster. Al respecto, se han definido cinco distritos temáticos o económicos en la ciudad: el Distrito Tecnológico, el Distrito Audiovisual, el Distrito de Diseño, el Distrito de las Artes y el Distrito del Deporte.

Las actividades realizadas en el marco de las políticas de fomento de las industrias creativas son bastante amplias y abarcan desde la realización de conferencias internacionales, muestras, festivales, ferias y premios; hasta la celebración de encuentros de negocios; la constitución de plataformas de interacción entre diseñadores locales e internacionales, empresas y estudiantes; la realización de cursos de actualización profesional; la disposición de soportes y canales informativos para dar a conocer la oferta y los espacios culturales de la ciudad y la alimentación del Observatorio de Industrias Creativas dedicada a la obtención, elaboración y difusión de información cuantitativa y cualitativa sobre las industrias creativas locales.

Con relación al emprendimiento en general hay varias iniciativas, que también benefician a las y los emprendedores culturales y creativos:

- Financiamiento y concursos.
- Capacitación e incubadoras. Dentro está el programa IncuBAte, que tiene varias categorías más focalizadas en las industrias creativas, como son Audiovisuales, Gastronomía, Diseño, aunque hay otras en las que también pueden encajar emprendimientos culturales enfocados a aspectos de innovación.
- Ciudad Emprendedora: Actividades que ofrece el ecosistema emprendedor.
- Innovación social: Programas para fomentar la innovación en el emprendimiento.
- También se ha creado el Observatorio de Emprendedores, con el fin de tener una herramienta de medición de impacto de las iniciativas orientadas al apoyo, desarrollo y crecimiento del ecosistema emprendedor. En este marco, se llevó a cabo el *Plan de Emprendedores 2014-1015*, que se articuló alrededor de cuatro ejes de trabajo: Impacto Social, Capacitación, Comunidad y Financiamiento.

Programa MICA

(<https://mica.cultura.gob.ar/>)

Organizado por el *Ministerio de Cultura de la Nación*, junto al *Ministerio de Ciencia, Tecnología e innovación productiva de la Nación de la Ciudad de Buenos Aires*. Es un espacio regional de formación y capacitación para productores, empresas y profesionales del sector cultural con el objetivo de mejorar la producción, visibilidad y comercialización de los productos de las industrias culturales en todos sus sectores (artes escénicas, audiovisual, diseño, editorial, música, y videojuegos). Entre sus actividades, se realizan conferencias, talleres, rondas de vínculos, mesas interministeriales para emprendedores, además de capacitaciones en rondas de negocios, financiamiento de proyectos, planes de negocio y comunicación.

¹⁴ <http://www.creativabuenosaires.com.ar/>

InCUBAte

(<https://incubate.buenosaires.gob.ar/es>)

IncuBAte es el programa de incubación del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires que, a través de la transferencia de conocimientos, la creación de vinculaciones y la puesta en común de buenas prácticas, se propone promover el crecimiento y consolidación de emprendimientos innovadores.

Se distinguen las siguientes categorías:

- Diseño (Proyectos innovadores en el producto, servicio o proceso).
- Social (Proyectos que fomenten la inclusión o resuelvan alguna problemática social).
- Tecnológico (Proyectos de base tecnológica o que innoven en el uso de la tecnología).
- Ciencia (Proyectos basados en el conocimiento, con un fuerte componente científico-tecnológico).
- Turismo (Proyectos que promuevan el desarrollo turístico de la Ciudad).
- Gastronomía (Proyectos que fomenten la innovación en la industria gastronómica).
- Ambiente (Proyectos que contribuyan al cuidado del ambiente).
- Medios de Comunicación (Proyectos destinados a generar y/o difundir contenidos; y/o estimular interacciones en distintos formatos).
- Agro-Tecnología (Proyectos que promuevan mejoras en la industria del agro).
- Audiovisual (Proyectos vinculados a la producción, distribución y comercialización de contenidos audiovisuales).

El Programa ofrece: mentorías y consultorías específicas (acompañamiento de expertos de forma personalizada); asistencia financiera (aporte no reembolsable); participación en actividades de networking (vinculaciones entre los incubados y actores del ecosistema); y posibilidad de acceder a un espacio de trabajo.

BRASIL

Puntos de cultura

(<http://www.brasildamudanca.com.br/es/cultura/puntos-de-cultura>)

Nacen en 2004 con el *Programa Nacional de Promoción de la Ciudadanía y de la Diversidad Cultural (Cultura Viva)* como organizaciones culturales sin ánimo de lucro que desarrollan actividades culturales en las comunidades locales valorados internacionalmente y replicados en otros países de América Latina como Argentina y Perú. Desde su implantación 3.920 Puntos y 160 Grandes Puntos de Cultura fueron fomentados en todo el país.

Estos puntos de cultura se conforman como herramientas eficaces para promover la democratización de la cultura, facilitando el acceso igualitario a las actividades culturales.

FORA DO EIXO (Fuera del eje)

(<http://foradoeixo.org.br>)

Fora do Eixo es una de las redes culturales más potentes de Brasil, surgió en el año 2005 con el objetivo de lograr una mayor difusión y circulación de la música y la cultura brasileña y hoy conecta, junto con otras redes culturales brasileñas, a 200 ciudades en las 27 provincias,

organizando más de 150 festivales culturales por año; alrededor de 5000 shows, con 1200 artistas.

Comenzaron la actividad identificando las dificultades que existían en el medio para transformarlas en oportunidades para el cambio, recibe su nombre por la acción que realizaron al conectar escenarios con el fin de promover el intercambio artístico y cultural entre ciudades que estuviesen fuera del eje Río-Sao Paulo, zona que experimenta una concentración muy grande de la difusión de los bienes culturales

CHILE

Decreto que reglamenta la Ley de Donaciones con Fines Culturales (Decreto 71 de 2014)

(<http://donacionesculturales.gob.cl/ley-de-donaciones-culturales>)

La Ley de Donaciones con Fines Culturales (original de 1990 y última modificación de 2013) es un instrumento complementario a los mecanismos que provee el Estado para el fomento, difusión y circulación de la cultura, consistente en un estímulo a la inversión privada en proyectos y actividades artístico-culturales y patrimoniales, mediante la aplicación de una exención tributaria. Se trata de un sistema de financiamiento mixto, en que el Estado y el sector privado participan en el financiamiento de los proyectos acogidos al beneficio.

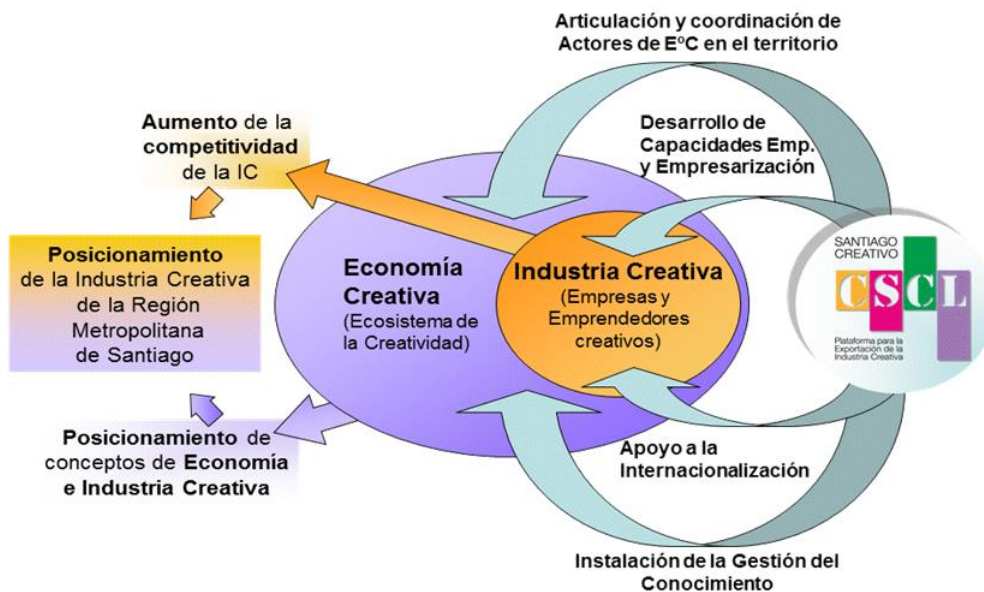
Fundación Santiago Creativo

(<http://www.santiagocreativo.cl/>)

El objetivo de la Fundación Santiago Creativo es fomentar la Economía y la Industria Creativa en Chile, a través de la implementación de programas y proyectos que posicionen a la Industria Creativa y sus sectores, de iniciativas que orienten y definan el uso del espacio público, y del desarrollo de programas y proyectos que permitan insertar la creatividad y el accionar de los emprendedores y empresarios creativos culturales, al servicio de la ciudad y de sus habitantes.

El Modelo de Intervención de Santiago Creativo consiste en un conjunto de intervenciones complementarias e interrelacionadas, que apuntan de manera directa a las empresas y emprendedores(as) creativos(as) de la Industria Creativa y a su entorno, los actores de la Economía Creativa y sus interrelaciones.

Ilustración 13. Modelo de Intervención de Santiago Creativo



Fuente: página web oficial de la Fundación Santiago Creativo (<http://www.santiagocreativo.cl/>)

Las áreas en las que trabaja la Fundación son: diseño, editorial, música, audiovisual, artes escénicas, artes visuales y artesanía.

La Fundación ofrece servicios a las empresas emprendedoras, desde asesoría, seminarios y capacitación hasta la posibilidad de generar contactos y redes. Cabe destacar, la creación de un Mapa de Empresas en el que se recogen los diferentes emprendimientos de la región, así como un directorio con las empresas destacadas.

COLOMBIA

Ley 1014 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento

(http://www.oei.es/etp/ley_fomento_cultura_emprendedora_colombia.pdf)

Gestiona acuerdos con las entidades financieras que promueven el otorgamiento de créditos y la generación de condiciones para que en las regiones surjan fondos de inversionistas, fondos de capital semilla y fondos de capital de riesgo para el apoyo a las nuevas empresas.

Laboratorios sociales de cultura y emprendimiento (LASO)

(<http://www.mincultura.gov.co/emprendimiento-cultural/directorio-de-emprendedores/Paginas/default.aspx>)

El programa LASO del Ministerio de Cultura nace como una iniciativa que busca proporcionar herramientas de formación y gestión a jóvenes creadores con intención de consolidar sus empresas culturales.

Es una apuesta por incentivar, motivar y apoyar procesos creativos y organizativos en red para el emprendimiento cultural, y la producción de contenidos culturales mediante el uso de nuevas tecnologías en los distintos municipios del país.

El Proyecto comprende cinco componentes: Formación, Infraestructura, Sostenibilidad, Participación y Circulación. Los socios de LASO son el SENA, encargado de la formación técnica; Prana -Incubadora de Empresas Culturales e Industrias Creativas, que asesora a los grupos en temas de emprendimiento, y la dirección de Poblaciones del Ministerio de Cultura, que asesora en el tema de Liderazgos juveniles.

Emprendimiento cultural

(emprendimientocultural.org)

El Grupo Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura nace en el marco de la “Política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia” y aglutina las acciones de apoyo y fomento de emprendedores culturales en 5 líneas de acción: 1) Formar para el emprendimiento, 2) Generar y gestionar fuentes de financiamiento, 3) Promover la circulación y acceso a productos y servicios culturales, 4) Fomentar la articulación institucional, 5) Generar investigación y conocimiento para el emprendimiento y las Industrias Culturales.

Desarrollo cultural de Medellín

(<http://www.medellin.gov.co/cultura>)

La ciudad de Medellín en Colombia representa, a nivel local, un ejemplo muy destacable y ello no solamente por la vitalidad de sus iniciativas en el campo cultural, sino por sostenerse en un modelo de trabajo basado en la participación ciudadana, la centralidad de los derechos culturales y la inserción de la cultura como uno de los ejes del desarrollo integral de la ciudad y sus habitantes.

El Proyecto de Acuerdo Plan de Desarrollo 2016-2019 “Medellín cuenta con vos”, que sigue al anterior Plan de Desarrollo 2012-2015 “Medellín, un hogar para la vida” impulsado por la anterior administración, incorpora la cultura entre sus dimensiones estratégicas, retos y programas específicos. En ese sentido, es digna de mención la existencia –más allá de los cambios de prioridades derivados de la alternancia política- de un eje de continuidad garantizado por la vigencia en ambos períodos del Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011-2020.

El proyecto de acuerdo dispone de un reto (el 4.3) denominado “Medellín se construye desde la cultura”, que contiene tres líneas de acción, a cargo de la Secretaría de Cultura Ciudadana: Bibliotecas, lectura y patrimonio para contribuir al desarrollo de la ciudadanía; Movilización por la cultura y Creación, formación, fomento y circulación. Dentro de estas últimas se prevén convocatorias públicas de arte y cultura, acciones de cualificación e innovación, el impulso de redes de formación artística y cultural, la formación de públicos a través de la creación de la tarjeta única ciudadana y el apoyo a la producción audiovisual y cinematográfica, entre otros. Asimismo, desde el Área de Desarrollo Económico también se contempla el apoyo al emprendimiento cultural.

En 2017 ha tenido lugar la Convocatoria de estímulos para el Arte & la Cultura, que implica la salida a concurso público de unos 6,7 millones de dólares que apoyarán la realización de cerca de 500 estímulos liderados por artistas, gestores y entidades culturales de la ciudad en campos tales como artes visuales, artesanía, audiovisuales, comunicaciones, danza, gestión cultural, literatura, música, patrimonio y teatro. *“La Convocatoria abarca los procesos de creación, investigación, circulación, formación y producción artística y cultural y ofrece seis líneas de*

participación: Salas Abiertas, Apoyos Concertados, Agenda Cultural de la ciudad, Circulación Nacional e Internacional, Estímulos y Eventos de ciudad”.

Toda la programación está sostenida por un conjunto de escenarios de participación ciudadana que conforman el Sistema Municipal de Cultura y en los que se genera y potencia “*el encuentro, diálogo e intercambio de ideas entre artistas, promotores, gestores, formas asociativas, autoridades de planeación y del gobierno local que apuestan por el fortalecimiento, la inclusión y el desarrollo del arte, la cultural y el patrimonio de la ciudad”.*

Industrias Culturales de Cali

(<http://industriasculturalescali.com/>)

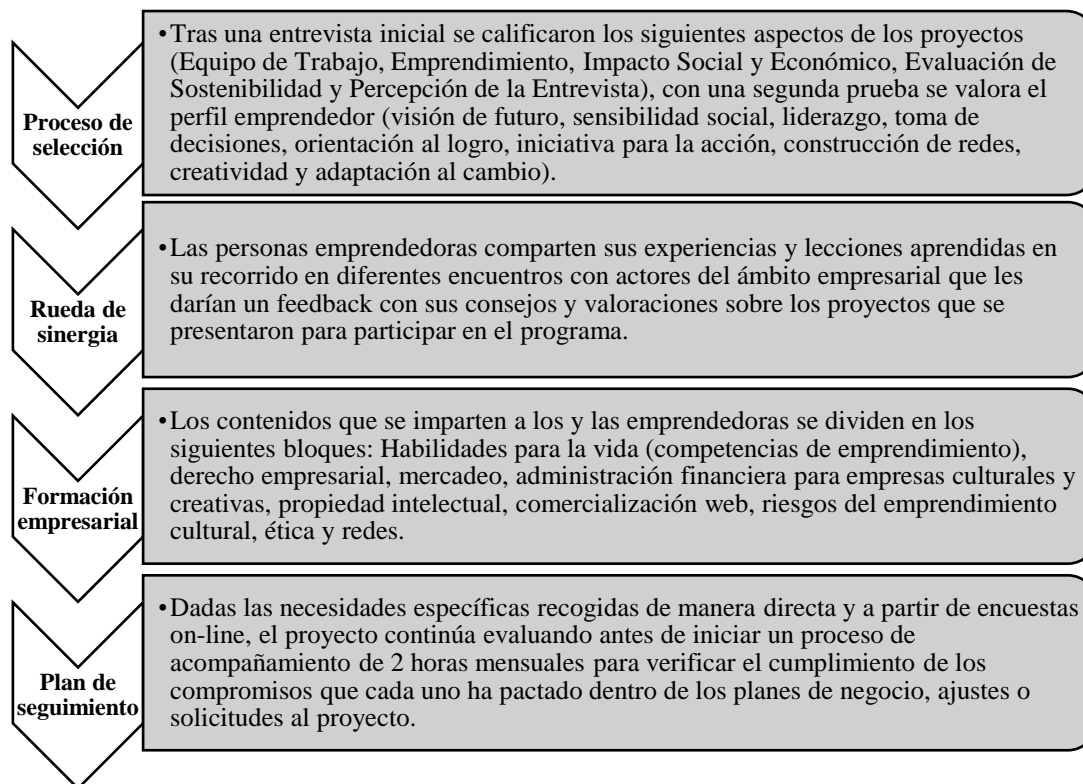
El proyecto colombiano, financiado en un 55% por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), buscaba articular todas las instituciones que interactúan con la cultura, identidad y región, que inciden en las artes y se reflejan en nuevos enfoques creativos transversales de una sociedad. En sus objetivos se encuentra el brindar apoyo a emprendedores(as) y empresas de base cultural que presentan dinámicas diferentes a través de la capacitación, nuevas metodologías de formación, búsqueda de financiación, formación de público e integración de lo público y privado buscando siempre una relación entre rentabilidad y sostenibilidad.

El método de acción se basa en la identificación y promoción de la cultura como un elemento fundamental en el desarrollo de las sociedades y la creatividad como recurso generador de riqueza, resaltando el aporte de la cultura en la economía mundial. En el marco de este Proyecto, la convocatoria CALICREA concentra sus acciones en un fin determinado: promover y fomentar la cultura y la acción emprendedora en el sector cultural.

Industrias Culturales de Cali generó un modelo piloto en Cali para identificar las necesidades y alternativas de solución de problemas de los emprendedores y empresarios de base cultural, procurando potencializar sus resultados. Su funcionamiento consiste en articular las instituciones que interactúan en el campo cultural para generar nuevas estrategias para que estos agentes sean rentables y sostenibles.

Se apoyó en total a 50 de las 150 empresas culturales que se presentaron para el proyecto que tuvieron que realizar las fases de selección, reconocimiento, formación, acompañamiento, capacitación técnica y creación de oportunidades para comercialización para los emprendedores, entre otros.

Ilustración 14. Procesos de ejecución del programa Industrias Culturales Cali



Elaboración propia a partir de la página web del programa (<http://industriasculturalescali.com/>)

El *Proyecto Industrias Culturales Cali* actualmente se encuentra en etapa de transición hacia la creación de la primera corporación público-privada del país para el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas. En 2015 se lanza la III edición de la *Convocatoria Ecosistema de Emprendimiento Cultural y Creativo* cuyos objetivos son:

1. Establecer un escenario para el emprendimiento cultural y creativo, reconociendo el potencial de la ciudad en este sector.
2. Transferir el modelo de emprendimiento cultural y creativo del Proyecto Industrias Culturales de Cali a las Instituciones pertenecientes al Ecosistema, con actualización constante, reconociendo las dinámicas del sector.
3. Fortalecer la capacidad de las unidades de emprendimiento de las instituciones pertenecientes al Ecosistema, en los temas creativos y culturales.
4. Capacitar y asesorar emprendimientos culturales y creativos del municipio de Santiago de Cali y alrededores.
5. Promover la participación del Ecosistema de Emprendimiento Cultural y Creativo de Cali, en espacios académicos a nivel nacional e internacional.
6. Diseñar e implementar una estrategia de comunicaciones, para fortalecer y visibilizar los avances del Ecosistema de Emprendimiento Cultural y Creativo de Cali.
7. Promover recursos de cofinanciación para la implementación de las acciones establecidas por el Ecosistema de Emprendimiento Cultural y Creativo.
8. Posibilitar espacios de retroalimentación en emprendimiento cultural, a través del ecosistema.

En dicha convocatoria se ofrece una ruta de fortalecimiento empresarial a gestores(as) y/o emprendedores(as) culturales, en torno a las temáticas de emprendimiento, innovación, sostenibilidad y sustentabilidad.

Incubadora de Empresas Culturales (IEC)

(<http://www.incubadoracultural.org/home/>)

La *Incubadora de Empresas Culturales (IEC)* es una organización orientada al apoyo de ideas e iniciativas, a través de una alianza público-privada, que busca proporcionar conocimiento, formación y servicios de tecnología a personas emprendedoras y empresas en gestación que estén enmarcadas dentro de la industria cultural o creativa. Desde la Universidad de Caldas, en Manizales, Colombia, y sus programas especiales LASO y ViveLab, la Incubadora ofrece el soporte requerido para la transformación y ascenso de dichas iniciativas, promoviendo así el desarrollo cultural, económico y social de la región.

El objetivo es incubar empresas e culturales y creativas soportadas en nuevas tecnologías, servicios afines, relacionados y conexos, con vocación exportadora, que generen productos y servicios para sectores empresariales e institucionales. En su gestión la Corporación desarrolla planes, programas y proyectos orientados al fomento, promoción y desarrollo de las actividades empresariales, académicas, culturales, artísticas y tecnológicas comprendidas en el empeño de asistir, acompañar y asesorar personas naturales, y representantes de empresas privadas, instituciones y organizaciones en general que postulen y sustenten proyectos e ideas de negocios promisorias concernientes a las actividades culturales, artísticas y sus relaciones industriales en especial que se soporten en tecnologías de la información y la comunicación.

La incubadora de las industrias culturales y creativas de Bogotá

(<https://bogota.impacthub.net/laincubadora/>)

La Alcaldía Mayor de Bogotá, a través del Instituto Distrital de las Artes - Idartes, ha creado el programa La Incubadora, que busca fortalecer proyectos de emprendimiento de las industrias culturales y creativas, ofreciendo a sus gestores formación, mentoría y vinculación a una de las redes de emprendimiento más importantes del mundo.

En concreto ofrece mentorías y acompañamiento, participación en ferias comerciales, acceso a materiales de apoyo, visibilidad en canales de comunicación. La metodología funciona del siguiente modo:

- La metodología de talleres y mentoría individual busca que los participantes asistan a la totalidad de los talleres y sesiones con mentores para implementar los conocimientos adquiridos en los modelos de negocio de sus proyectos.
- La participación e interacción activa con la comunidad local es fundamental para desarrollar habilidades de trabajo cooperativo y de pensamiento desde la perspectiva de otras personas emprendedoras, además de encontrar sinergias y oportunidades de colaboración.

MÉXICO

Reinventá (incubadora de ideas a.c)

(<http://reinventa.mx/>)

Reinventá se constituyó en 2009 como una organización civil mexicana con el fin de difundir y fomentar la importancia de la cultura en México, concentrando sus esfuerzos para desarrollar estrategias y programas que beneficiasen al total de la comunidad.

Desarrolla varios programas en su tarea de incubación entre los que se destacan:

- *Formación 3.0*: Fomenta una cultura de negocios de triple impacto y canaliza las ideas creativas en proyectos sostenibles.
- *CECREA*: Facilita el desarrollo de competencias, soluciones y proyectos de negocios innovadores, con la creatividad.
- *Incubación Estándar y de Alto Impacto*: Busca futuras startups que posean potencial para salir al mercado.
- *Acelera un proyecto que ya existe y está en desarrollo*: Se buscan beneficios reales en el mercado.
- *Sector 21*: Fortalece MiPymes, mejora continua que favorecer la colaboración, el encadenamiento productivo y la vinculación con empresas tractor.

Secretaría de Cultura de la Ciudad de México

(<http://www.cultura.cdmx.gob.mx/programas>)

En 2007 la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México crea la Subdirección de Empresas Culturales, que es la instancia que ha sido puente para la vinculación horizontal interinstitucional, enlazando a los emprendedores culturales con las acciones de fomento y apoyo que son ofertadas por otras dependencias distintas a la Secretaría de Cultura.

En relación a empresas y emprendimientos culturales, la Secretaría de Cultura desarrolla programas con el objetivo de fomentar la creación y consolidación de empresas y emprendimientos culturales, a través de procesos de incubación que contribuyan al desarrollo económico y cultural de la Ciudad de México. En la actualidad se están desarrollando dos programas dirigidos a personas emprendedoras jóvenes y adultas:

- *Imaginación en Movimiento* (desde 2007) es una propuesta que busca facilitar la generación, crecimiento y consolidación de empresas y emprendimientos culturales. La metodología se basa en brindar herramientas técnicas y administrativas para el desarrollo y ejecución de proyectos que beneficien no solamente a sus emprendedores, sino a la ciudad en su conjunto, fomentando alianzas entre artistas, gestores, promotores, técnicos y artesanos, que permitan desarrollar sus potencialidades, aprender habilidades e incidir de manera positiva en el tejido social y comunitario de la ciudad.
- *Incubadora de empresas culturales* (desde 2014), está dirigido a promotores, gestores, creadores, artesanos, colectivos, y artistas, quienes demandan servicios para fortalecer y consolidar diversos proyectos culturales.
 - Brinda acompañamiento y capacitación a los diversos agentes culturales, para profesionalizar las distintas disciplinas.
 - Ofrece seminarios, talleres y cursos para la comunidad artística y cultural, para capacitar a este sector y fortalecer la oferta cultural de la capital del país; se realizan tutorías especializadas en temas como diseño de proyectos culturales, marketing cultural, procuración de fondos y plan de negocio, entre otros.
 - Acompaña a colectivos, artistas, gestores, promotores y diversos agentes culturales en la conformación de su empresa cultural en temas contables, notariales y administrativos, además de promover temas sobre propiedad intelectual.

PERÚ

Culturaperu.org

(<http://culturaperu.org>)

El equipo de Culturaperu funciona como una agencia de información que tiene por objetivo crear un sistema de información cultural que permita visibilizar a los diversos agentes culturales en el Perú así como sus iniciativas y proyectos.

El proyecto busca consolidar una plataforma digital que sirva como directorio y mapa de las asociaciones y empresas culturales, permitiendo la comunicación entre estas, así como el intercambio de información entre los agentes culturales.

A través de Culturaperu, los usuarios pueden generar páginas para sus asociaciones culturales, colgar información sobre las mismas, su ubicación geográfica, las actividades y proyectos que estas realizan. Las páginas funcionan como blogs, y los usuarios pueden colgar noticias sobre sus asociaciones.

URUGUAY

Usinas Culturales

(http://www.mec.gub.uy/innovaportal/v/35408/8/mecweb/usinas_culturales)

Las Usinas Culturales son centros regionales equipados con salas de grabación musical y equipamiento para la producción audiovisual, cuyo objetivo central es promover el potencial creativo de la ciudadanía a partir del uso de las nuevas tecnologías.

Las Usinas descentralizan el acceso a la producción cultural, instalando y desarrollando infraestructura en lugares que tengan un notorio déficit para ampliar las oportunidades de acceso y uso creativo de nuevas tecnologías relacionadas con la comunicación y la cultura.

ESPAÑA

Simulador para emprendedores culturales

(<http://www.mcu.es/emprendedores/Inicio.html>)

El Simulador de Emprendedores *CREA TU PLAN DE NEGOCIO*, es una iniciativa del *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte* para ayudar a los y las emprendedoras del sector de las industrias culturales a realizar sus proyectos, centrando la atención en el análisis previo a la puesta en marcha del negocio. Tras registrarse, puede crear virtualmente una empresa y jugar con diferentes escenarios para comprobar aspectos como cuánto dinero necesita para empezar, cuándo va a rentabilizar su inversión, etc.

Además, puede acceder a casos de éxito de emprendimiento y comprobar qué decisiones tomaron.

Barcelona Cultura

(<http://lameva.barcelona.cat/barcelonacultura/es>)

Barcelona Cultura es una web perteneciente al Ayuntamiento de Barcelona cuya finalidad es agrupar y ofrecer toda la información relacionada con la Cultura, además de dar acceso a diferentes servicios culturales de interés, a destacar:

- *Barcelona Dades Cultura*: espacio que ofrece acceso público para consultar y descargar los principales indicadores culturales de la ciudad.
- *Espacio de crowdfunding*: Sistema alternativo para financiar proyectos culturales por parte de ciudadanos y ciudadanas. A través de Barcelona Cultura se ofrece una selección de los proyectos que algunas de las principales plataformas dedicadas al crowdfunding han considerado más relevantes.
- *Alquiler de espacios*: Enlaza con el Instituto de Cultura de Barcelona a través del cual se pueden alquilar espacios destinados a acoger actos y acontecimientos de carácter cultural.
- *Información*: A través de la página web Barcelona Cultura se puede acceder a diferentes fuentes de información claves como son: una agenda cultural que informa de los eventos cercanos a producirse, catálogos de los museos de la ciudad, boletines a los cuales los y las usuarias se pueden suscribir, una sección de últimas noticias, un enlace a las principales webs culturales clasificadas por subsectores, etc.
- *Apps*: Sección que pone a disposición pública diferentes aplicaciones culturales para móviles Android y iPhone (museos, cine, festivales, arte público entre otras).

Cult up

(<http://www.cultup.org/>)

El objetivo principal es ayudar a los jóvenes españoles que se encuentran residiendo en el exterior a sacar adelante sus iniciativas emprendedoras, permitiéndoles construir un perfil profesional creativo e incorporarse al mercado laboral a través de nuevos modelos de negocio o el autoempleo.

Cultup ofrece a través de la formación, recursos y herramientas, posibilidades de networking a las y los jóvenes españoles residentes en países de todo el mundo, que tienen así la oportunidad de especializarse en la gestión dentro de las industrias culturales y creativas.

Con sesiones de formación presencial y mediante el uso de la plataforma de asesoramiento y tutorización on-line de CultUp, los y las jóvenes pueden ampliar su formación y desarrollar su proyecto emprendedor dentro del sector cultural-creativo.

Red de Artistas Entre Dos Orillas (E2O)

(<http://www.entredosorillas.org/>)

Proyecto impulsado por *Fundación Directa*, con el apoyo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social y al Fondo Europeo de Integración, orientado a promover el emprendimiento cultural y la proyección artística y profesional de artistas extranjeros/as residentes en España. Se puso en marcha en 2008 y continuó su actividad hasta 2013. El proyecto se estructura en los siguientes *componentes*:

1. Una propuesta formativa sobre emprendimiento cultural consistente en un programa, de 16 horas compuesto por 4 módulos formativos que se imparten a lo largo de cinco semanas, tras ello se lleva a cabo una evaluación de calidad y una tutoría/asesoría individualizada. La estructura de la formación se divide en:

Ilustración 15. Módulos que componen el curso de Entre Dos Orillas

MÓDULO 1: Mi “yo emprendedor” y mi valor añadido	<ul style="list-style-type: none">• Tiene por objetivo trabajar el fortalecimiento personal y creativo necesario para potenciar el perfil profesional cultural así como impulsar la generación de ideas que permitan la sostenibilidad de las actividades en el futuro.
MÓDULO 2: ¿A quién vendo y cómo lo vendo?	<ul style="list-style-type: none">• En este módulo se realiza un ejercicio de análisis y valoración del mercado cultural para conocer el sector en cuestión y las características que lo definen y la competencia. Se define una estrategia y elabora un buen plan de búsqueda de información.
MÓDULO 3: ¿Cómo me lo monto?	<ul style="list-style-type: none">• El objetivo es conocer y manejar la información necesaria para poder llevar a cabo un buen Plan de Marketing, incluyendo todo lo relacionado con la oferta del producto o servicio cultural, el precio, la comunicación y la distribución con ayuda del uso de las nuevas tecnologías. Por último, se abordan algunas cuestiones relacionadas con las licencias y la propiedad industrial e intelectual.
MÓDULO 4: Forma Jurídica y Financiación	<ul style="list-style-type: none">• El módulo se basa en el análisis de los aspectos necesarios para desarrollar una actividad con éxito. Se abordarán las diferentes formas de negocio para la consecución de los proyectos; ventajas y desventajas de cada una de ellas; formas de organización; elección de la forma jurídica, etc.

Elaboración propia a través de la información recogida de la página web del programa (<http://www.entredosorillas.org/>).

2. Asistencia técnica y acompañamiento a los proyectos de los participantes, estimulando asimismo la agregación de la oferta.

3. Un catálogo de artistas, accesible a través del portal web del programa (www.entredosorillas.org) e impreso periódicamente, en el que han participado más de 150 creadores(as), proporcionando información acerca de cada artista y, en su caso, enlace a sus páginas web y/o blogs.

4. Acciones de promoción y visibilidad de la oferta en su mercado potencial (sistematización de la misma y difusión entre actores de la demanda, organización de festivales y exposiciones, organización de reuniones oferta/demanda, campañas en medios de comunicación, etc.)

5. Realización de eventos dirigidos a sensibilizar a la población en torno a problemáticas sociales a través del arte.

AGETECA

(<http://www.agetec.org/ageteca/>)

AGETECA es una Base de Datos documental multimedia sobre Gestión Cultural elaborada por la Asociación de Gestores y Técnicos Culturales de la Comunidad de Madrid (AGETEC), con el apoyo del Ministerio de Cultura. El objetivo de AGETECA es servir de apoyo documental teórico y práctico para el ejercicio profesional de los gestores culturales que desarrollan su labor en distintos sectores culturales y campos, bien sean del ámbito público o privado. Ofrece los siguientes servicios:

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

- Recopilar las principales informaciones y recursos existentes dentro de la red y fuera de ella sobre Gestión cultural.
- Ayudar a las tareas de búsqueda y recuperación de información relacionada con la Gestión cultural.
- Ofrecer las últimas novedades habidas en el campo de la Gestión cultural.

A través de la página web se puede acceder a un curso formativo dividido en 4 módulos cuyos contenidos se centran en las Nuevas Tecnologías aplicadas a la Gestión Cultural:

Ilustración 16. Módulos del curso de AGETECA

Módulo 1. El hipertexto, cultura, tecnología y nuevos paradigmas culturales en la era digital

- El hipertexto: el nuevo documento en la cultura de la imagen..

Módulo 2. Optimización del uso de Internet para la Gestión Cultural

- Fundamentos de diseño y construcción de webs.

Módulo 3. La Web 2.0 y sus aplicaciones a la Gestión Cultural

- TIC y Cultura: Ideas, conceptos y estrategias.
- Gestión cultural y TICs. Una perspectiva desde la Web 2.0
- TICs, Web 2.0, herramientas, recursos...
- Qué es un interactivo multimedia.
- Qué es interactividad.
- Escribir para la red.
- Una Guía en mi iPod.
- Los 10 paradigmas de la e-comunicación.

Módulo 4. La organización cultural y el dinamizador cultural online

- El dinamizador cultural digital.

Elaboración propia a partir de la información de la web de AGETECA (<http://www.agetec.org/ageteca/>)

4.3 Financiación internacional para programas e iniciativas culturales

Para consolidar una industria cultural y creativa nacional es imprescindible disponer de líneas de financiación para sus proyectos

(UNESCO, 2010)

No cabe duda de que uno de los factores determinantes de la vitalidad de la economía cultural de los países es la cantidad –y calidad- de recursos gubernamentales y privados que se asignan al sector, destacando el marco legislativo y político sobre el que actúa el mismo; por ello este análisis ha formado parte de la presente investigación. Pero existe otro factor esencial para el desarrollo de la industria: la aportación de fondos por parte de organismos internacionales y de otros actores, tanto para el desarrollo de programas de soporte como para la financiación directa de los proyectos y actividad productiva de los emprendedores y emprendedoras.

Existen varias fuentes de financiación internacional de naturaleza dispar (pública, privada, fondos, subvenciones, ayudas, becas, etc.). A continuación destacaré los más relevantes.

UNESCO

(<http://www.unesco.org/new/es>)

La *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)* es el organismo de referencia a nivel internacional. Desarrolla su trabajo en una multitud de temáticas relacionadas con Cultura, entre las que destaca la línea “cultura y desarrollo” y “creatividad”, dos de las que muestran mayor relación con el objetivo de este trabajo de investigación. Dentro de la creatividad como eje de acción, encontramos una división entre industrias creativas y educación artística.

En el marco específico de la dimensión cultural, la UNESCO cuenta con dos fondos destacables:

Fondo Internacional para la Promoción de la Cultura (FIPC)

(<http://en.unesco.org/ifpc/>)

Este fondo subvenciona la producción de obras culturales y artísticas, así como la organización de eventos de alcance nacional, regional y/o internacional que contribuyen a la creación de la cultura y el desarrollo de estrategias y programas.

El propósito del fondo es promover las culturas como fuentes de conocimiento, valores e identidad, destacar el papel de la cultura en el desarrollo sostenible, promover la creatividad cultural en todas sus formas, respetando la libertad de expresión e incentivar la cooperación cultural internacional y regional.

Pueden aspirar a estas ayudas las personas físicas, artistas y creadores, principalmente, seguido de entidades públicas con responsabilidad en la promoción de la cultura y creación artística y ONGs y entidades privadas sin ánimo de lucro cuyos objetivos se identifiquen con los del Fondo.

Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (FIDC)

(<http://en.unesco.org/creativity/fidc>)

El *FIDC* es un fondo de múltiples donantes promovido por la UNESCO que tiene como objetivo promover el desarrollo sostenible y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo, mediante el apoyo a proyectos que propicien la creación de un sector cultural dinámico. Los proyectos financiados por este fondo han de tener como objetivo alguno de los siguientes:

- Facilitar la aplicación de políticas culturales que protejan y promuevan la diversidad de las expresiones culturales, fortalezcan las infraestructuras institucionales o proporcionen oportunidades de fortalecimiento de las capacidades.
- Fortalecer las industrias culturales y propiciar la creación de las mismas. No serán elegibles los proyectos dirigidos a la compensación de un déficit, el pago de una deuda o interés, o relacionados únicamente con la producción de expresiones culturales.

Se pueden consultar los posibles beneficiarios del fondo en el siguiente enlace: <http://es.unesco.org/creativity/fidc/aplicar/quien-puede-presentar-solicitud>

Fondo para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (FODM)

(<http://www.mdgfund.org/es>)

El *Fondo para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (FODM)* fue un mecanismo de cooperación internacional lanzado en el año 2007 a través de un acuerdo del Gobierno de España (AECID) y el Sistema de Naciones Unidas con el objetivo de acelerar los progresos para la consecución de los *Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)* en todo el mundo, prestando para ello apoyo a gobiernos nacionales, autoridades locales y organizaciones ciudadanas en sus iniciativas para luchar contra la pobreza y la desigualdad.

El FODM ha apoyado 130 programas repartidos por 50 países de 5 regiones del mundo y sus responsables calculan que ha beneficiado de forma directa a más de 9 millones de personas. Una de sus áreas programáticas es la de cultura y desarrollo en que se desarrollaron 18 programas que han tenido como eje los derechos culturales, la inclusión social, el impulso del patrimonio cultural y el potencial turístico de los países con el objetivo de reducir la pobreza, aumentar el empleo y mejorar las oportunidades socioeconómicas para los segmentos marginados de la población.

Entre sus resultados destacan:

- 2.3 millones de personas beneficiadas de nuevas y renovadas infraestructuras culturales.
- 12,300 emprendedores/as culturales han aumentado sus ingresos debido al acceso a nuevos mercados.
- Creación de 50 inventarios para proteger el patrimonio cultural y natural, y se ha logrado añadir dos nuevos sitios a la lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO
- 1,450 instituciones culturales públicas y cerca de 14,200 funcionarios han logrado ampliar sus capacidades gracias a los programas del F-ODM.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

(<http://www.iadb.org>)

Idear Soluciones para Mejorar Vidas

(<https://demandsolutions.iadb.org/es/about>)

Idear Soluciones para Mejorar Vidas es una iniciativa del BID, que surge como un modelo de innovación abierta que motiva al sector público, al sector privado y a los ciudadanos en general a ir más allá de sus límites y co-crear soluciones destinadas a mejorar vidas. Nace con el objetivo de reunir a emprendedores, inversionistas e instituciones públicas y privadas de las industrias creativas y culturales (economía naranja) para discutir, inspirar y co-crear soluciones innovadoras en América Latina y el Caribe.

Como parte de *Idear Soluciones para Mejorar Vidas* surge el blog *Kreatópolis*, que es un espacio que conecta ideas, personas creativas y talentos emergentes con propuestas que impactan en las economías y el desarrollo en el mundo. En el marco de este blog se pueden encontrar varias publicaciones sobre la economía naranja.

Tiene varias secciones: Emprendimiento, Nuevas tendencias y Creatividad y Cultura. En esta última destacan los apartados de:

- Concurso anual para emprendedores en varias categorías: diseño con responsabilidad social, moda sostenible, multimedia para salvar el mundo, gastronomía como agente de transformación y música libre de estereotipos.
- Economía Naranja, que contiene publicaciones sobre el valor económico y el impacto de este sector, entre las que se pueden destacar:
 - El futuro de la Economía Naranja. Fórmulas creativas para mejorar vidas en Latinoamérica y Caribe, es una iniciativa del BID, en asociación con el Institute for the Future (ITFF), en la que se realiza una investigación sobre cómo los sectores creativos proveen de innovaciones que podrían transformar las industrias más tradicionales e incluso cómo estas podrían modificar sus modelos y sus procesos para volverse más productivas e inclusivas.
 - El e-book *Economía Naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*, que documenta 50 iniciativas innovadoras en las industrias culturales y creativas de 12 países de la región.

UNIÓN EUROPEA (UE)

[\(http://europa.eu/\)](http://europa.eu/)

La Unión Europea trabaja la cultura como un subtema dentro del apartado Cultura y Educación que también incluye otras líneas de trabajo como Sector audiovisual y medios de comunicación, Educación, Formación y Juventud o Multilingüismo.

El apoyo y la promoción de las artes y las industrias creativas, uno de sus objetivos, se concreta en la realización de programas de ayuda, financiación, apoyo a proyectos de investigación y el fomento de la cooperación con socios de la UE e internacionales.

La línea de financiación no se relaciona con el apoyo a actividades de emprendimiento o fortalecimiento empresarial. Esta línea se refiere, más bien, a la financiación de infraestructuras como conservatorios, teatros, auditorios o estudios de grabación.

Organizativamente, la Agencia Ejecutiva de Educación, Audiovisuales y Cultura es la responsable de dirigir la mayor parte de los programas culturales de la UE, bajo la supervisión de la Dirección General de Educación y Cultura de la Comisión Europea.

Entre los programas de ayuda disponibles cabe destacar el Programa Europa Creativa, de apoyo al sector cultural y creativo que, sin embargo, tampoco presenta una línea específica dirigida a personas emprendedoras. Otro programa subvencionado por la UE que brinda apoyo económico a este sector es COSME, programa para la Competitividad de las Empresas y para las Pequeñas y Medianas Empresas que impulsa el espíritu emprendedor, el acceso de las pymes a la financiación y a los mercados. Este último, sin estar dirigido estrictamente al sector cultural, beneficia de forma indirecta a emprendedores y emprendedoras del sector.

Por su parte, desde 2007, el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) ha asignado 555 millones de euros a apoyar servicios culturales.

Programa Europa Creativa

El programa de la Unión Europea para los sectores cultural y creativo.

(http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/opportunities/culture-support/index_en.htm)

Este programa tiene por finalidad apoyar a los y las profesionales europeos que trabajan en el ámbito de la gestión cultural, las diferentes disciplinas artísticas y el patrimonio, en las siguientes modalidades de ayuda:

- Proyectos de cooperación transfronteriza.
- Redes que ayuden al sector cultural a desarrollar su actividad en el ámbito transnacional.
- Traducción y promoción de obras literarias en la Unión Europea.
- Plataformas de operadores culturales que promocionen artistas emergentes y estimulen una programación europea de arte y cultura.

A partir de 2016, Europa Creativa también incluye un instrumento financiero de garantía de 121 millones de euros para facilitar el acceso a la financiación a los sectores cultural y creativo.

Programa COSME: Programa para la Competitividad de las Empresas y de las PYME

(http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/cosme/index_en.htm)

Es el programa europeo para el fortalecimiento de la competitividad y la sostenibilidad de las empresas de la UE que abarca el periodo 2014-2020. El presupuesto para los siete años es de 2,3 millardos €. El 60 % se asignará a los instrumentos financieros y el 3,5% a promover el espíritu empresarial y la cultura emprendedora. Entre las acciones realizadas, se encuentran las siguientes:

Tabla 23. Acciones realizadas por el programa COSME

TIPO	OBJETIVO	IMPLEMENTACIÓN
Mejora al acceso de financiación		
Instrumentos financieros (iniciativa PYME)	Proporcionar un mejor acceso a la financiación para las PYME en su puesta en marcha, el crecimiento y las fases de transferencia a través de instrumentos de deuda.	Los instrumentos financieros con COSME proporcionan un instrumento de deuda. La aplicación de los instrumentos financieros se confía al Fondo Europeo de Inversiones (FEI). Se organizan convocatorias abiertas para seleccionar intermediarios financieros (IF), quienes en cada país ofertan a las pymes los distintos productos.
Instrumentos financieros (Equity Facility for Growth)	Proporcionar un mejor acceso a la financiación para las PYME en su puesta en marcha, el crecimiento y las fases de transferencia a través de instrumentos de renta variable.	Los instrumentos financieros con COSME proporcionan un instrumento de capital; - La aplicación de los instrumentos financieros se confía al FEI; se organizan convocatorias abiertas para seleccionar intermediarios financieros (IF), quienes en cada país ofertan a las pymes los

		distintos productos.
Acciones de acompañamiento de instrumentos financieros	Encuesta sobre el acceso a la financiación de las PYME para hacer frente a la falta de información disponible; portal único PYME, estudios, talleres y herramientas informáticas.	Las medidas se basan principalmente en el Plan de Acción de la Comisión para mejorar el acceso a la financiación.
Fomento del espíritu empresarial		
Espíritu empresarial digital	Apoyar la implementación del Plan de Acción del Espíritu Empresarial 2020 potenciando la cultura emprendedora digital mediante la identificación y promoción de emprendedores digitales; catalizando la transformación digital de las empresas existentes y apoyando nuevas ideas de negocio en el mundo digital e impulsar su comercialización con éxito en el mercado.	Organización de talleres con la industria, la comunidad empresarial y académica y con expertos nacionales y regionales para dar forma a una visión paneuropea y coordinar las acciones de política pertinentes.
Eurobarómetro sobre el espíritu empresarial	Evaluar la situación de la iniciativa empresarial, la voluntad de los ciudadanos de la UE de convertirse en trabajadores por cuenta propia y los problemas asociados, comparar los resultados con la situación en otras economías y con las ediciones anteriores de este estudio de la Comisión.	Elaboración de un Flash del Eurobarómetro sobre el espíritu empresarial.

Fuente: Elaboración propia a partir de bibliografía

Banco Mundial (BM)

(<http://www.bancomundial.org/>)

Al contrario de las anteriores agencias, el *Banco Mundial* no presenta -al menos públicamente- una línea específica de trabajo en cultura. Sí trabaja en el apoyo al emprendimiento, sobre todo en la línea de concesión de créditos y otros estímulos financieros. Sin embargo, el tipo de actividades que apoya están relacionadas con otro tipo de sectores (agricultura, salud, etc.). Según el Informe Anual de 2017, El Banco Mundial trabajó con los países de América Latina y el Caribe para promover el crecimiento, la productividad y el emprendimiento. La inversión del BM en la Región fue de US\$5.200 millones, de los cuales la administración pública recibió el 32%, el abastecimiento de agua, saneamiento y gestión de desechos, y la industria, comercio y servicios recibieron, respectivamente, el 11%, y el transporte y la educación recibieron cada uno el 10%. (Banco Mundial, 2017).

Banco de Desarrollo de América Latina (CAF)

(<http://www.caf.com/>)

El financiamiento de Proyectos el CAF va dirigido a entidades que busquen apoyar operaciones que se relacionan con el sector de infraestructura, y generalmente proceden de contratos de

concesión otorgados por los gobiernos. Igualmente se utiliza frecuentemente para financiar proyectos de minería y explotación de petróleo y gas.

Los préstamos son la principal modalidad operativa del CAF y pueden ser de corto plazo (1 año), mediano plazo (de 1 a 5 años) y largo plazo (más de 5 años), dentro de los cuales pueden haber diferentes tipos: Préstamos para comercio (Preembarque y Post embarque) y capital de trabajo, préstamos para proyectos y de garantía limitada. El abanico de proyectos que puede financiar CAF es muy variado, y abarca planes de infraestructura relacionados con la vialidad, el transporte, las telecomunicaciones, la generación y transmisión de energía, el agua y el saneamiento ambiental; así como también los que propician el desarrollo fronterizo y la integración física entre los países accionistas.

Lo más aproximado de la actividad prestataria de la CAF en lo que respecta al sector cultural es la que tiene que ver con su papel como banca de segundo piso, otorgando líneas de crédito a instituciones financieras de desarrollo, la banca comercial privada o empresas calificadas de los sectores productivos de la región, a fin de que estas luego le ofrezcan financiamiento a grupos específicos, como por ejemplo las pequeñas y medianas empresas (PyMEs).

Sin embargo, el CAF, además de promover el financiamiento competitivo, explora instrumentos inteligentes orientados a promover el desarrollo empresarial sustentable, a través del fomento de la cultura emprendedora y la innovación.

Es destacable la tarea que la Institución lleva adelante como promotor de la industria de capital de riesgo en la región, lo que contribuye a maximizar el éxito de emprendimientos con alto potencial de crecimiento que se encuentran tanto en etapas tempranas de desarrollo, como en algún estado de mayor maduración, pero que cuentan con perspectivas de expansión aún más importantes.

Además de colaborar con recursos de cooperación técnica, el CAF invierte en fondos de capital semilla y de venture capital tanto locales como regionales, procurando, con base en su experiencia, una activa participación en la estructuración de los fondos.

Pese al no disponer de un área temática específica sobre cultura o emprendimiento, el análisis de la actividad del CAF evidencia el apoyo a la cultura de forma indirecta, a través de la promoción de otro tipo de actividades, como el apoyo a los proyectos GEF o algunos de los desarrollados en el ámbito de desarrollo urbano.

OEI

(<http://www.oei.es/>)

La financiación de la OEI y de sus programas está cubierta mediante las cuotas obligatorias y las aportaciones voluntarias que efectúan los Gobiernos de los Estados Miembros, y por las contribuciones que para determinados proyectos puedan aportar instituciones, fundaciones y otros organismos interesados en el mejoramiento de la calidad educativa y en el desarrollo científico-tecnológico y cultural.

Entre sus programas de acción dentro del plan “Meta para el 2021” se encuentra el *Programa de educación artística, cultura y ciudadanía*.

Participa junto la AECID en el *Programa Acerca*, de capacitación para el Desarrollo del Sector Cultural.

Mercosur Cultural

(<http://mercosurcultural.org/>)

Desde su creación, en el año 1998, los Estados Partes del *MERCOSUR Cultural* han trabajado en pos del enriquecimiento y la difusión de las expresiones culturales y artísticas del MERCOSUR. Entre los principales objetivos del MERCOSUR Cultural, se destacan:

- Favorecer la difusión y divulgación de las expresiones culturales y artísticas del bloque, promoviendo el enriquecimiento de las mismas.
- Impulsar la cooperación cultural a nivel regional, y llevar adelante proyectos y programas conjuntos en diferentes sectores de la Cultura.
- Estimular la difusión e implementación de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de 2005.
- Generar estadísticas culturales de la región que permitan el desarrollo de políticas públicas eficientes, a través del SICSUR.
- Fomentar políticas que tiendan a ampliar la circulación y comercialización de los bienes culturales dentro de la región.
- Promover, y hacer efectivos, los derechos culturales de los/as ciudadanos/as.
- Generar políticas culturales que potencien la inclusión social.
- Abordar el debate sobre el rol de la Cultura en el Desarrollo Sustentable.
- Estimular el desarrollo de la economía de la cultura en la región.

Desde el año 2010, el MERCOSUR Cultural ha emprendido cuatro acciones para promover y fortalecer la institucionalidad del bloque.

En 2010 se aprobó la creación del *Fondo MERCOSUR Cultural* que tiene como objetivo financiar proyectos y programas que fomenten la creación, circulación, promoción, protección y difusión de los bienes, servicios y de la diversidad de las expresiones culturales que contribuyan al fortalecimiento del proceso de integración. Actualmente, se está trabajando en un documento de Reglamento del mencionado Fondo.

En este marco, está prevista la elaboración del *Plan Estratégico de Integración Cultural del MERCOSUR* que establecerá objetivos de mediano y largo plazo para respaldar las acciones de integración, cooperación e intercambio cultural del bloque.

Asimismo, en el año 2012, se aprobaron cinco proyectos: Alimentos Tradicionales: Seguridad Alimentaria, Identidad y Diversidad Cultural del MERCOSUR, *Corredor de Maestros en Artes Escénicas*, *Atlas sobre Buenas Prácticas en materia de Diversidad Cultural*, la categoría de *Patrimonio Cultural del MERCOSUR*, y el proyecto *Itinerario Cultural de las Misiones Jesuíticas, Guaraníes, Moxos y Chiquitos en el MERCOSUR*. Y, a iniciativa de Brasil, se realizó la I Reunión de Altas Autoridades Sudamericanas sobre Cultura y Sustentabilidad para debatir la relación estratégica entre Cultura y Desarrollo Sustentable.

Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)

(<http://www.aecid.es>)

La Cooperación Española ha sido pionera en lo que respecta al ámbito cultural. En el periodo 2005-2008, concretamente en el II Plan Director de su política, ya incorporó la cultura como un elemento esencial en las políticas de desarrollo. Algo que ha mantenido formalmente (pero claramente minimizada) en los planes posteriores considerándola desde su triple vertiente: como factor de cohesión social, como factor de diálogo entre los pueblos y como generadora de desarrollo económico.

Cultura y Desarrollo aparece definida, además, como una estrategia sectorial de la política de cooperación española.

La Dirección de Relaciones Culturales y Científicas es la encargada de fomentar, gestionar y ejecutar las políticas públicas de cooperación cultural para el desarrollo, que se articulan a través de dos grandes programas: el *programa ACERCA* de Capacitación para el Desarrollo en el Sector Cultural y el programa Patrimonio para el Desarrollo.

Programa ACERCA

(<http://www.aecid.es/ES/cultura/cultura-y-desarrollo/programa-acerca>)

Creado en 2005 para implementar la primera línea de la *Estrategia de Cultura y Desarrollo*. El principal objetivo de ACERCA es apoyar e impulsar procesos de formación y capacitación de recursos humanos en el sector cultural como contribución al desarrollo y al bienestar colectivo. Sin embargo, entre sus objetivos específicos se encuentra el apoyo al desarrollo de políticas culturales. Asimismo, entre los contenidos generales del programa se plantea el abordaje de temas vinculados a las industrias culturales, el apoyo a la pequeña y mediana empresa cultural, Nuevos emprendedores y empresas culturales y creativas, etc.

Programa Patrimonio para el Desarrollo

(<http://www.aecid.es/ES/cultura/cultura-y-desarrollo/patrimonio-para-el-desarrollo>)

Hace referencia a la gestión sostenible del patrimonio cultural para el desarrollo mediante el apoyo a procesos de conservación, restauración, preservación y revalorización de los bienes patrimoniales, tanto materiales como inmateriales; analizando la contribución que todos estos esfuerzos de carácter multisectorial puedan aportar al desarrollo sostenible.

Entre los proyectos de cooperación desarrollados en esta línea se hallan algunos ejecutados en Panamá, concretamente en Panamá Viejo (recuperación de la traza urbana y rehabilitación de la Torre de la Catedral, ambos, para la puesta en valor del conjunto arqueológico Panamá Viejo), y en Colón, para la rehabilitación de su Centro Histórico.

AECID cuenta con la *Red de Centros Culturales* (<http://www.aecid.es/ES/cultura/red-exterior/red-de-centros-culturales>) constituida por un total de 19 Centros Culturales repartidos entre Iberoamérica y África: trece Centros Culturales constituidos como Unidades de Cooperación en el Exterior y seis Centros Asociados con participación local, que enriquecen la diversidad e implantación geográfica de la Red. Panamá cuenta con el Centro Cultural Asociado

“*Casa del Soldado*”. La Red de Centros Culturales tiene como propósito desarrollar la política de cooperación cultural y científica, fortalecer la acción cultural como factor para el desarrollo y apoyar la promoción y acción cultural en el exterior; además de actuar como espacios de encuentro y dinamización donde se visibiliza y articula la comunidad de gestores y emprendedores culturales. La Red pone a disposición de los usuarios, públicos y particulares, aulas-taller, auditorios y salas de exposiciones, bibliotecas, mediatecas y media-labs, etc. Realizan además programas culturales en colaboración con instituciones locales y fomentan los intercambios y la cooperación contribuyendo a la promoción de la cultura española.

La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo contribuye a la financiación de cinco programas de cooperación iberoamericana relacionados con la cultura: *IBERMEDIA*, *ICAA IBERARCHIVOS – ADAI*, *IBERESCENA*, *IBERMUSEOS* e *IBERORQUESTAS*.

Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)

(<http://segib.org/>)

En la SEGIB, el Espacio Cultural Iberoamericano (ECI) articula un total de 14 Programas e Iniciativas de Cooperación Cultural, coordinándose además con los organismos regionales y los colaboradores en la materia para la realización y seguimiento de la Conferencia Iberoamericana de Ministros de Cultura, así como los Congresos Iberoamericanos de Cultura. Impulsa el diseño y puesta en marcha de políticas públicas regionales; las acciones derivadas de los ejes estratégicos Pymes Culturales, Diplomacia Cultural y, Cultura y Cohesión Social.

Los programas de los que forma parte SEGIB son los siguientes:

- IBERARCHIVOS (Programa ADAI)
- IBERARTESANÍAS
- IBERBIBLIOTECAS
- IBERMEMORIA SONORA Y AUDIOVISUAL
- IBERMUSEOS
- IBERMÚSICAS
- IBERORQUESTAS JUVENILES
- Programa de Desarrollo en Apoyo a la Construcción del Espacio Escénico Iberoamericano (IBERESCENA)
- Programa en Apoyo a la Creación de un Espacio Audiovisual Americano (IBERMEDIA)
- Programa Iberoamericano de Fomento a la Política Cultural de Base Comunitaria (Ibercultura Viva y Comunitaria)
- Programa IBER-RUTAS
- Red de Archivos Diplomáticos Iberoamericanos (RADI)

Se detallan seguidamente algunos de estos programas iberoamericanos de cultura, coordinados desde la SEGIB.

Programas Iberoamericanos de Cultura

Se han impulsado y desarrollado los programas IBER, que coordina la Secretaría General Iberoamericana y proyectos iberoamericanos bajo la responsabilidad de la Organización de

Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OED). Se crean en las Cumbres de Jefes de Estado y de Gobierno con el fin de crear, fortalecer y mantener viva una cultura que une a todos los países del marco iberoamericano.

Un programa Iberoamericano es una acción a largo o medio alcance, en plazos y objetivos en los que se articulan planes, líneas de acción y actividades de los gobiernos de los países iberoamericanos en un sector determinado. Todos ellos se configuran como fondos financieros multilaterales, compuestos por las aportaciones de los diferentes países que se adhieren a un programa concreto.

1. IBERMEDIA (<http://www.programaibermedia.com/>)

Programa de estímulo a la coproducción de películas de ficción y documentales realizados en Iberoamérica conformado por 19 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

El programa se centra en tres objetivos principales:

- Desarrollo: Contribuyendo a la realización de películas y proyectos audiovisuales dirigidos al mercado, en particular al mercado iberoamericano y creando un entorno favorable a la integración en redes de las empresas de producción iberoamericanas.
- Coproducción: Promover, mediante la asistencia técnica y financiera, la coproducción de proyectos presentados por productores independientes iberoamericanos y trabajar para el aprovechamiento del patrimonio audiovisual iberoamericano.
- Formación: Favorecer la formación de los profesionales de la producción y la gestión empresarial audiovisual, promover la utilización y el desarrollo de nuevas tecnologías y contribuir a la cooperación y el intercambio de conocimientos.

Desde que Ibermedia se puso en marcha en 1998, han lanzado 22 convocatorias que han permitido apoyar 636 proyectos de coproducción, exhibir 298 películas y otorgado 2.700 becas de formación en todos los países de la comunidad

2. IBERARCHIVOS (<http://www.iberarchivos.org/>)

Programa de apoyo a la cooperación archivística.

3. IBERESCENA (<http://www.iberescena.org/es/>)

Programa creado en noviembre de 2006, basado en el fomento, intercambio e integración de la actividad de las artes escénicas iberoamericanas con diferentes líneas de subvención que ofrece ayudas no superiores a los 32.000 euros. Iberescena a través de estas convocatorias, pretende promover en los Estados miembros y por medio de ayudas financieras, la creación de un espacio de integración de las Artes Escénicas.

El Fondo Iberescena está actualmente ratificado por doce países que financian el programa: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y por la Secretaria General Iberoamericana (SEGIB).

Los principales programas desarrollados entre 2014y 2016 fueron:

- Ayudas a Redes, Festivales y Espacios Escénicos para la programación de espectáculos

- Ayudas a la Coproducción de espectáculos iberoamericanos de Artes Escénicas.
- Ayudas a Procesos de Creación Escénica Iberoamericana en Residencia

Proyectos Especiales: dirigidos a fortalecer y ampliar los objetivos y la visibilidad del Programa IBERESCENA, así como su promoción en el espacio escénico internacional, a través de las diferentes formas de reflexión, formación, producción, promoción y circulación de las artes.

4.4 Recapitulación

El recorrido realizado por las políticas y experiencias de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, España, México, Paraguay, Perú y Uruguay pone de manifiesto los avances alcanzados por la economía cultural en términos administrativos, legislativos, conceptuales y de gestión en algunos de estos países, de la mano de los esfuerzos realizados para reivindicar el desarrollo cultural de sus entornos nacionales y locales, la participación ciudadana en la creación, la producción y el consumo de la cultura, y papel clave de la cultura en el desarrollo sustentable.

El caso paradigmático es Colombia, convertido en referencia a nivel internacional, con un planteamiento integral de la política cultural pionero en 2007. Este planteamiento estaba fundamentado en elementos que permitieron crear un sistema integral de la cultura, que todavía hoy sigue teniendo vigencia, referencia y trascendencia, fundamentado sobre: la creación de marcos normativos de fomento, la formación específica en emprendimiento y gestión y en derecho de autor, el establecimiento de sistemas de financiación y apoyo al emprendimiento, la investigación sobre el impacto económico de las industrias culturales, la descentralización en las distintas regiones del país con el fin de crear modelos de intervención y la articulación transversal con otras áreas.

A nivel administrativo, la cultura en Colombia se ha gestionado con el más alto rango en un Ministerio único, tal cual sucede también en Argentina, Brasil, Cuba y Perú. La cultura mantiene el nivel administrativo más elevado, pero compartiendo ministerio con otras disciplinas, en Bolivia (Ministerio de Culturas y Turismo), Costa Rica (Ministerio de Cultura y Juventud), España (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte) y Uruguay (Ministerio de Educación y Cultura). Y se sitúa en un segundo nivel administrativo en Paraguay y México (ambos con Secretarías de Cultura), y en Chile (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes), aunque particularmente estos dos últimos países han realizado importantes avances en sus instrumentos de gestión cultural. Desde estas instituciones la cultura se ha ido fortaleciendo, pero con diferencias entre los diferentes países.

A nivel legislativo, se han producido una serie de modificaciones legislativas y en las políticas públicas, también con Colombia a la cabeza, pionera en dotarse de una Ley General de Cultura, que una década después sólo se ha extendido a México (Ley General de Cultura y Derechos Culturales). Argentina tiene avanzado un Proyecto de Ley Federal de las Culturas y también Costa Rica su Proyecto de Ley de Derechos Culturales, en tanto que Brasil cuenta con la Ley de Cultura Viva.

A ello se suman planes o políticas nacionales de cultura diseñados para ordenar, priorizar y gestionar las actividades culturales, comenzando con el Plan Nacional de Cultura de Colombia, que igualmente se identifica en Brasil y Paraguay, o con otra denominación, como en

Argentina (Plan Nacional de Igualdad Cultural), Chile (Política Nacional de Cultura), Costa Rica (Política Nacional de los Derechos Culturales), España (Plan de Cultura 2020) y Perú (Política Cultural).

El enfoque con el que se aborda la cultura ha ido evolucionando hacia elementos comunes que se van incorporando en las políticas culturales de gran parte de los países investigados, con una visión más avanzada en Argentina, Colombia, Chile, Cuba (un caso especial de potencia cultural pero sin referente de mercado), México y Perú (se está trabajando en una nueva política cultural actualmente): enfoque de derechos de acceso a la cultura y de creación de cultura; desarrollo de la cultura considerando la diversidad regional/local/comunidades y de pueblos/etnias/minorías; gestión de los cambios derivados de la era digital en la forma de hacer cultura; el papel económico de las industrias culturales y creativas y su impacto sobre el crecimiento y el empleo; el fomento del emprendimiento cultural y de las industrias culturales.

Particularmente en el marco que nos ocupa, el emprendimiento cultural y la economía cultural y creativa han merecido un espacio concreto, que así ha sido contemplado en las políticas culturales: con legislación de fomento específico de sectores culturales (música, cine, audiovisuales, libro, etc.), de estímulo o fomento financiero, de derechos de autor, de exenciones fiscales, de propiedad intelectual, etc.; con la creación de programas específicos (de mentoría, formación, financiación, creaciones de redes, disponibilidad de espacios, etc.), con la provisión de fondos públicos y/o la participación privada a través del establecimiento de alianzas, mecenazgo y/o voluntariado, especialmente en Colombia, Argentina, Perú y México; con sistemas nacionales de información cultural (con mapas culturales, estadísticas relacionadas con la cultura, cuentas satélites de la cultura, registros de emprendimientos y empresas creativas, estudios e investigaciones en la materia, etc.), como en Colombia, Argentina, México, España, Uruguay y Chile y Paraguay (con CSC en construcción); con la creciente consideración de la cultura digital en las políticas culturales, desde una visión basada en la creación y al acceso digital a bienes y servicios culturales (Paraguay), hasta su significación como un medio o contexto que modifica la construcción de espacios y formas de relación entre las personas y los nuevos medios de creación, producción, circulación y recepción de contenidos (nuevas políticas culturales de Chile); con la promoción de la cultura propia en el exterior a través de la participación en proyectos culturales internacionales, como la Red de Ciudades Creativas, a la que pertenecen Buenos Aires, Montevideo o Bogotá, y los programas de la UNESCO, MERCOSUR Cultural y otros organismos internacionales.

De hecho, la aportación de fondos por parte de organismos internacionales (públicos, privados, fondos, subvenciones, ayudas, becas, etc.), ya sea para el desarrollo de programas de soporte como para la financiación directa de los proyectos y actividad productiva emprendedora ha contribuido al desarrollo de la economía cultural de los países. Entre los organismos más activos destacan: la UNESCO, referencia a nivel internacional, que desarrolla sus principales líneas en “cultura y desarrollo” y “creatividad” a partir de dos fondos dedicados a promover las culturas, la creatividad y la cooperación internacional, y a promover el desarrollo sostenible y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo, respectivamente; el BID, que ha puesto en marcha un modelo de innovación abierta que invita a co-crear soluciones creativas destinadas a mejorar vidas, donde la economía naranja adquiere especial protagonismo; la OEI, que se ha convertido en una importante fuente de información cultural y de referencia en el desarrollo de estudios, recolección de datos y bibliografía de los países de la Región; y la SEGIB, cuyas acciones más destacadas se concretan en los programas iberoamericanos (Ibermúsica, Iberarchivos, Iberartesánías, etc.), que constituyen un apoyo institucional, técnico

y económico para los países de la región.

Este recorrido por las políticas culturales y de apoyo al emprendimiento de este grupo de países de la Región LAC y España sirve de escenario de referencia para profundizar, en el capítulo 5, en todos los aspectos relacionados con el emprendimiento cultural en Panamá, como país objetivo y eje fundamental de esta tesis.

5. Emprender cultura en Panamá

“...Y la montaña parió un ratón...”

Esopo

(o...dependiendo cómo se mire...el ratón parió una montaña...)

Tras el recorrido realizado por los datos, políticas, debates, experiencias y recursos de otros países, se aborda ahora la situación del emprendimiento cultural en Panamá. Hacerlo de un modo contextualizado a nivel internacional es muy relevante, pues la valoración del punto en el que se encuentra Panamá en lo relativo a la economía de la cultura no podrá realizarse acertadamente solo desde una posición auto-referente. Corresponde combinar una mirada hacia adentro con otra hacia afuera, comparando lo que aquí sucede en contraste con entornos cercanos o similares.

Después del paso por conceptos, discursos, propuestas y experiencias en el plano internacional, al aterrizar ahora en Panamá puede avanzarse que la fotografía de la realidad del país en materia de economía y emprendimiento cultural es ambivalente. Por un lado, el panorama de las políticas de economía cultural resulta bastante pobre y decepcionante (es decir, “la montaña parió un ratón”). Y esa pobreza afecta a las condiciones previas para crear y emprender en el país, a la oferta directa disponible para quien llega a hacerlo (formativa, financiera, de asistencia técnica, de innovación, de apoyo a la apertura exterior, etc.) pero, al mismo tiempo, no hace otra cosa que reflejar las fallas de las políticas y del ecosistema en su conjunto. Lo cual convierte en indispensable un acercamiento lo más integral posible a la cuestión, que no se limite en exclusiva al foco del emprendimiento. Pero, por otro lado, Panamá está experimentando una auténtica eclosión en términos de extensión, calidad y diversidad de la oferta cultural disponible, nunca vista antes. En ello ha incidido la confluencia entre la apuesta de algunas instituciones (DICINE, Alcaldía de Panamá, Fundación Ciudad del Saber) y el incombustible compromiso de los agentes culturales privados, incluyendo los propios creadores y creadoras. Así, Panamá cuenta con innumerables activos para dar un vuelco a corto plazo a la mediocre realidad de su economía cultural, comenzando por la enorme cantera de talento de la que dispone y por la existencia de no pocas experiencias que, desde la base y con un grado de entusiasmo a prueba de frustraciones, brindan propuestas que enriquecen cada día la oferta de productos culturales del país (o sea, es igualmente verdad que el ratón parió una montaña).

Este capítulo se dedica íntegramente a profundizar en el conocimiento de estas luces y sombras, haciéndolo desde varios ángulos.

Primero, el análisis se centra en conocer la realidad económica y social de Panamá, con el fin de situar el contexto de brechas socioeconómicas que todavía persisten y que condicionan el acceso, disfrute, creación y emprendimiento cultural por parte de los diversos grupos de población panameña. A continuación, el análisis profundiza en las cifras, ofreciendo un análisis comparado de la realidad panameña respecto a otros países y presentando, seguidamente, un conjunto de datos cuantitativos relativos a la economía (visualizada en este caso bajo la óptica de “sector”) cultural, a partir de la recolección de datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC). La información cuantitativa se complementa con una descripción de algunos subsectores clave de la cultura en Panamá, elaborada mediante el procesamiento de información

secundaria y del resultado de entrevistas con personas que son expertas, profesionales o emprendedoras en los mismos.

Posteriormente, se realiza un análisis de las políticas culturales panameñas y el trato que recibe el emprendimiento dentro de ellas, para terminar, destacando las intervenciones y actores culturales más significativos dentro del país.

El núcleo final (y central) de este apartado lo constituye la descripción y análisis de las principales dificultades que existen en Panamá a la hora de disponer de un espacio favorable al emprendimiento cultural, así como las oportunidades y ventajas con las que cuenta.

Interesa indicar que el proceso de recolección de los datos necesarios ha sido arduo, pues apenas se ha encontrado documentación sistematizada al respecto. Por ello, podrán apreciarse desequilibrios en cuanto a la abundancia o escasez de información de unas actividades en relación a otras, máxime cuando, tal y como se ha señalado en el capítulo 3, los dominios culturales existentes ya son, de por sí, sumamente amplios e inabordables en una investigación de estas características.

Con todo, puede decirse que, con los datos recolectados, hay materia suficiente para hacer un análisis de la situación del emprendimiento cultural en Panamá y de los desafíos a los que se enfrentan tanto las personas emprendedoras como el propio país en relación al desarrollo de su economía cultural.

5.1 Contexto económico y social de Panamá

Panamá ha experimentado un importante crecimiento económico en los últimos años, situándose como uno de los países más dinámicos de la Región de América Latina y Caribe. Pese a todo, persisten brechas socioeconómicas, en el acceso y disfrute a los recursos (especialmente en lo relativo a educación, empleo y participación económica) por parte de los diferentes grupos de población (hombres y mujeres, jóvenes, población indígena, población afrodescendiente y otros), que dificultan el pleno ejercicio de los derechos culturales de la población, a la hora de consumir, crear, emprender y participar con el propio bagaje cultural, en el *mainstream*.

5.1.1 Datos de situación

Población

En 2016 la población panameña superó los 4 millones de habitantes, con una densidad de población de 54.4 habitantes/km², una de las más bajas de la región centroamericana (sólo por delante de Nicaragua), pero con un reparto bastante equilibrado entre mujeres (49.8%) y hombres (50.2%). Las provincias de Panamá, Panamá Oeste y Colón son las más pobladas, agrupando al 59.2% de la población; mientras que Darién y Los Santos, con 55 mil y 95 mil habitantes, respectivamente, son las menos pobladas. En cuanto a las Comarcas Indígenas (Guna Yala, Emberá y Ngäbe Buglé), la población alcanza 258.5 miles de habitantes, concentrándose en esta última el 76.8% de la población total en las Comarcas; además, el número de mujeres es mayor que de hombres, excepto en la Comarca Emberá, debido a la emigración masculina hacia otras provincias.

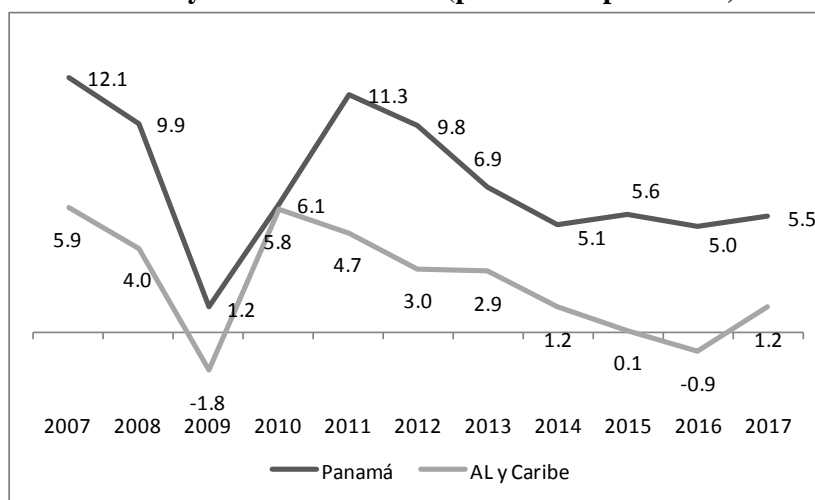
Panamá se caracteriza por tener una estructura de población relativamente joven. En 2016, la población menor de 15 años representaba el 27.1%, en tanto que la población de 65 y más años

se situó en 7.8%. Las provincias de Bocas del Toro, Colón, Darién y las Comarcas Indígenas son los territorios que tienen estructuras de población más joven que el promedio nacional, con porcentajes de población menores de 15 años entre el 31.2% y 43.8%.

Crecimiento económico

Panamá es uno de los países de la Región de América Latina y Caribe que ha experimentado mayor crecimiento económico en la última década. El crecimiento medio de la economía panameña durante el periodo 2007-2016 ha sido un 7.3% (frente a un 2.5% en el conjunto de la Región), registrándose las mayores tasas de crecimiento en 2011 y 2012 (11.3% y 9.8%) y la menor en 2009 (1.2%). La previsión de crecimiento para el año 2017 se sitúa en una tasa del 5.5%, notablemente mayor que el 1.2% prevista para el conjunto de la Región (MEF, 2017).

Gráfico 8. Crecimiento de la economía, en tasa de variación anual (%). Panamá y América Latina y Caribe. 2007-2017 (previsiones para 2017)



Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas, 2017

5.1.2 Disparidades que afectan el ejercicio de los derechos culturales

El modelo productivo

La economía panameña se ha desarrollado en gran parte gracias a la Logística para el desarrollo del comercio mundial, el denominado efecto Network. Sin embargo, el modelo económico de Panamá se ha fundamentado en la creación de infraestructuras con poca planificación y sin una institucionalidad sólida, que ha generado un gran crecimiento económico pero no ha logrado un crecimiento inclusivo, tipo *cluster*, por falta de aprovechamiento de los encadenamientos intersectoriales en función de las ventajas competitivas del país.

Es por ello que dicho crecimiento no ha sido capaz de contrarrestar la mala distribución de la riqueza y/o de elevar y consolidar el nivel educativo. Las cifras son reveladoras: Empleo, el 7% del empleo vinculado al efecto Network genera el 47% de la riqueza en Panamá, mientras que el 93% de empleo restante del país genera el 53% de la riqueza; productividad, la productividad del Network es 18 veces superior a la del resto de la economía; educación, Panamá ocupa el lugar 62 de 65 en la prueba PISA (Intracorp, s/f).

Desigualdad y desarrollo humano

El Banco Mundial señala que el fuerte crecimiento económico de los últimos años en Panamá ha generado "pocas mejoras para los pobres que habitan las áreas rurales y, en particular, para los grupos indígenas", y añade que "la disminución de la tasa de pobreza ha sido modesta y la pobreza extrema aún se sitúa en torno al 15%" de la población" (Banco Mundial, 2015).

El BM señala, además, que "el país mantiene una de las tasas más elevadas de desigualdad de la región y del mundo". De hecho, la desigualdad se mantiene relativamente alta en Panamá (coeficiente Gini de 0.51 en 2014 según el Banco Mundial) y persisten desafíos para la provisión pública de servicios sociales. Por ejemplo, niñas y niños en comunidades indígenas tienen significativamente menos acceso a servicios básicos de educación, electricidad y saneamiento que otros niños y niñas en zonas rurales o urbanas.

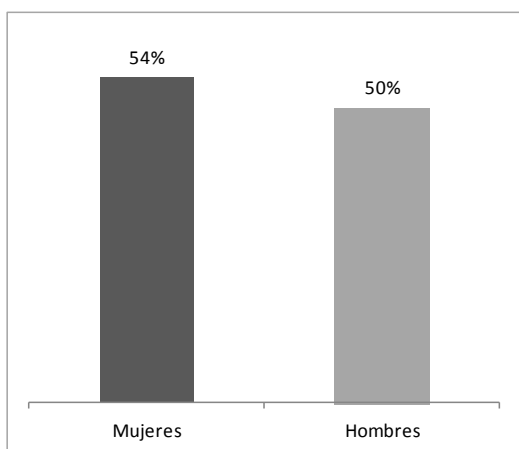
En la Región de América Latina y el Caribe, Panamá ocupa la posición número cuatro en el Índice de Desarrollo Humano (IDH) y, la posición número 60 a nivel mundial (de 188 países estudiados) (PNUD, 2016). Destaca que Panamá es considerado un país de desarrollo alto, al alcanzar su IDH el valor de 0.788 para el 2015, lo que implica un incremento de 0.003 ó 0.4%, en comparación al año 2014. Sin embargo, la realidad es otra en las áreas rurales y, muy especialmente, en las Comarcas Indígenas: la Comarca de Emberá Wounaan está en el límite de desarrollo humano bajo (0.5), en tanto que las Comarcas de Guna Yala y Ngäbe Buglé se ubican por debajo de ese límite.

Educación y empleo

La educación en Panamá ha tenido importantes avances en las últimas décadas, particularmente en el acceso y la cobertura en todos los niveles de enseñanza. De 2000 a 2014 se registraron aumentos en las tasas netas de matrícula para todos los niveles de enseñanza. Sin embargo, se evidencia una incapacidad para mantener a los/as alumnos/as en el sistema educativo, ya que en el primer nivel de enseñanza la matrícula neta es del 96.8% y disminuye en la medida en que se pasa a la siguiente etapa educativa (68.9% en educación media y premedia y 45.7% en la educación superior). En términos generales, esta situación implica que el 52% de estudiantes de primaria no se matricula en la universidad, perdiendo una valiosa oportunidad para asegurarse un futuro con mayor bienestar (NU, 2014).

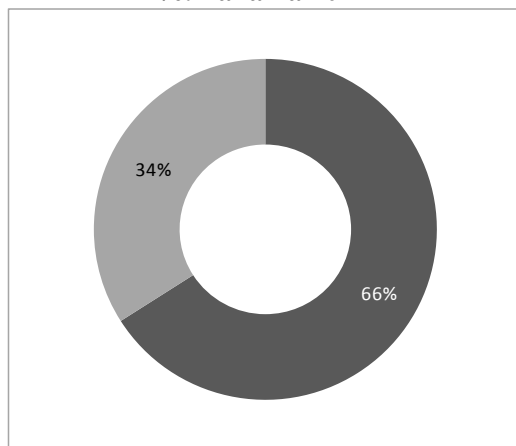
Aun así, el nivel educativo de las mujeres panameñas se sitúa actualmente en cotas más elevadas que el de los hombres, con un mayor porcentaje de mujeres que de hombres con educación media (54% mujeres y 50% hombres) y, muy destacadamente, con presencia en estudios superiores (66% de mujeres egresadas de la universidad y 34% de hombres).

Gráfico 9. Población con educación secundaria, por sexo, en % del total. Panamá. 2015



Fuente: INEC, Educación, 2015

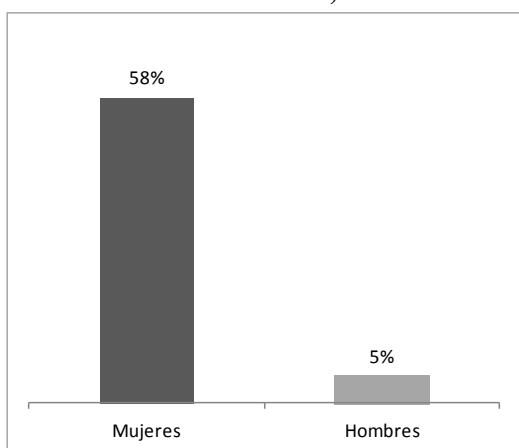
Gráfico 10. Distribución de la población egresada de la Universidad por sexo, en %. Panamá 2014



Fuente: Universidad de Panamá, 2015

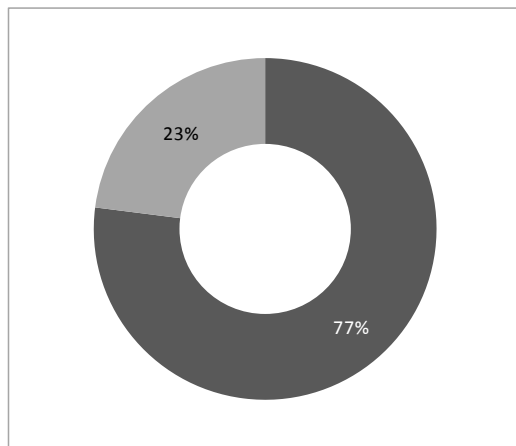
Si bien en la última década la participación femenina en el ámbito laboral ha aumentado un 7%, la progresión de las mujeres en sus niveles educativos, sin embargo, no termina de traducirse en una mayor participación de las mujeres en el ámbito laboral, manteniéndose a día de hoy una acusada brecha con respecto a los hombres: la tasa para las mujeres es del 51% y la de los hombres asciende al 79%. Una de las causas principales, que expresamente aducen muchas mujeres, son las responsabilidades familiares y domésticas; de hecho, la gran mayoría del trabajo doméstico y del cuidado sigue recayendo en las féminas (por cada 3 mujeres que realiza el trabajo doméstico solo 1 hombre también lo hace y, en el caso de la población no activa, casi el 60% de las mujeres se dedica a labores del hogar frente a solo un 5% de hombres).

Gráfico 11. Población no económicamente activa dedicada a labores del hogar, por sexo, en % del total. Panamá %, 2016



Fuente: INEC, Educación, 2015

Gráfico 12. Distribución del trabajo doméstico por sexo, en %. Panamá, 2011

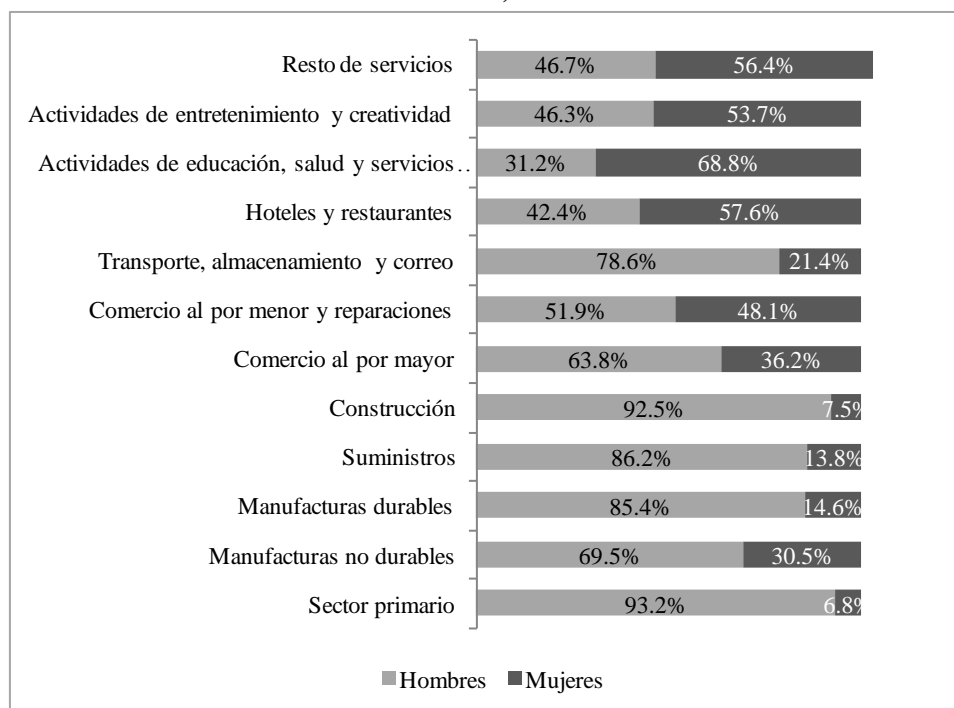


Fuente: Universidad de Panamá, 2015

Una vez en el mercado laboral también se observan brechas entre mujeres y hombres. La primera se localiza en la distribución de las personas ocupadas que, ante la menor participación de las mujeres, naturalmente es a favor de los hombres (59.4% y 40.6% mujeres).

La siguiente brecha se abre en la distribución por actividades económicas de hombres y mujeres o segregación horizontal. La presencia femenina predomina esencialmente en las Actividades de educación, salud y servicios sociales (68.8% de mujeres y 31.2% de hombres), mientras que las actividades más neutras se encuentran entre Comercio al por menor y reparaciones (51.9% y 48.1% respectivamente), Hoteles y restaurantes (57.6% y 42.4% respectivamente) y Resto de servicios (45.3% y 54.7% respectivamente). El resto de actividades son predominantemente masculinas, especialmente en el Sector primario, Construcción, Suministros y Manufacturas no durables, donde el porcentaje de hombres ocupados oscila entre el 85.4% y el 93.2%.

Gráfico 13. Distribución de la población ocupada por sexo y actividad económica, en %.
Panamá, 2017

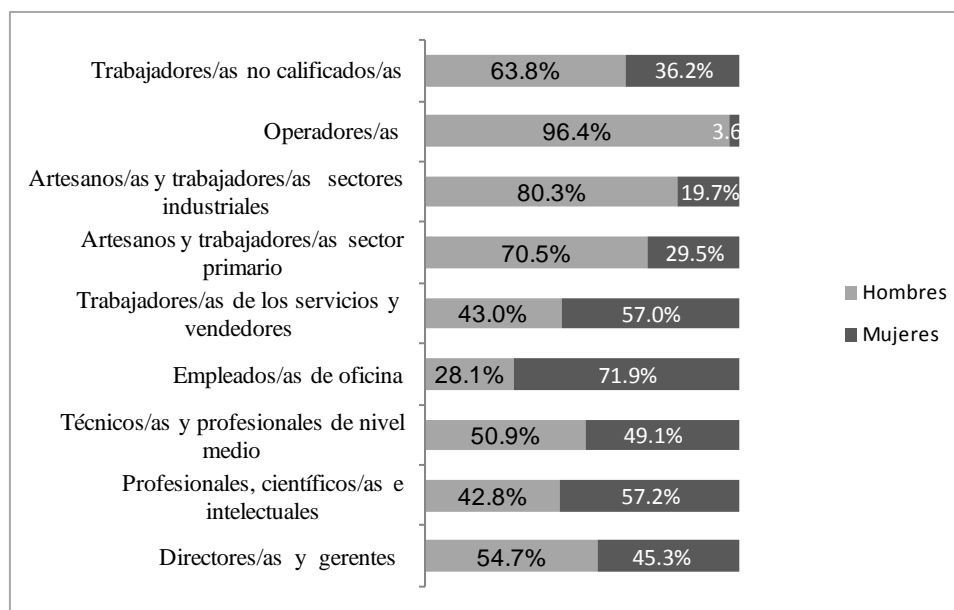


Fuente: INEC, Encuesta de Propósitos Múltiples, marzo 2017

A todo lo anterior hay que añadir la brecha de género por ocupaciones o segregación vertical, encontrándose que en Panamá que los niveles de dirección, de profesionales altamente cualificados y de técnicos/as de nivel medio no presentan diferencias muy acusadas en la presencia de mujeres y hombres (45.3% de mujeres en puestos de dirección, 57.2% de mujeres entre profesionales científicos e intelectuales y 49.1% de técnicas de nivel medio). No obstante, siguen siendo mayoritariamente mujeres las personas empleadas en oficinas (con casi tres cuartas partes del total).

En cuanto a la distribución de mujeres por ocupaciones, dos datos positivos destacables es que hay menor proporción de mujeres no calificadas que de hombres (16% y 19% respectivamente) y ligeramente mayor de mujeres directivas que de hombres (7% y 6%).

Gráfico 14. Distribución de la población ocupada por sexo y ocupación, en %. Panamá, 2017



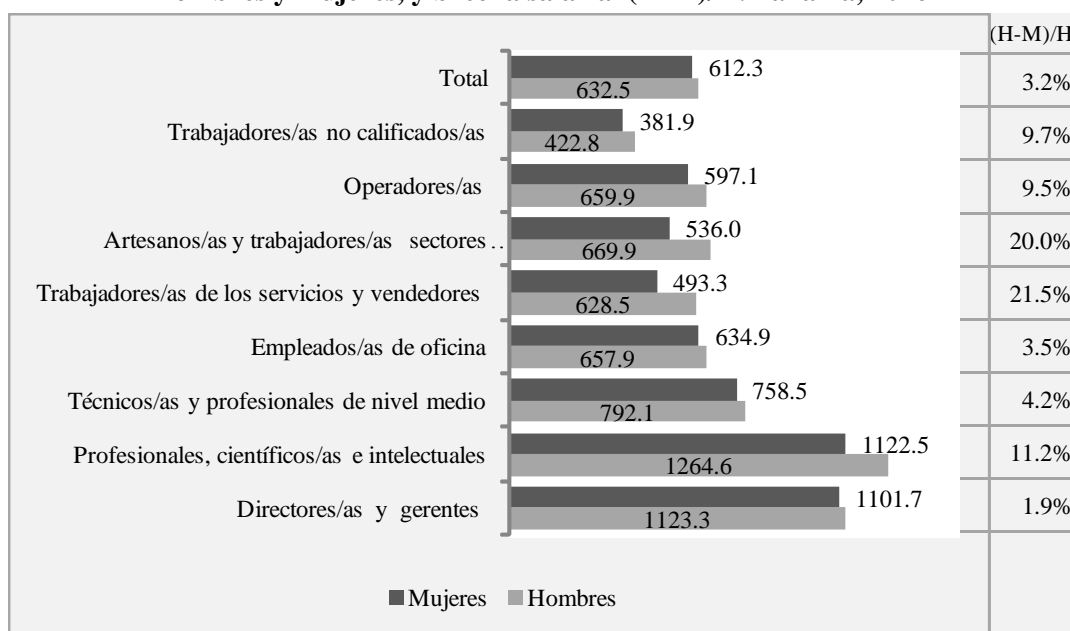
Fuente: INEC, Encuesta de Propósitos Múltiples, marzo 2017

Salarios

El salario mediano mensual de los hombres ascendió a 632.5 balboas y para las mujeres en 612.3, lo que supone una brecha salarial (diferencia entre el salario de los hombres y el de las mujeres, expresado como porcentaje del salario de los hombres) del 3.2%, la menor de la Región¹⁵. Sin embargo, por ocupaciones, se observan importantes diferencias entre sexos, destacando las mayores brechas salariales en las ocupaciones de trabajadores/as de los servicios y vendedores/as (21.5%), artesanos/as y trabajadores/as de sectores industriales (20.0%) y profesionales, científicos/as e intelectuales (11.2%), a las que se añaden las ocupaciones de trabajadores/as no cualificados/as y operadores/as, con brechas cercanas al 10%. La menor brecha salarial se presenta a nivel de dirección y gerencia (1.9%).

¹⁵ La brecha salarial se ha calculado sobre el salario mediano (no medio). Además, dado los (elevados pero insuficientes) niveles de salarización del mercado laboral panameño, este dato deja fuera a importantes sectores de la fuerza laboral. De hecho, tomando como referencia el dato aportado por el Foro Económico Mundial, sobre el total de ingresos anuales por sexo, la brecha salarial de género se engrosa hasta alcanzar el 38%.

Gráfico 15. Mediana del salario mensual devengado (en balboas) por ocupaciones, para hombres y mujeres, y brecha salarial (H-M)/H. Panamá, 2016



Fuente: INEC, Encuesta del Mercado Laboral 2016

Migraciones

Panamá es una tierra de migraciones. Panamá ha sido moldeada por unas corrientes migratorias que nunca han cesado de producirse. Además de los afroantillanos, se suman los millares de mujeres y hombres norteamericanos, chinos, hindúes, hebreos, árabes y europeos que se han asentado en el país a lo largo de sucesivas oleadas. En la actualidad, son nuestros vecinos latinoamericanos (en los últimos tiempos sobre todo venezolanos), norteamericanos del “baby boom” y europeos expulsados por la crisis económica que afecta a aquel continente (y atraídos por las oportunidades que se vislumbran en Panamá), quienes protagonizan principalmente estos flujos. El Censo de 2010 aporta la cifra de 140,256 personas extranjeras, de las cuales el 60% proceden de 5 países: Colombia, China, Estados Unidos, Nicaragua y República Dominicana, por ese orden. No obstante, esta cifra no refleja ni mucho menos la realidad, de la cual buena muestra son los 101,786 permisos de residencia que Panamá concedió entre 2010 y 2016, un 40% a colombianos y venezolanos, Las asociaciones chinas, por su lado, reportan casi 150,000 compatriotas (la mayoría cantoneses) residiendo actualmente en el país, mientras que estadísticas oficiales españolas indican que, a principios de 2017, 12,438 connacionales estaban domiciliados en Panamá.

Además de las históricas, razones económicas obligan a mirar de frente nuestra realidad migratoria, dado que existe una brecha de fuerza de trabajo para atender las demandas productivas del país que todos los análisis especializados muestran. En la respuesta a esa necesidad se encuentra, al menos parcialmente, la captación de mano de obra procedente de otros países. La idea central es que, en los años venideros, la migración extranjera está llamada a consolidarse como el fenómeno que más intensa y profundamente transformará los contornos demográficos, sociales, económicos y culturales de Panamá. De hecho, las proyecciones de Intracorp para el año 2016 referían ya un incremento de inmigrantes de 461.605 solo en el distrito capital.

También se vislumbran razones culturales. La cultura, o mejor dicho las culturas panameñas, se alimentan de la diversidad, hasta el punto de que lo que nos hace únicos es la riqueza y pluralidad de nuestras identidades, en un país por el que van, vienen y se entrecruzan personas, ideas, productos, ambiciones y tradiciones. ¿Puede el alma de Panamá narrarse desde el monolítico “aspiracionismo” blanco en el que se han reconocido algunos sectores de nuestras élites? Parece que nuestro principal problema estriba en la insuficiente asunción de la diversidad que somos, más que lo contrario. Una asunción que no solo nos permitiría empoderar nuestras culturas, sino también nuestras comunidades y sus creadores/as.

Y, por último, existen razones sociales. Panamá tiene un vasto número de migrantes internos olvidados, nuestra población indígena. Es poco conocido que el 51.6% de las mujeres y el 54.8% de los indígenas panameños residen fuera de sus territorios, dando origen a que seamos el país con superior proporción de migración interna indígena de toda la región latinoamericana. Estamos hablando de población autóctona cuyo ingreso por habitante es inferior a los \$100- al mes y cuyo índice de pobreza multidimensional -según datos de la ONU 2017- supera el 90%, especialmente en la Comarca Ngäbe Buglé (93.4%), Comarca Guna Yala (91.4%), frente a un 19.1% de promedio nacional.

Situación de la población afrodescendiente

Según el Atlas Social de Panamá sobre la población afrodescendiente, con datos del Censo 2010 (Ministerio de Economía y Finanzas, 2010), hay 313.289 personas autoidentificadas como afrodescendientes en Panamá, el 9.2% de la población total. El 86.4% se caracteriza por vivir en áreas urbanas, ubicándose mayoritariamente en las provincias de Panamá (61.8%) y Colón (22.4%). El 52.1% de la población es masculina y el 47.9% femenina. La mediana de edad de esta población es de 32 años (27 años para todo el país), aunque más del 50% tiene menos de 35 años.

Este dato ha sido corregido recientemente, cuando la Encuesta de Propósitos Múltiples de 2015 (INEC, 2015), estimó que el 15 por ciento de la población panameña es afrodescendiente, es decir, un total de 586 mil 221 personas, lo que viene a constituir un dato más bastante cercano a la realidad.

Según el Censo, este grupo étnico registra una alta tasa de alfabetismo (98.3%) superior a la totalidad de la población del país (94.5%); y también mayor en las áreas urbanas que el resto de los territorios. Entre la población adulta, el 58.3% de la población afrodescendiente ha culminado al menos la educación secundaria (la mitad con estudios superiores), siendo este porcentaje muy superior al que registró el total de la población (33.2%).

En el mercado laboral, la tasa de actividad de la población que se autoidentifica como afrodescendiente es el 64.7%, superior a la de la población total (58.9%). Por sexo, la tasa de actividad de los hombres (75.9%) es mayor que la reportada para las mujeres (52.9%). La tasa de ocupación es el 91.6%, más elevada para los hombres (92.8%) que para las mujeres (89.7%).

Finalmente, con relación a los ingresos, el 10% de los hogares que reciben menos ingresos solo concentra el 4.2% de la población afrodescendiente, mientras que para el total de hogares del país representa el 8.8% de la población. En cambio el 10% de los hogares con mayores ingresos concentra el 14.3% de la población que se define afrodescendiente, porcentaje mayor que lo que reportaba la población total (11.5%).

Los datos presentados dibujan una realidad aparentemente próspera para la población afrodescendiente, el único problema es que no son reales debido a graves errores metodológicos en el diseño del Censo. De hecho, en el estudio del PNUD (2013) sobre la población afrodescendiente en Panamá, estos resultados son altamente criticados y se plantea que se hable siempre de “*población autoidentificada como afrodescendiente*”, y no de población afrodescendiente sin más; no obstante, todavía no se cuenta con los datos necesarios para diseñar e implementar políticas inclusivas y de desarrollo humano dirigidas a la población afropanameña. Este estudio del PNUD, basado en percepciones y autopercepciones de la población afropanameña, refleja realidades muy distintas a las señaladas, según se recoge en las siguientes citas.

“Nosotros decimos que Panamá es un crisol de razas, multiétnico y pluricultural. Si somos un crisol de razas, pero ese mismo crisol de razas debería utilizarse para todo, mi empresa es un crisol de razas, mi revista es un crisol de razas, mis comerciales son un crisol de razas, y aquí sólo usan a los negros para el comercial de pobreza o de delincuencia.” (Entrevistas - Gobierno/Afrodescendientes/Panamá - p. 47).

“No es que se esté pidiendo ser privilegiado por ser negro, se está pidiendo que el tema de los negros esté contemplado en las políticas gubernamentales, en los procesos educativos, de salud, oportunidades y trabajos, en muchos factores y en muchos niveles” (Entrevistas - Organizaciones de la sociedad civil/Afrodescendientes - p.54).

Situación de la población indígena

El último censo realizado por la Contraloría General de la República de Panamá en 2010 concluye que, de los 3.4 millones de habitantes del país, 438 mil 559 declararon ser indígenas. Los grupos poblacionalmente más importantes son Ngäbe (el 62.3% de la población indígena), Guna (el 19.3%), Emberá (el 7.5%) y Buglé (el 6.0%), a los que se añade otros pequeños grupos como Wounaan (el 1.7%), Naso/Teribe (el 1.0%), Bokota (0.5%) y Bri Bri(0.3%). No obstante, todos los años nacen entre 10 mil y 11 mil nuevos miembros de las etnias Ngäbe, Buglé, Guna, Emberá, Wounaan, Naso y Bribrí, por lo que la población indígena superó en 2016 el medio millón de habitantes, con unas proyecciones para 2020 que podrían rebasar las 540 mil personas.

La estructura poblacional muestra que la población indígena es muy joven, con una edad mediana en torno a los 18-22 años; de hecho, más de dos tercios de la población Ngäbe Buglé y más del 60% de la Emberá tiene menos de 25 años de edad. Esto sitúa a Panamá, junto con Colombia, como uno de los países con la población indígena más joven de la región LAC, según datos de CEPAL.

Las brechas existentes entre la población indígena y el conjunto de la población en Panamá se vislumbran en varios escenarios. Los datos del Censo 2010 también son contundentes en materia de educación. La tasa de alfabetismo de la población indígena se sitúa en el 77.6%, muy por debajo de la correspondiente a la población total del país (94.5%), encontrándose en el 12.9% el porcentaje de población con estudios medios. En general, los niños y niñas indígenas reciben entre 7 y 9 años menos de educación que sus pares en mejor situación socioeconómica.

Algunos datos significativos sobre las comarcas indígenas señalan: en Educación inicial, 8 de cada 10 estudiantes asisten a centros de educación inicial en la Comarca Ngäbe-Buglé y sólo 2 de cada 10 en las Comarcas de Guna Yala y Emberá Wounaan, a lo que se añade que la

asistencia de las niñas a los centros de educación inicial es menor; en la Educación primaria la sobre-edad es por lo menos de 2 años mayor que la que correspondería al grado cursado, afecta más a los niños que las niñas y es mayor en la Comarca Ngäbe-Buglé; en la Educación premedia y media, la sobre-edad es de hasta 4 años y afecta más a estudiantes de la Comarca Ngäbe Buglé. Además, se echa de menos una política educativa con enfoque intercultural, que desarrolle contenidos curriculares y materiales de apoyo contextualizados en Etno-matemática, Identidad cultural y Lengua materna.

En el mercado laboral, la tasa de actividad de la población indígena es el 44.3%, por debajo de la tasa de actividad de población total (58.9%). La tasa de ocupación media se sitúa en el 90.8%; para los hombres es más elevada fuera de las Comarcas Indígenas (91.5%) y para las mujeres dentro de las Comarcas (94.7%), si bien se trata de empleos informales apenas remunerados. Además, se observa una ausencia de la figura jefe de hogar masculino dentro de las zonas comarcales (muchos han emigrado a trabajar a otros territorios), lo que ha empujado a las mujeres a adquirir conciencia de que no solo ayudan en el trabajo familiar, sino que son las responsables del mismo.

Continuando con las mujeres (aproximadamente el 49% de la población), Panamá se encuentra en la última posición de nueve países latinoamericanos en cuanto a la participación económica de las mujeres indígenas, en particular de las que residen en las áreas comarcales. Su actividad predominante es la agrícola y la artesanal (y para las que emigran a las ciudades, el servicio doméstico), mientras que, por categorías ocupacionales, el 98.2% del total se ocupa como trabajadoras por cuenta propia (42.5%) y trabajadoras familiares (55.7%). Más específicamente, las artesanías agrupan -según datos del INEC- casi la cuarta parte del empleo femenino indígena (elevándose a un 48% en el caso de las Emberá y a un 78.4% en el de las Gunas), constituyendo el espacio común de actividad entre todas ellas, como sucede asimismo en otros lugares de la región latinoamericana. Y, junto con el agroturismo y el turismo cultural, se trata del campo de proyección fundamental para su inserción a corto plazo en la economía productiva del país, pero también de su empoderamiento, al constituirse no solo en una forma de vida y de ingreso sino la única representación reconocida de su identidad cultural. Las mujeres indígenas son, asimismo, muy diversas, disponiendo una parte de ellas de una notable capacidad de liderazgo y orientación al emprendimiento que, sin embargo, no ha encontrado aún un cauce eficaz de expresión en sus comunidades. Ciertamente, han existido algunos casos reconocidos de liderazgo institucional (como el de la Cacica Silvia Carrera), pero la realidad es que las mujeres apenas se encuentran representadas entre las autoridades tradicionales, pese a tener un peso mayoritario en la población comarcal, donde el índice de masculinidad es de 96.6 hombres por cada 100 mujeres si atendemos a las cifras totales, pero se reduce a 87.5 hombres por cada 100 mujeres en el caso de la población en edades productivas (de 15 a 64 años), según datos del INEC. Estas mujeres, además, más allá de su superior peso poblacional tienen un rol esencial en el cuidado de sus familias y entorno y, pese a todas las dificultades que sufren, se asocian, trabajan duro, participan, se conectan y sueñan con sacar adelante nuevos proyectos que mejoren su calidad de vida y la de los suyos.

En cuanto al lugar de residencia, la mayoría de la población indígena, el 76.1%, se concentra en zonas rurales (indígenas y no indígenas). Las cifras de la Contraloría indican que una buena parte de la población indígena tiende a migrar a otras provincias. De hecho, del total de indígenas que hay en Panamá, el 53% vive fuera de las zonas comarcales y el 47% permanece en sus tierras. Es decir, más de 5 de cada 10 indígenas dejan sus tierras, generalmente en busca de mejores oportunidades. Las provincias a donde frecuentemente se trasladan estos grupos son

Bocas del Toro, Chiriquí, Veraguas, Panamá Oeste y Panamá Centro. La población que emigra a las ciudades es fundamentalmente joven y con predominio masculino (aunque las mujeres también tienen una alta tasa migratoria). Cabe destacar al respecto que Panamá es el país de América Latina y Caribe con mayor proporción de migración interna de la población indígena.

La emigración indígena pone de manifiesto la realidad de que el mapa de pobreza en Panamá se concentra de manera inapelable en los distritos indígenas y el 25% de las rentas en las Comarcas Indígenas dependen actualmente de las transferencias sociales (datos de PNUD), y esto no ha hecho más que aumentar en los últimos años, mientras que la media de ingresos de la población en las Comarcas no alcanza los \$100. Ahondando en ello, el análisis de los ingresos revela que el 10% de los hogares con menores ingresos concentra el 28% de población indígena (el 14.3% de la población total), en tanto que en el 10% de los hogares que reciben más ingresos, solo hay una representación del 2.5% de población indígena.

Inclusión digital

Según el Estudio "Usos de Internet en Latinoamérica 2016" (Tendencias Digitales, 2016), Panamá tiene una penetración de Internet del 57%, un 9% más que en el año 2015, situándose en el segundo lugar en Centroamérica y en el décimo lugar entre los países de la Región de Latinoamérica y Caribe, superando ligeramente el promedio de los países del estudio (el 56%). Entre las personas usuarias predominan ligeramente las mujeres (el 52%) y mayoritariamente las personas pertenecientes a la Generación X (el 57%), que incluye a las personas nacidas entre 1965 y 1985.

Los tres usos más comunes de internet en el país son: Correos electrónicos (el 85% de internautas), visitar redes sociales (83%) y chatear (70%). En este último uso, Panamá se diferencia de la región, mostrando un porcentaje mayor de personas usuarias que declaran chatear en línea. Otras actividades donde Panamá se destaca del resto de los países de la región son: descargas de música, aplicaciones móviles y películas/series. Por su parte, el país se ubica por debajo de la región en los siguientes usos: leer noticias, comercio electrónico y realizar trámites gubernamentales.

Más del 80% de internautas en el país visita regularmente las redes sociales, siendo las más populares: YouTube (94%), Facebook (90%), Google+ y Twitter. En Twitter e Instagram se muestra un porcentaje de adopción que supera al de la región.

Aunque los datos son buenos para Panamá, todavía se aprecian brechas en la difusión de internet en los hogares, al igual que en los países de la región, determinadas por la disponibilidad de infraestructura y otras variables económicas, sociales y demográficas, tales como el lugar de vivienda o el nivel de ingreso. Considerando los hogares con acceso a Internet mediante conexión fija, la brecha entre el acceso en las zonas urbanas y el acceso en las zonas rurales supera los 10 puntos porcentuales. Y comparando los hogares más ricos y más pobres, la razón entre el número de hogares con acceso a internet en el quintil más rico y el número equivalente en el quintil más pobre se sitúa alrededor de 10 según los años 2011, 2012 o 2013 (CEPAL, 2015).

Conclusiones

Las brechas socioeconómicas entre hombres y mujeres, entre la población indígena y el conjunto de la población, entre las zonas urbanas y las áreas rurales, etc. ayudan a comprender que los colectivos poblacionales más desfavorecidos (con menor nivel y oportunidades

educativas, con menor acceso al empleo y participación en los ingresos y la riqueza, o con dificultades para acceder a internet) tienen especiales dificultades para el pleno ejercicio de sus derechos culturales a la hora de consumir, crear, emprender y participar en la cultura. Consumir, producir y emprender cultura es, salvo honrosas excepciones, un fenómeno circunscrito a las clases medias urbanas, dejando atrás a territorios y poblaciones, con un bagaje y un potencial cultural invisibilizado, casi fuera de la escena por razones socioeconómicas. Esto también explica que el mercado cultural nacional sea tan pequeño, porque además de que el país lo es, hay mucha gente que -por razones socioeconómicas- no se puede incorporar al mercado cultural existente.

Al mismo tiempo, se identifica la existencia de un acervo cultural impresionante, como pocos países poseen en el mundo, y menos aún si consideramos el pequeño tamaño de Panamá. Es precisamente la diversidad de la población del país (siete pueblos indígenas, comunidades afrocoloniales y afroantillanas, emigrantes procedentes de Europa, América del Norte, del Centro y del Sur; China, India, Siria, Líbano, Palestina, Israel, etc.) la que genera un cúmulo enorme de expresiones culturales en todos los ámbitos, desde la música hasta la cocina, pasando por los rituales religiosos, pues todas las religiones conviven de manera pacífica en Panamá. Volveré a ello más adelante.

5.2 Aproximación cuantitativa al sector cultural en Panamá

Caracterizar la actividad emprendedora cultural de Panamá en términos cuantitativos se hace complicado a tenor de las fuentes estadísticas disponibles y las variables en ellas analizadas. No obstante, esta situación no parece ser particular del país: *“el trabajo en los indicadores culturales locales es un campo fragmentado y sin consenso. Sin embargo, su desarrollo resulta esencial para conseguir que la cultura pueda consolidarse como uno de los pilares del desarrollo. En los últimos años el interés por los indicadores culturales ha aumentado, y varios informes sobre este tema han sido escritos y publicados”* (CGLU, 2006: 2).

La consolidación de indicadores estadísticos culturales confiables no es un asunto menor, ya que su existencia permite no sólo conocer y evaluar el progreso cultural de un determinado territorio, sino también la toma de decisiones respecto a las políticas y programas a implementar. Las conclusiones derivadas de algunos estudios realizados y de la celebración de algunos seminarios internacionales hablan de “confusión sobre qué son los indicadores y cómo deben ser utilizados”, “falta de datos cualitativos”, “marcos poco manejables” y “objetivos políticos imprecisos”, además de una clara diferencia de enfoques en el tratamiento de los datos y una multiplicidad de los mismos (FICAAC, 2005).

Sin embargo, la prioridad de implementar un sistema de información comparable en el ámbito cultural se manifiesta en algunas iniciativas internacionales, como la surgida a través del Convenio Andrés Bello (CAB), que ha construido, como se ha señalado ya, un manual metodológico sobre la implementación de la *Cuenta Satélite de Cultura* de los países firmantes, entre ellos Panamá. Esto es, una plataforma de medición que se interrelaciona con el Sistema de Cuentas Nacionales, tal como sucede en otros sectores como el turismo, el medio ambiente, la salud o, incluso, los trabajos del hogar y los cuidados. Actualmente, Panamá aún no dispone de Cuenta Satélite de Cultura, si bien los informes internacionales reportan la intención gubernamental de que pronto se cuente con ella.

Visto el escenario anterior, se ha acudido a analizar las fuentes de información disponibles a nivel local. En primer lugar, y como paliativo a la falta de Cuenta Satélite de la Cultura, pero como intento serio, en términos de indicadores económicos, de medir el tamaño y el impacto de las industrias creativas en Panamá, está el estudio *Industrias Creativas Culturales en Panamá: Diagnóstico del Sector y Relevancia Económica* (BID, INDESA, 2017). Este estudio aporta una estimación de la contribución económica de las industrias creativas en Panamá en términos de producción, valor agregado, número de empresas y población ocupada, considerando la definición de *economía naranja* introducida por el BID en 2013, así como del impacto que tienen las industrias creativas en la economía en su conjunto.

En primer lugar, se ha realizado una consulta del *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de Panamá*, el proyecto más importante de investigación internacional para medir la actividad emprendedora en múltiples países. Esta aproximación evidencia cómo el objetivo de dicha encuesta está pensado para profundizar en las características de quienes emprenden y cómo lo hacen (quiénes tienen la propiedad, cuántos trabajadores emplean, qué papel juegan en el networking, etc.), pero no se ocupa de los aspectos propios de la actividad desarrollada, impidiendo, de esta forma, centrar el análisis en las y los emprendedores culturales del país. Si bien es cierto que entre las variables del cuestionario se solicita información acerca del tipo de negocio emprendido (“*What kind of business is this?*”), el nivel de desagregación en las respuestas imposibilita la identificación de la actividad cultural como variable independiente para su posterior tratamiento, por cuestión de significación de los tamaños muestrales.

Por su parte, el *Instituto Nacional de Cultura (INAC)*, creado para coordinar y fomentar las políticas culturales en todo el país, tampoco presenta datos estadísticos que definan el sector cultural panameño en términos de actividad económica y emprendimiento. Las publicaciones ofrecidas por esta dependencia, responsabilidad de la Dirección de Planificación y Presupuesto del Instituto, recopilan únicamente indicadores de insumos y servicios de las actividades culturales desarrolladas en el país que se completan con datos de participación en las mismas (visitas a museos, exposiciones, etc.).

Lo anterior conduce, directamente, al *Instituto Nacional de Estadística y Censo de Panamá (INEC)*. Entre las publicaciones disponibles se encuentran las que explican la situación cultural del país. Sin embargo, en este epígrafe las estadísticas se refieren a educación e indicadores sobre datos en actividades científicas y tecnológicas.

Serán las estadísticas del trabajo del propio INEC, en concreto la *Encuesta de Mercado Laboral*, los resultados finales del *Censo Nacional de Población y Vivienda* y la información volcada en el *Directorio de Empresas y Locales de Actividades Económicas* de Panamá, las que se posicionen como principales fuentes informativas para la obtención de datos sobre la actividad emprendedora cultural del país.

5.2.1 La economía cultural panameña en el contexto latinoamericano

Sin embargo, previo al análisis de las principales fuentes estadísticas relativas al sector cultural ofrecidas por el INEC, se desea introducir una breve comparativa de la economía cultural panameña con relación al resto de países latinoamericanos.

Algunos de los datos ofrecidos en este epígrafe han sido recogidos ya en el apartado 3.2, pero se desea resaltar y complementar ahora aquí, como una manera de ofrecer una panorámica general que ayude a contextualizar los datos posteriores del INEC y a dimensionar el “peso”

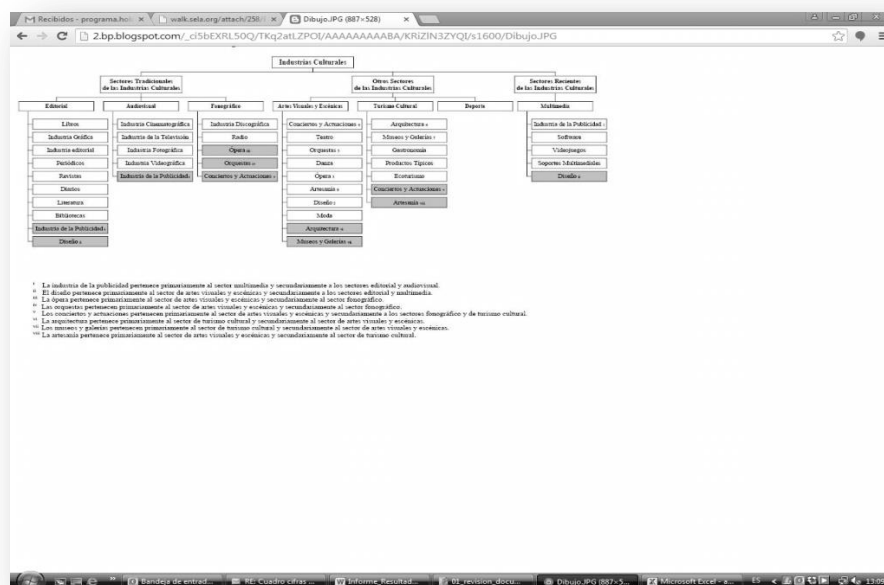
Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

económico-cuantitativo de la cultura en Panamá. La fuente principal utilizada para ello es el documento “*Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica*” (CEPAL, OEI, 2014).

A este respecto, apuntar en primer lugar la existencia de limitantes informativas sobre la dimensión económica de la cultura en Panamá. Por ahora, el desglose de actividades económicas que ofrece el INEC, en su Sistema de Cuentas Nacionales de Panamá no permite aislar las actividades culturales con la finalidad de conocer su aporte macroeconómico.

Se sabe, según las fuentes consultadas de los países en los que se encuentran disponibles que, en promedio, el PIB cultural representaría en torno al 2.02% del total en América Latina, con países como Bolivia y Paraguay a la cabeza del ranking con un PIB cultural superior al 3%.

Gráfico 16. PIB Cultural (%). América Latina (10 países). Varios años.



Fuente: (CEPAL, OEI, 2014)

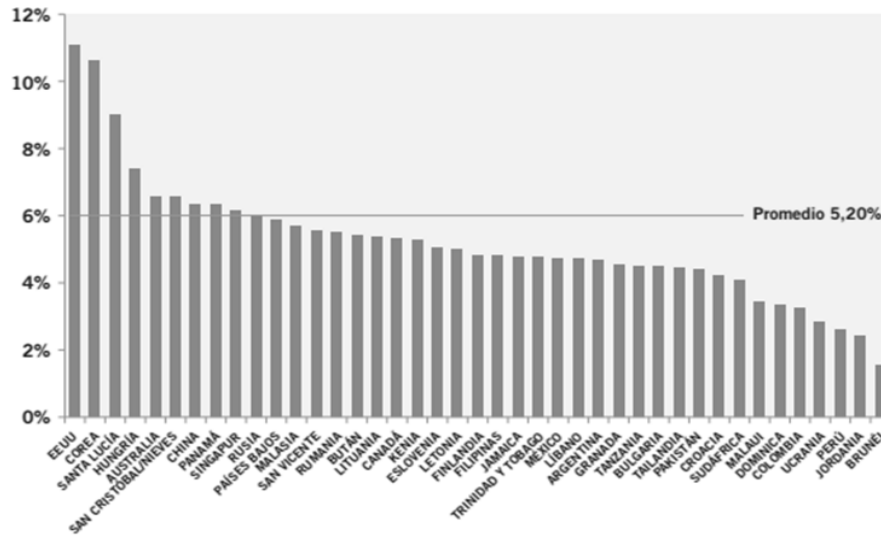
En la búsqueda de datos estadísticos culturales que sitúen a Panamá en el contexto latinoamericano, encontramos dos cifras relevantes que se repiten en varias publicaciones:

- Las industrias de derechos de autor (“economía naranja”) de Panamá suponen en torno al 6.4% de contribución al PIB.
- La contribución de la denominada economía creativa al empleo estaría en torno al 3.2%

Algunas de las publicaciones que utilizan estos datos son:

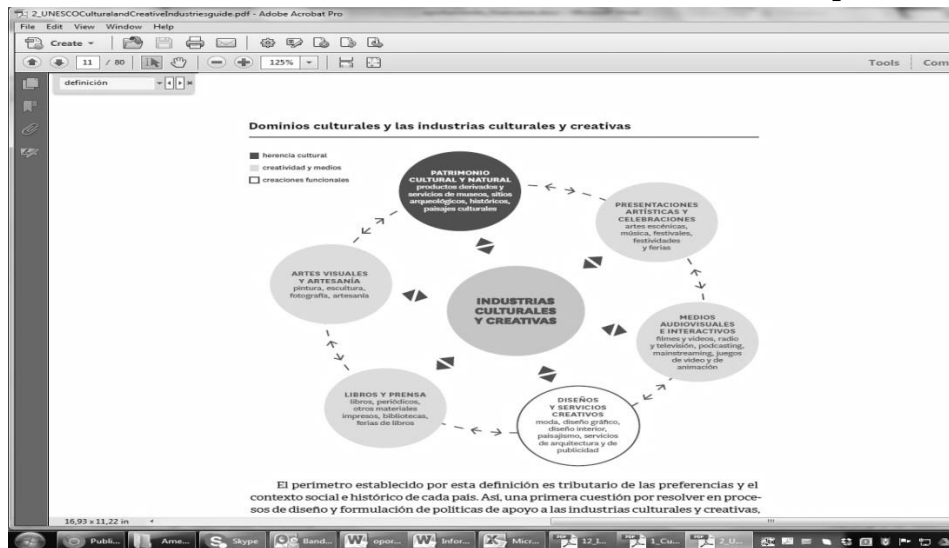
- “La Economía Naranja: una oportunidad infinita” (Buitrago, 2013).
- Informe de Economía Creativa (PNUD/UNESCO, 2013).
- El impacto económico de las industrias creativas en las Américas (Oxford Economics/OEA/British Council, BID/ 2013).
- Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica (CEPAL/OEI, agosto 2014).
- WIPO studies on the economic contribution of copyright industries. Overview (WIPO, 2014).
- Prácticas de emprendimiento creativo y cultural en América Latina (Santiago Creativo/CORFO/ACTI, 2015).

Gráfico 17. Contribución de las industrias de derechos de autor al PIB.



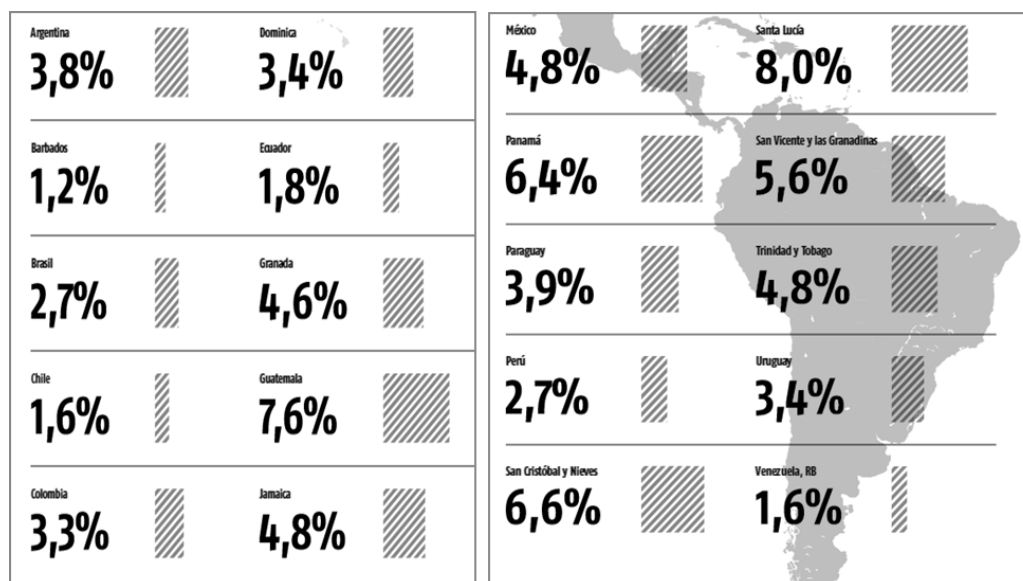
Fuente: PNUD, UNESCO, 2013

Gráfico 18 Contribución de las industrias de derechos de autor al empleo nacional



Fuente: PNUD, UNESCO, 2013

Tabla 24. Contribución de la “Economía Naranja” a la economía de Latinoamérica y el Caribe (datos disponibles tomados de Oxford Economics). Varios años.



Fuente: Buitrago y Duque, 2013

Los datos anteriores sitúan a Panamá entre los países que se encuentran a la cabeza de la región en el peso de la denominada economía creativa. Esta incluye, sólo en parte, la economía cultural, pero sirve para aproximarnos al objeto de este análisis pues pivota en buena parte sobre ella. A la luz de estos datos, pareciera que Panamá está en una posición muy ventajosa, pero si se analiza un poco más el origen de esta cifra, se podrá llegar a una conclusión más consolidada.

¿De dónde sale ese 6.4%?

El dato sobre Panamá del Informe de Economía Naranja toma la referencia de un estudio realizado por *Oxford Economics* para el British Council, BID y OEA. Algunas aclaraciones de los datos son:

- “Contribución de las industrias del copyright al PIB y al empleo” sobre la base de datos del WIPO (Tabla A.5 - página 60).
- Dato referido a las industrias del copyright en general.
- Las cifras oscilan entre 2006 y 2012, las de Panamá se datan en 2009.
- 14 Ítems considerados: Comercio, Cine y televisión, Música, Publicidad, Patrimonio histórico, Libros/Publicaciones, Software de entretenimiento, Artes y Artesanías, Moda, Artes Escénicas, Diseño, Patentes, PIB y Empleo. De los 14 ítems considerados, Panamá aporta:
 - ✓ 2 buenos datos (Comercio y Patentes).
 - ✓ 3 datos razonables (Libros/Publicaciones, PIB y Empleo).
 - ✓ 3 datos moderados (Cine y Televisión, Música y Patrimonio Cultural).
 - ✓ 6 carentes de datos (Publicidad, Software de Entretenimiento, Artes y Artesanías, Moda, Artes Escénicas y Diseño).
- De esos 14 ítems 4 son transversales o agregados (Comercio, Patentes, PIB y Empleo) y 10 específicos o sectoriales (todos los demás).

La información de base del estudio anterior proviene, por su parte, de una investigación llevada a cabo por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI/WIPO): “Los resultados económicos de las industrias basadas en los derechos de autor”¹⁶ (citada a su vez directamente por las demás publicaciones). Esta investigación es la fuente original y recoge los resultados de estudios país llevados a cabo por especialistas locales, con la asistencia de expertos de la OMPI, siendo uno de ellos el informe de Panamá.

Considero interesante profundizar un poco más en el análisis de los datos de dicho informe, pues permitirá conocer de forma más exhaustiva la metodología llevada a cabo para obtener las cifras que se han utilizado hasta hace muy poco como referentes en los estudios culturales que incluyen en su análisis a Panamá.

Actividades: Los subsectores o actividades concretas agrupadas bajo el paraguas de estas industrias se definen, a efectos de este estudio, en la “Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el derecho de autor” de WIPO (2003), que las divide en cuatro áreas: “Core” o nucleares, Interdependientes, Parciales y de Apoyo.

Tabla 25. Lista de las industrias relacionadas con los derechos de autor (WIPO)

Tipo de industria de derecho de autor	Grupos principales de industria	Subgrupos
Industrias que dependen principalmente del derecho de autor	Prensa y publicaciones	Autores, escritores, traductores; Periódicos; Agencias de noticias y agencias de notas de actualidad; Revistas /publicaciones periódicas; Edición de libros; Tarjetas y mapas, guías y otro material impreso; Preimpresión, impresión y postimpresión de libros, revistas, periódicos, material publicitario; Comercio mayorista y minorista de prensa y publicaciones (librerías, puestos de periódicos, etc.); Bibliotecas
	Música, producciones de teatro, ópera	Compositores, letristas, arreglistas, coreógrafos, directores, artistas intérpretes o ejecutantes y demás personal; Impresión y publicación de música; Producción y elaboración de música grabada; Comercio mayorista y minorista de música grabada (venta y alquiler); Creación e interpretación artística y literaria; Agencias de espectáculos y agencias conexas (agencias de contratación, agencias de venta de entradas, etc.)
	Películas cinematográficas y vídeos	Guionistas, directores, actores, etc.; Producción y distribución de películas cinematográficas y vídeos; Exhibición de películas; Alquiler y venta de vídeos, vídeos por pedido; Servicios conexos
	Radio y televisión	Empresas nacionales de difusión por radio y televisión; Otros emisores de radio y televisión; Productores independientes; Televisión por cable (sistemas y canales); Televisión por satélite; Servicios conexos
	Fotografía	Estudios fotográficos y fotografía comercial; Agencias fotográficas y fototecas
	Programas informáticos y base de datos	Programación, desarrollo y diseño; Fabricación; Comercialización al por mayor y al por menor de paquetes preparados de programas informáticos (programas para empresas, juegos de vídeo, programas educativos, etc.); Elaboración y publicación de bases de datos

¹⁶ <http://www.wipo.int/copyright/es/performance/>

Tipo de industria de derecho de autor	Grupos principales de industria	Subgrupos
	Artes visuales y gráficas	Artistas (pintores, escultores, etc.); Galerías de arte y otros comercios mayoristas y minoristas; Enmarcado de cuadros y otros servicios conexos; Diseño gráfico
	Servicios de publicidad	Agencias, servicios de adquisición
	Sociedades de recaudación de derechos de autor	
Industrias interdependientes	Televisores, radios, magnetoscopios, reproductores de CD, reproductores de DVD, reproductores de casetes, equipo para juegos electrónicos y otro equipo similar	Fabricación Comercio mayorista y minorista (venta y alquiler)
	Computadoras y equipos	Fabricación Comercio mayorista y minorista (venta y alquiler)
	Instrumentos musicales	Fabricación Comercio mayorista y minorista (venta y alquiler)
	Instrumentos fotográficos y Cinematográficos	Fabricación Comercio mayorista y minorista (venta y alquiler)
	Fotocopiadoras Material de grabación virgen	Fabricación Comercio mayorista y minorista
	Papel	Fabricación Comercio mayorista y minorista
	Industrias que dependen parcialmente del derecho de autor	Vestimenta, textiles y calzado Joyas y monedas Otras artesanías Muebles Enseres domésticos, artículos de porcelana y vidrio Papel tapiz y alfombras Juguetes y juegos Arquitectura, ingeniería, agrimensura Diseño de interiores Museos
Industrias de apoyo	Comercio mayorista y minorista en general Transporte en general Telefonía e Internet	

Fuente: WIPO

A partir de dicho listado (excesivamente abarcador), el equipo del estudio de Panamá estableció una clasificación de estas industrias en nuestro país acordes con el ISIC (*Standard Industrial Classification*) de Naciones Unidas.

Tabla 26. Clasificación de las industrias basadas en el Copyright en Panamá, acordes con el ISIC

Economic Activity	ISIC Code Rev.3.1.	Description
1. Core Copyright Industries:		
<i>a. Press and publishing:</i>		
Authors, writers, translators	9214	Class: 9214 – Dramatic arts, music and other artistic activities.
	7499	Class: 7499 – Other commercial activities not elsewhere classified (n.e.c.) (translation and interpretation cases)
Newspapers	2212	Class: 2212 – Publication of newspapers, magazines and periodic publications.
News agencies and current events news agencies	9220	Class: 9220 – Activities of news agencies.
Magazines / periodic publications	2212	Class: 2212 – Publication of newspapers, magazines and periodic publications.
Editions of books	2211	Class: 2211 – Publication of books, booklets and other publications.
Cards, maps, guides and other printed materials	2219	Class: 2219 – Other publications.
Pre-printed publications, printing and postprinting of books, magazines, newspapers, advertisement materials	2221	Class: 2221 – Printing.
	2222	Class: 2222 – Activities regarding printing-related services.
Libraries	9231	Class: 9231 – Library activities and archive.
<i>b. Music, theater production, opera:</i>		
Composers, songwriters, arrangers, choreographers, writers, directors, artists, interpreters or performers and other personnel	9214	Class: 9214 – Dramatic arts, music and other artistic activities.
	9219	Class: 9219 – Other entertainment activities n.e.c.
	9249	Class: 9249 – Other entertaining activities.
Printing and publication of music	2213	Class: 2213 – Publication of music.
Production / manufacturing of recorded music	2230	Class: 2230 – Reproduction of sound recordings.

2. Interdependent Copyright Industries:		
Television sets, radios, magnetoscopes, CD recorders, DVD recorders, cassette recorders, electronic games equipment and other similar equipment	3230	Class: 3230 – Manufacture of television sets and audio receivers, sound or video recorders or recorders and related items.
Computers and equipment	7123	Class: 7123 – Office machines and equipment rental (including computers).
Photographic and cinematographic instruments	3320	Class: 3320 – Manufacture of optical instruments and photographic equipment.
	7129	Class: 7129 – Other machines and equipment rental n.e.c.
Blank recording material	2429	Class: 2429 – Manufacture of other products.
Paper	2101	Class: 2101 – Manufacture of paper pulp, paper and cardboard.
3. Partial Copyright Industries:		
Garments, textiles and shoes	1721	Class: 1721 – Manufacture of items made with textiles.
Jewelry and coins	3691	Class: 3691 – Manufacture of jewelry and related items.
Other handicrafts	9199	Class: 9199 – Activities of other associations n.e.c.
Household goods, porcelain and glass items	2610	Class: 2610 – Manufacture of glass and glass products.
	2029	Class: 2029 – Manufacture of other wooden products.
	2899	Class: 2899 – Manufacture of other metal products n.e.c.
Tapestry paper and carpets	2109	Class: 2109 – Manufacture of other paper articles and cardboard.
Toys and games	3694	Class: 3694 – Manufacture of toys and games.
Architecture, engineering, land surveying	7421	Class: 7421 – Activities of architecture and engineering and related services of technical assessment.
Interior design	7499	Class: 7499 – Other commercial activities.
Museums	9232	Class 9232 – Activities of museums and preservation of historical sites and buildings.
4. Non-Dedicated Support Industries:		
Transportation in general	630	Class: 630 – Transport supporting and auxiliary activities.
		6301 – Handling of cargo.
		6302 – Storage and deposits.
		6303 – Other transport supporting activities.
		6309 – Activities of other transport agencies.
		6411 – National mailing activities.
		6412 – Courier activities other than national mailing activities.
Telephony and the Internet	6420	Class: Telecommunications.
	7240	Class: Activities of databases and online distribution of electronic contents.

Fuente: WIPO

Ajuste (“factor de copyright”): Dado que se entiende que no en todas las actividades la intensidad de la aplicación de derechos de autor es equivalente, se estableció luego un coeficiente de ponderación, denominado “factor de copyright”.

Tabla 27. Factores de ajuste a la contribución de las industrias basadas en el copyright en Panamá 2006

Total	Factor
1. Core Copyright Industries	1.00
1.1. Press and publishing	1.00
1.2. Music, theater production, opera	1.00
1.3. Cinematographic films and videos	1.00
1.4. Radio and television	1.00
1.5. Photography	1.00
1.6. Software and databases	1.00
1.7. Visual and graphic arts	1.00
1.8. Advertising services	1.00
1.9. Copyright collecting societies	1.00
2. Interdependent Copyright Industries	1.00
2.1. Television sets, radios, players and similar equipment	1.00
2.2. Computers and equipment	1.00
2.3. Musical instruments	1.00
2.4. Photographic and cinematographic instruments	1.00
2.6. Blank recording material	1.00
2.6. Paper	1.00

Source: Own preparation based on the research team's assessment.

3. Partial Copyright Industries	0.22
3.1 Garments, textiles and shoes	0.25
3.2 Jewelry and coins	0.30
3.3 Other handicrafts	0.04
3.4 Furniture	0.05
3.5 Household goods, porcelain and glass items	0.05
3.6 Tapestry paper and carpets	0.02
3.7 Toys and games	0.40
3.8 Architecture, engineering and land surveying	0.30
3.10 Interior design	0.10
3.11 Museums	0.50
4. Non-dedicated Support Industries	0.05
4.1 Wholesale and retail trade in general	0.04
4.2 Transportation in general	0.05
4.3 Telephony and the Internet	0.05

Fuente: WIPO

En las industrias nucleares e interdependientes se consideró que este no debería tenerse en cuenta, calculando una cobertura de derechos de autor del 100%; sí en cambio en las parciales y de apoyo. Para cifrar el factor de copyright en estas dos últimas, se tomaron como referencia los coeficientes de ajuste utilizados por el estudio colombiano, por estimar que “las características económicas de Colombia son similares a la economía panameña”. Algunas excepciones: construcción (de 0.10 en Colombia a 0.30 en Panamá)¹⁷ y producción de prendas de vestir de

¹⁷ “In Panama, architecture, engineering and land surveying have developed strongly in relation to the construction sector. In accordance with law, 10% of the construction maps and 1% of the design of the work is copyright-protected. In addition, raw materials, labor force and materials utilized are mostly branded or quality products, which implies great content of copyright, as international standards are followed (ISO 9000 and 12000) in the employment of these products. In addition, we carried out a consultation with prominent Panamanian architects, who pointed out that the finishings of a construction represent about 40% of the value of such construction. A finishing implies the

0.05 a 0.25)¹⁸. Este factor sólo fue aplicado plenamente, en todo caso, a los datos sobre empleo. En los del PIB y Comercio Exterior sólo se utilizó para aquellas actividades con evidencia estadística.

“En el caso del empleo, fue posible aplicar plenamente los factores, ya que los datos estadísticos disponibles de la fuente oficial estaban suficientemente desagregados. Sin embargo, para medir la contribución de las industrias basadas en los derechos de autor al valor agregado, sólo se ajustaron para aquellas actividades con evidencia estadística disponible, que se muestran en la Tabla 6, marcadas con un asterisco. Por último, en el caso del comercio exterior, los factores fueron también aplicados sólo para aquellas actividades con evidencia estadística; la información varió para cada una de las variables (importaciones y exportaciones)”.

Tabla 28. Factores de ajuste aplicados para medir, específicamente, el valor agregado en Panamá 2006

Total	Factor
3. Partial Copyright Industries	0.22
3.1 Garments, textiles and shoes	0.25
3.2 Jewelry and coins	0.30
3.3 Other handicrafts	0.04
3.4 Furniture	0.05
3.5 Household goods, porcelain and glass items *	0.05
3.6 Tapestry paper and carpets	0.02
3.7 Toys and games	0.40
3.8 Architecture, engineering and land surveying *	0.30
3.10 Interior design *	0.10
3.11 Museums	0.50
4. Non-Dedicated Support Industries	0.05
4.1 Wholesale and retail trade in general *	0.04
4.2 Transportation in general *	0.05
4.3 Telephony and the Internet *	0.05

(*): Refers to activities where there is statistical evidence.

Source: Own preparation based on the research team's assessment.

Fuente: WIPO

Temporalización: Los datos recogidos para Panamá abarcan los años 2002 y 2006, aunque el Informe como tal está fechado en agosto de 2009. Eso significa que nos estamos refiriendo a información de hace 16 y 12 años, respectivamente, destacando por ello la obsolescencia de unas cifras que, hasta 2017, se seguían empleando como vigentes.

setting up of tiles, bathrooms, windows, doors, lamps, and false ceilings, among other products. All these products are sold by brands and there are even specialized stores selling these products and promoting brands and countries of origin.

If maps and designs represent 11%, only another 19% would be needed to justify the assignment of 30% used to measure the contribution made by architecture, engineering and land surveying to the value added. If we also take into account that the construction is concentrated in the rural region and that houses, most of them luxurious houses, have an average value of US\$ 80,000, we consider that copyright is undoubtedly important in the construction industry. For these reasons, the research team assigned a weighting of 0.30 to the copyright adjustment factor for this activity, unlike the weighting of 0.10 assigned by the Colombian study” (Referencia: pág. 243).

¹⁸ “This is the case for the garments, textiles and shoes category, the weighting of which is 0.25 rather than 0.05, which was utilized by the Colombian study. This is because, in Panama, the production at textile level mainly comprises branded goods. This means that the employed technology is, in many cases, the technology recommended by the industry which owns the brand. This also includes the raw materials used to manufacture the product” ((Referencia: pág. 242).

Fuentes empleadas: Para analizar las tres dimensiones consideradas (empleo, PIB y comercio exterior), se utilizaron las siguientes fuentes:

- Empleo: Directorio estadístico de empresas y locales (2002 y 2006) y Encuesta de Hogares 2008.
- PIB: Cuentas Nacionales de 2002 y 2006.
- Comercio Exterior: Anuarios de Comercio Exterior 2002 y 2006.

Resultados:

Tabla 29. Participación de las industrias basadas en el Copyright en el empleo

Year: 2002 and 2006

Indicator	2002	Participation	2006	Participation
Employed Economically Active Population	1,049,525	100	1,294,937	100
Population Employed by Copyright-Based Industries	30,627	2.92	40,990	3.17
Core Copyright Industries	15,867	1.51	19,714	1.52
Interdependent Copyright Industries	9,694	0.92	15,584	1.2
Partial Copyright Industries	3,825	0.36	3,960	0.31
Non-Dedicated Support Industries	1,241	0.12	1,732	0.13

Source: Own Preparation based on data provided by the Home Poll 2002 – 2008 of the General Comptroller's Office of the Republic.

Fuente: WIPO

Tabla 30. Participación de las industrias basadas en el Copyright en el PIB

(in thousand dollars of 1996)

Category of Industries	YEARS	
	2002	2006
Total	812,057.30	967,697.10
Core Copyright Industries	708,049.70	823,477.90
Partial Copyright Industries	6,595.60	7,662.70
Non-Dedicated Support Industries	87,762.00	128,156.50
GDP – PANAMA	11,691,100	15,238,600
Percentage contribution to the GDP	6.95	6.35

Source: Own Preparation based on data provided by the General Comptroller's Office of the Republic.

Fuente: WIPO

Tabla 31. Participación de las industrias basadas en el Copyright en el comercio exterior

Category of Industries	EXPORTS		IMPORTS	
	2002	2006	2002	2006
Total	18,417,067	21,040,109	425,399,558	483,127,055
Core Copyright Industries	360,215	458,206	113,757,444	181,663,994
Interdependent Copyright Industries	7,539,607	9,121,838	173,008,924	185,055,234
Partial Copyright Industries	3,331,053	2,788,749	63,778,966	85,218,990
Non-Dedicated Support Industries	6,800	7,683	15,602,744	27,797,597

Source: Own elaboration based on data provided by the General Comptroller's Office of the Republic.

Fuente: WIPO

A mi modo de ver, la combinación entre los criterios establecidos por WIPO para definir este tipo de industrias, junto a la metodología aplicada para calcular el peso en la economía de cada una de sus actividades, la carencia de muchos datos relevantes y el tiempo transcurrido desde la obtención de las cifras utilizadas permiten afirmar que estas no reflejan la realidad del sector en Panamá, menos aún en la actualidad.

Pero, más allá de las obvias limitaciones de esta fuente específica, el caso es que la escasa y dispersa información disponible sobre el sector cultural panameño tampoco pareciera avalar su relevancia en el conjunto de la economía, mucho menos aún en términos comparativos con otros países.

A un recorrido por ella se dedican las siguientes páginas, en las cuales se podrá apreciar que el panorama (estadístico, pero también político, económico y social) de la economía cultural y creativa no arroja una foto positiva. Ello no significa que Panamá no disponga de una cantera significativa de talento, actividad, actores comprometidos, emprendimientos y oportunidades en el campo cultural, sobre los cuales desarrollar a futuro este sector.

Tal y como se observará también, algunos datos utilizados en muchas de las fuentes de información de referencia no resultan fiables o consistentes, probablemente debido a la metodología utilizada para su obtención. Habría entonces que buscar otro tipo de indicadores que pudiesen ofrecernos una fotografía más acorde con la realidad panameña.

Es, por tanto, a través de otros indicadores, si acaso menos ilustrativos de la dimensión económica de la cultura -pero también relacionados con el PIB cultural- que se puede conocer algo más respecto a la situación de Panamá con relación a los países de su entorno.

Gasto público en cultura

El primero de estos indicadores se refiere al gasto público en cultura que, de acuerdo a lo expuesto a lo largo de este documento, constituye un pilar esencial de la promoción y el fomento de la economía cultural.

Pues bien, según CEPAL, OEI (2014), ese gasto ascendió en Panamá a 25 millones de dólares en 2013, cifra bastante alejada de países de su entorno, con tamaño similar, como puede ser Costa Rica, cuya inversión pública en cultura fue casi el triple (casi 68.7 millones).

Tabla 32. Gasto público en cultura (en dólares de 2005). América Latina (19 países)

País	Año	Cobertura	En millones de dólares
Argentina	2012	Administración Nacional	170.2
Bolivia, Est. Plur. De	2013	Gobierno General	23.5
Brasil	2012	Consolidado Nación	2,027.7
Chile	2012	Gobierno Central	133.7
Colombia	2013	Gobierno General	126
Costa Rica	2013	Sector Público Total	68.7
Cuba	2011	Gobierno Central	519
Ecuador	2013	Gobierno Nacional	79.1
El Salvador	2013	Gobierno Central	14.7
Guatemala	2013	Gobierno Central	20.5
Honduras	2013	Administración Central	3.9
México	2011	Sector público total	1,069.6
Nicaragua	2013	Gobierno Central	4.1
Panamá	2013	Gobierno Central	25
Paraguay	2012	Gobierno Central	3.2
Perú	2013	Gobiernos nacional, regionales y locales	115.4
Rep. Dominicana	2013	Gobierno Central	35.3
Uruguay	2013	Gobierno Central	29.4
Venezuela, Rep. Bol. De	2013	Gobierno Central	115.8

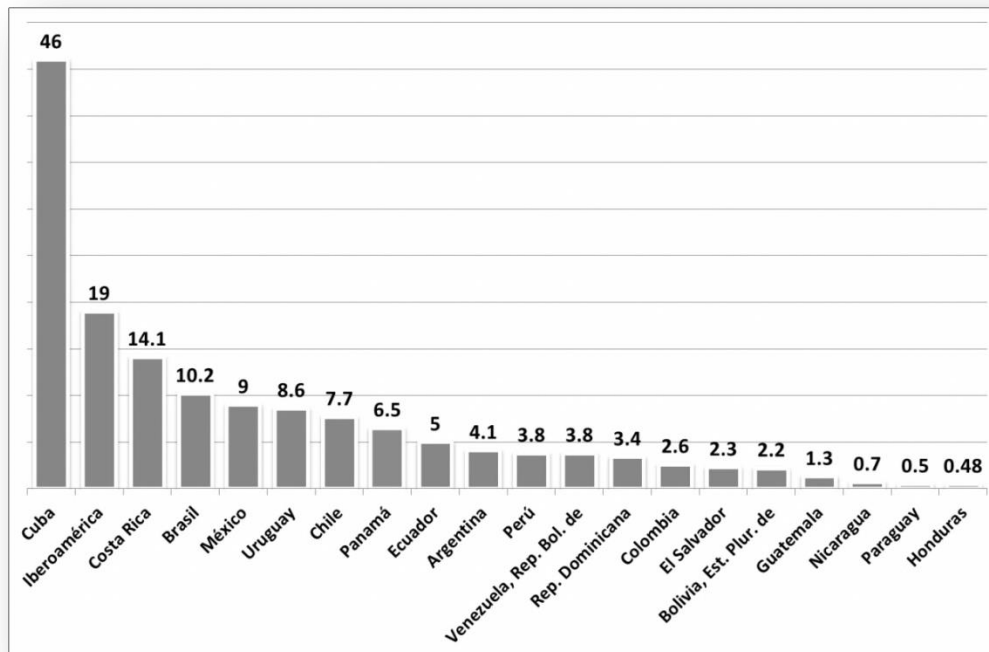
Fuente: CEPAL, OEI, 2014

No obstante, para ofrecer una comparativa más fiable, frente a los datos absolutos, cabe acudir a datos relativos, como son el gasto público en cultura en función de la población o del gasto público total.

Así, como se puede observar en el gráfico, Panamá se encuentra bastante alejada de la media iberoamericana de gasto público *per cápita* en cultura (que incluye, además de los países latinoamericanos, a España y Portugal).

De nuevo, la comparativa con Costa Rica refleja una situación más deficitaria para Panamá, aunque al mismo tiempo destaca un gasto *per cápita* en Panamá más elevado que en países que despuntan por su PIB cultural (dígase el caso de Colombia o Argentina, con gastos *per cápita* inferiores, algo que tampoco deja de sorprender).

Gráfico 19. Gasto público per cápita en cultura (en dólares). América Latina y promedio para Iberoamérica. Años 2011-2013

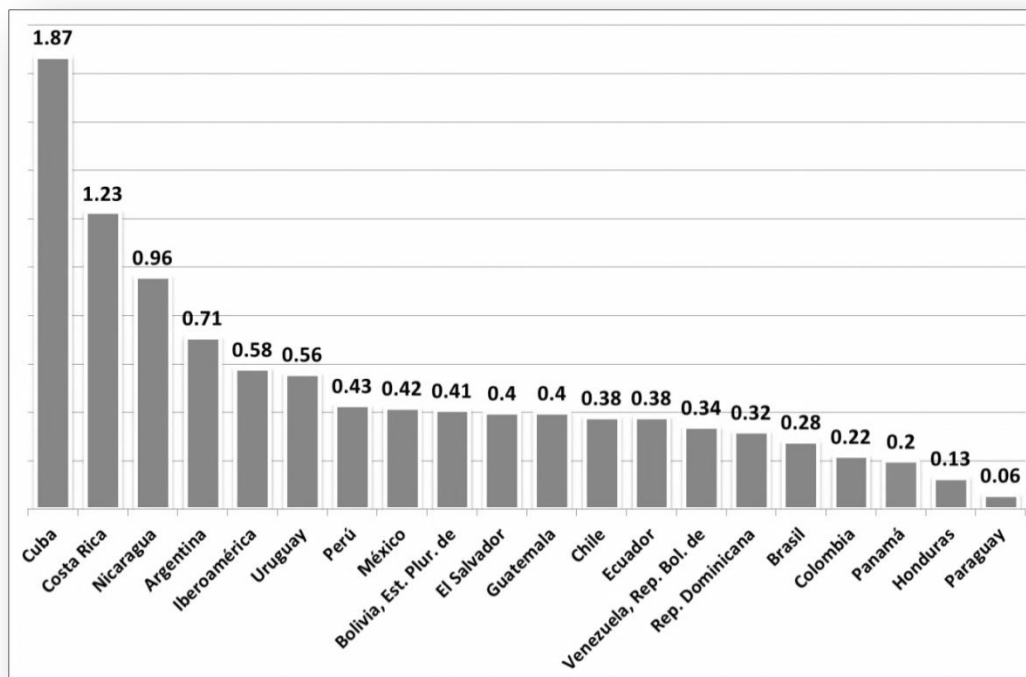


Fuente: CEPAL, OEI, 2014

En cualquier caso, lo que sí se evidencia de forma bastante rotunda es el escaso gasto cultural que destina Panamá sobre el total del gasto público: un 0.20%, frente al 0.58% de la media iberoamericana. De hecho, en América Latina solamente dos países (Honduras y Paraguay) destinan una proporción inferior de su gasto público a cultura.

El valor alcanzado por Panamá la sitúa, de hecho, bastante alejada de la meta acordada por los países latinoamericanos en la *X Conferencia Iberoamericana de Cultura* (Valparaíso, Chile, julio de 2007), fijada en destinar de forma progresiva al fomento de la cultura un mínimo del 1% del presupuesto general del Estado. Panamá, en ese sentido, sería uno de los países que mayor esfuerzo presupuestario debería hacer hacia el logro de esta meta en los próximos años (CEPAL, EOI, 2012).

Gráfico 20. Gasto público en cultura respecto al gasto público total (%). América Latina y promedio para Iberoamérica. Alrededor de 2013



Fuente: CEPAL, OEI, 2011)

Cabe apuntar, no obstante, que el INAC presentó en su informe de actividades del primer semestre de 2014 el gasto de funcionamiento e inversiones asignado durante los años 2010-2014, en los que se observa un aumento en los dos conceptos, tal como se presenta en el siguiente cuadro.

Tabla 33. Presupuesto de gasto de funcionamiento e inversiones asignado al INAC. Años 2010-2014

Años	Presupuesto asignado por ley		
	Total	Funcionamiento	Inversiones
2010.....	B/. 19,324,900.00	B/. 11,510,100.00	B/. 7,814,800.00
2011.....	B/. 27,686,000.00	B/. 15,353,300.00	B/. 12,332,700.00
2012.....	B/. 24,569,700.00	B/. 16,000,000.00	B/. 8,569,700.00
2013.....	B/. 21,939,400.00	B/. 17,188,900.00	B/. 4,750,500.00
2014.....	B/. 24,777,275.00	B/. 18,851,464.00	B/. 5,925,811.00

Fuente: INAC, Boletín Estadístico 2014

Importaciones y exportaciones de servicios y bienes culturales

Aparte del gasto público, otros indicadores que pueden dar cuenta de la dimensión macroeconómica de la cultura en los países se refieren al nivel de importaciones y exportaciones en este rubro. En este caso también Panamá aparece pobremente retratada.

A continuación, se muestran las cifras relativas a las importaciones y exportaciones de bienes y servicios culturales totales, que más adelante podrán relacionarse con las importaciones y

exportaciones del sector del libro, útil para realizar una comparativa. Aunque hubiese sido mucho más enriquecedor encontrar datos relativos a cada subsector, no ha sido posible debido a la escasa información existente y accesible en nuestro país.

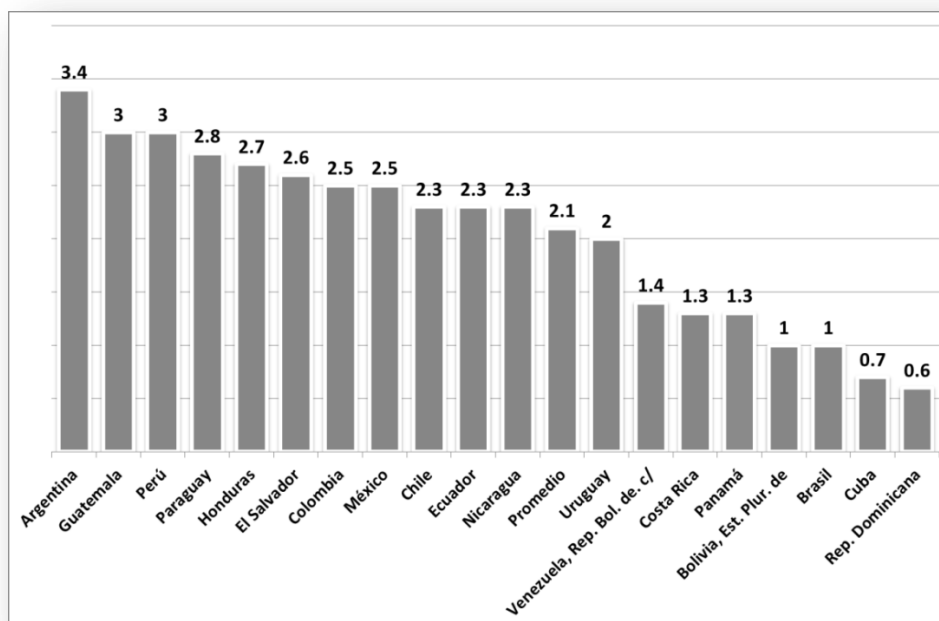
Tabla 34. Volumen de las importaciones de bienes y servicios culturales (Millones de Dólares). América Latina (18 países). Promedio 2011-2012

Países	En millones de dólares
Argentina	1,842
Bolivia, Est. Plur. De	104
Brasil	3,901
Chile	2,341
Colombia	1,895
Costa Rica	778
Ecuador	825
El Salvador	352
Guatemala	507
Honduras	221
México	24,904
Nicaragua	136
Panamá	1,352
Paraguay	809
Perú	1,420
Rep. Dominicana	1,060
Uruguay	230
Venezuela, Rep. Bol. de. c/	1,747

Fuente: (CEPAL, OEI, 2014)

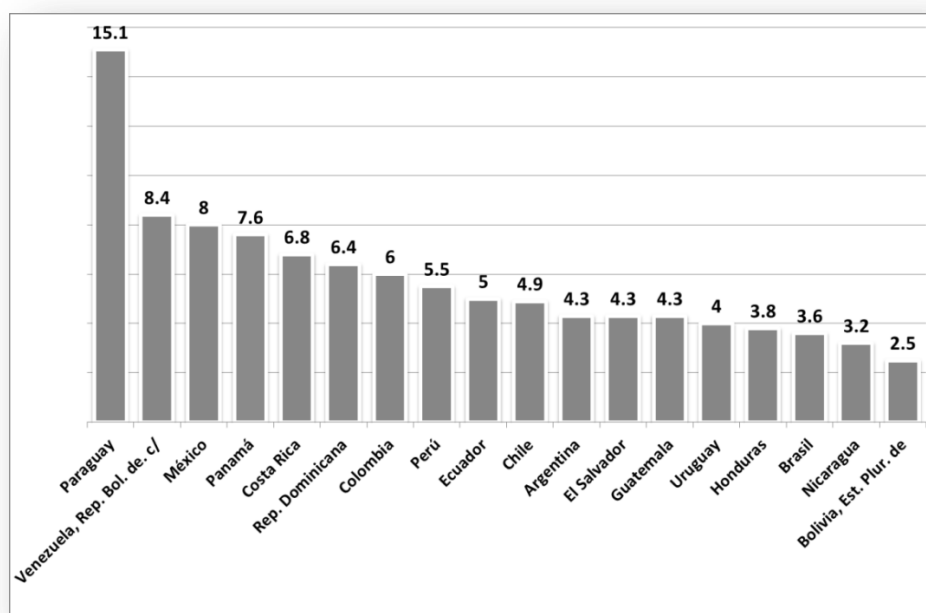
Para establecer una comparación más certera se deben retomar, de nuevo, los datos relativos ofrecidos en los gráficos siguientes.

Gráfico 21. Importaciones de bienes y servicios culturales sobre el total de importaciones (%). América Latina (18 países). Promedio 2008-2009



Fuente: CEPAL, EOI, 2012

Gráfico 22. Importaciones de bienes y servicios culturales sobre el total de importaciones (%). América Latina (18 países). Promedio 2011-2012.



Fuente: CEPAL, OEI, 2014

Atendiendo, por ejemplo, al volumen que representan las importaciones culturales sobre el total de las importaciones, se aprecia cómo Panamá ocupa el cuarto puesto durante el periodo 2011-2012. Las importaciones de bienes y servicios culturales representarían el 7.6% de las

importaciones totales en Panamá, destacando entre los valores alcanzados en la mayoría de los países latinoamericanos.

Cabe destacar, sin embargo, la evolución llevada a cabo, pasando de importar en el año 2009 el 1.3 % sobre el total de las importaciones (CEPAL, OEI, 2012), a conseguir un porcentaje del 7.6 en 2013; una evolución bastante sorprendente que lleva a interrogarse acerca del grado de consistencia de los datos como una de las hipótesis probables de esta evolución.

En paralelo, sorprende también el nivel de exportaciones culturales panameño, a distancia de la mayoría de los países iberoamericanos. De nuevo destaca la evolución experimentada desde el periodo 2008-2009; en el que el valor de las exportaciones culturales en Panamá fue de en torno a los 400,000 dólares, pasando en el periodo 2011-2012 a los 238 millones de dólares en exportaciones de bienes culturales.

Tabla 35. Volumen de las exportaciones de bienes culturales hacia el mundo. América Latina (18 países). Promedio 2011-2012

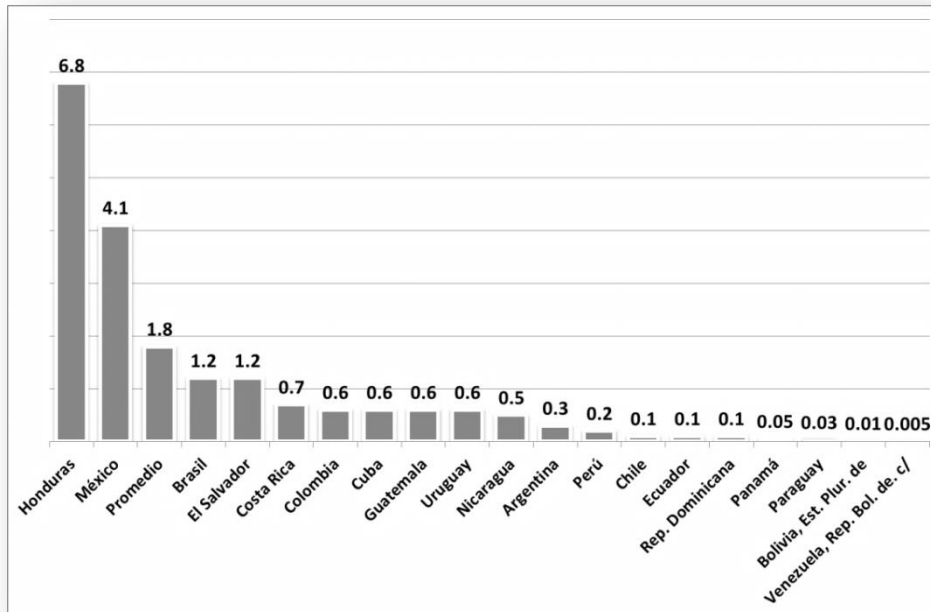
Países	En millones de dólares
Argentina	77
Bolivia, Est. Plur. De	31
Brasil	217
Chile	70
Colombia	126
Costa Rica	69
Ecuador	8
El Salvador	64
Guatemala	44
Honduras	6
México	2,333
Nicaragua	2
Panamá	238
Paraguay	1
Perú	82
Rep. Dominicana	190
Uruguay	6
Venezuela, Rep. Bol. de. c/	2

Fuente: (CEPAL, OEI, 2014)

Ese elevado nivel de exportaciones culturales representó el 8.3% de las exportaciones totales panameñas, posicionando, nuevamente al país, en los primeros puestos del ranking latinoamericano (cuando en 2009 se situaba a la cola del mismo, con un 0.05% de exportaciones de bienes y servicios culturales). Estos datos estarían reflejando un avance espectacular, que sin embargo no es confirmado ni por otras cifras ni por el resultado de las entrevistas con agentes clave del sector. Sin negarlos *a priori* (para ello habría que profundizar en el conocimiento de la metodología aplicada para recopilar los datos primarios y ello excede el alcance de este estudio), sí que es posible alertar acerca de la inconsistencia que supone el hecho de que, en paralelo, Panamá destaque por ser el país con menor índice de exportaciones de bienes en Centroamérica (con una fuerte disminución, además, en los últimos dos años), una tendencia reflejada también en rubros del sector cultural, como es el caso de la exportación de libros (ver

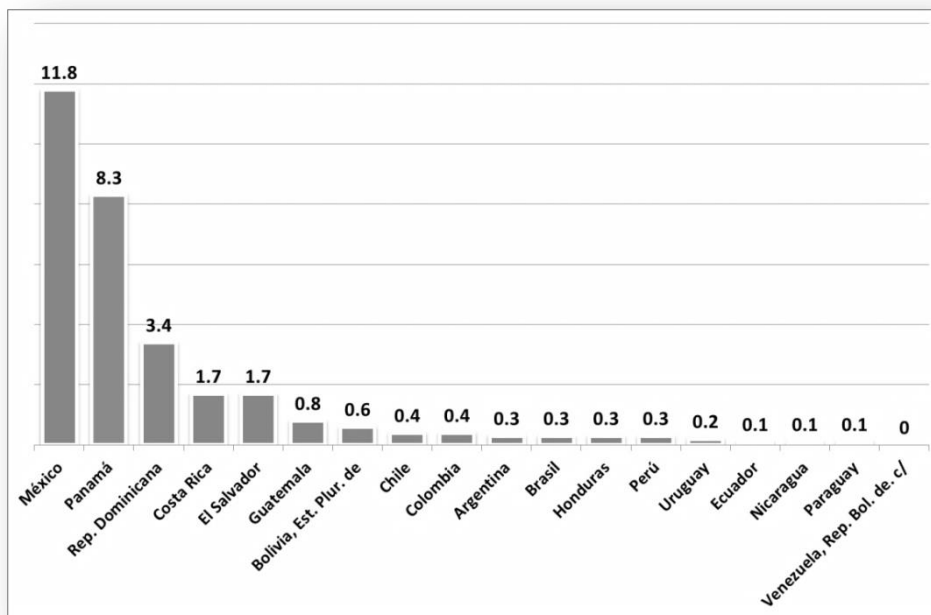
apartado 6.2). Lo más probable, en cualquier caso, es que ello tenga que ver con la posible identificación como exportaciones de las re-exportaciones de bienes que transitan por Panamá, un hecho que distorsiona la medición de los procesos de la economía real y que no sólo se da en este sector específico. Sea como sea, estamos hablando de una evolución poco creíble.

Gráfico 23. Exportaciones de bienes y servicios culturales sobre el total de exportaciones (%). América Latina (18 países). Promedio 2008-2009



Fuente: CEPAL, EOI, 2012

Gráfico 24. Exportaciones de bienes y servicios culturales sobre el total de exportaciones (%). América Latina (18 países). Promedio 2011-2012



Fuente: CEPAL, OEI, 2014

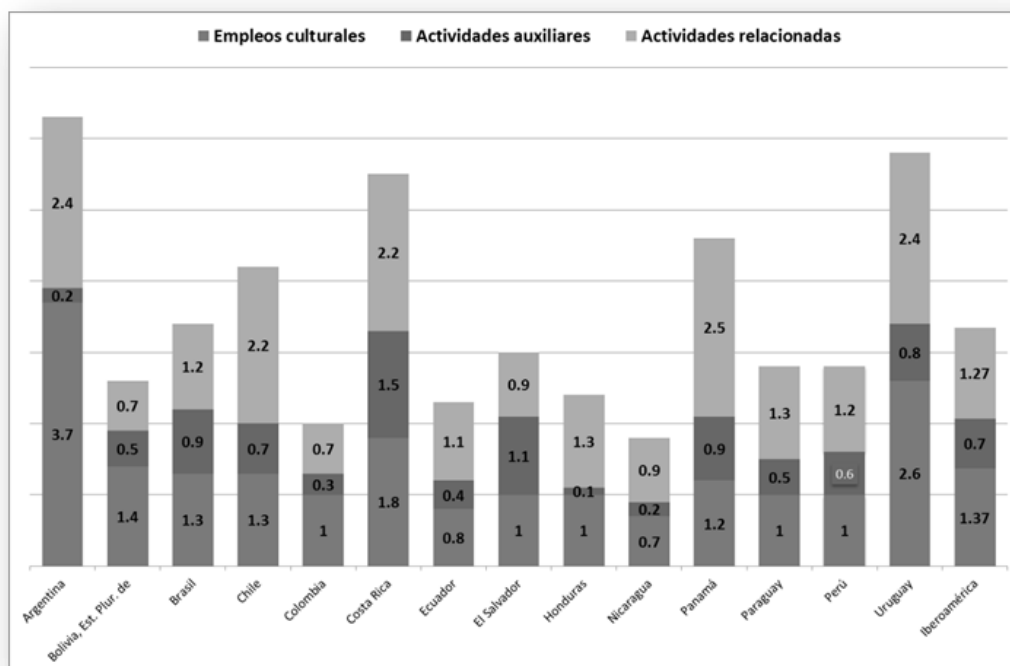
Cabe mencionar, en último lugar, que en los datos ofrecidos por CEPAL y OEI en el periodo 2008-2009, los únicos países que no aportan datos de sus exportaciones e importaciones desagregados en los diferentes dominios (o subsectores) culturales son: República Dominicana, Venezuela y Panamá. Un ejemplo más de la necesidad de actualizar los datos y la metodología de recogida de los mismos.

Empleo cultural

Otro indicador que puede dar cuenta de la importancia económica de la cultura es el volumen de empleo que acoge esta actividad. Aunque a continuación, sobre la base de las estadísticas ofrecidas por el INEC, se realiza un análisis en profundidad del peso y perfil de la ocupación cultural panameña, se introduce aquí una breve referencia a la posición que ocupa respecto al resto de países de la región.

En esta clasificación, lo que aparece reflejado es que Panamá se sitúa en la media de las posiciones, con un 1.2% de su población ocupada en actividades culturales (cifra muy similar a la que arroja el INEC, como veremos a continuación), un 0.9% en actividades auxiliares y un 2.5% en otras actividades relacionadas.

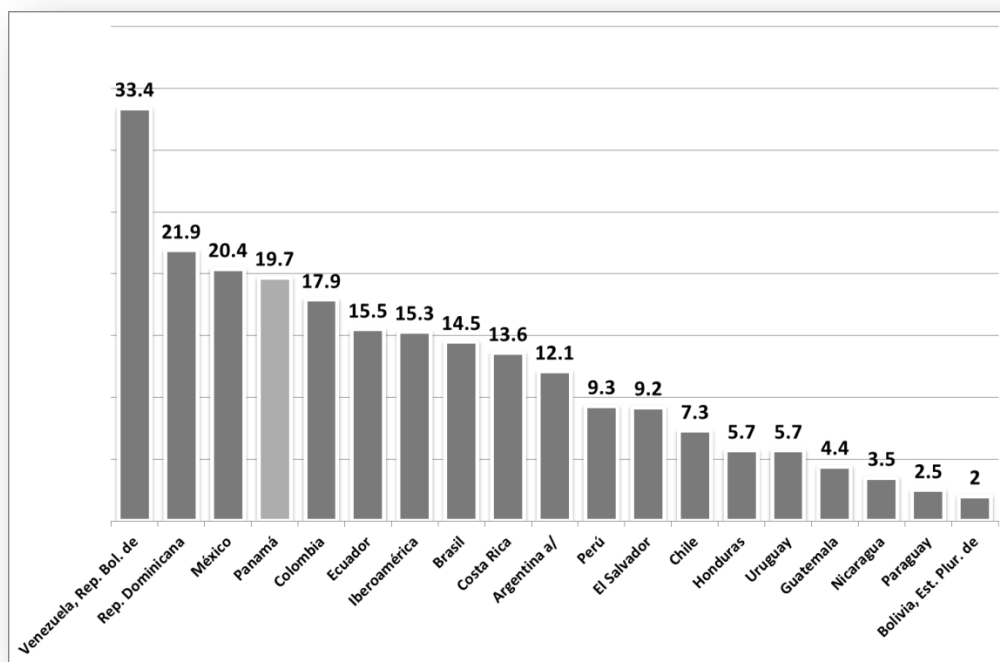
Gráfico 25. Peso del empleo cultural, de las actividades auxiliares y de otras actividades relacionadas sobre el empleo total (%). América Latina (14 países). Alrededor de 2012



Fuente: CEPAL, OEI, 2014

Al mismo tiempo, es interesante comprobar cómo, desde esta perspectiva comparada, Panamá se encuentra entre los países con mayor proporción de empleo público en el sector cultural, con casi un 20%, sólo superada por México, República Dominicana y Venezuela. Al no haber datos publicados sobre esta cuestión para el último año disponible (2013) se toman los del informe anterior de CEPAL/OEI, que sí los recoge.

Gráfico 26. Peso del empleo público cultural sobre el total del empleo público (%). América Latina (18 países). Varios años



Fuente: CEPAL, OEI, 2012

Consumo cultural

Otro dato relevante a la hora de analizar la economía cultural de los países, que va de la mano del gasto en cultura, es el consumo cultural. Conocer las tendencias de consumo de la población ayuda a conocer mejor las fuerzas del mercado e identificar déficits y oportunidades de mejora en los bienes y servicios culturales.

La *Encuesta Latinoamericana de Hábitos y Prácticas Culturales* es la mejor fuente de información comparada que permite inferir los patrones de consumo cultural de los países de la región. La realiza la OEI y sus datos están referidos al año 2013 (publicados en 2014).

Pero precisamente hay dos países que no han sido incluidos en la Encuesta, y uno de ellos, lamentablemente, es Panamá. El motivo queda explicitado en el documento metodológico de la misma: “Por incongruencias evidentes en los datos reportados, se decidió no incluir a Panamá y República Dominicana”.

Pese a ello, es interesante conocer algunos de los datos que ofrece, relativos a otros países de la Región, pues permiten ilustrar, al menos de forma indirecta, la realidad panameña en materia de consumo cultural.

Así, a lo largo del año de referencia de la encuesta (2013), entre la población latinoamericana (OEI, 2014):

- El 35% ha ido por lo menos una vez al cine (28% en Centroamérica).
- El 33% ha asistido alguna vez al teatro (24% en Centroamérica).
- El 32% fue al menos a un concierto, recital o presentación en vivo (21% en Centroamérica).

- El 68% escuchó música grabada (56% en Centroamérica). De ellos, una proporción muy significativa no la ha comprado a través de los circuitos formales, sino que se la ha descargado gratis de internet, la ha adquirido a vendedores ambulantes o se la han regalado.
- El 60% ha visto videos, en formato VHS, DVD u otros formatos (46% Centroamérica). Otro estudio citado, llevado a cabo por ComScore, registra un crecimiento del consumo de videos online superior en la región a la media global (del 12% entre junio de 2011 y el mismo mes de 2012).
- Esto convierte la escucha de música grabada y la visualización de videos en las dos principales prácticas culturales que se llevan a cabo en la región.
- El 55% ha leído al menos un libro por motivos profesionales y/o educativos (54% en Centroamérica) y el 58% por ocio o interés personal (50% en Centroamérica). Media de libros leídos al año en la región: 3.6.
- El 38% ha visitado por lo menos una vez lugares patrimoniales (el 32% en Centroamérica), el 40% asistió a celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos (29% en Centroamérica).
- El 47% ha utilizado la computadora, por lo menos una vez, por motivos de ocio o interés personal (35% en Centroamérica), mientras que una proporción del 45% se ha conectado a Internet o utilizado el correo electrónico (34% en Centroamérica). Las redes sociales más populares son, con gran diferencia, Facebook y YouTube.
- Los latinoamericanos y latinoamericanas dedican 3.5 horas entre semana -y 3.7 en fines de semana y festivos- a ver la televisión (3.9 y 3.7 en Centroamérica, respectivamente).
- La escucha de la radio les consume un tiempo superior: 3.9 horas entre semana y 3.8 horas el fin de semana (4.0 y 3.7, respectivamente, en Centroamérica).
- La lectura de diarios se produce, como promedio, 3.7 días a la semana (3.8 en Centroamérica).
- En general y, como puede apreciarse, los países sudamericanos están muy por delante de los centroamericanos en casi todos los rubros. Esta brecha sería, en todo caso, muy superior si no se contabilizara Costa Rica, uno de los países más destacados en la región en lo que respecta a su consumo cultural en casi todos los ámbitos.
- Las prácticas culturales se efectúan fundamentalmente en el espacio privado, mucho más que en el público, siendo además de naturaleza muy diferente el tipo de productos a los que se accede.
- De manera prácticamente sistemática (salvo en el caso de la radio y la televisión), son los más jóvenes, quienes tienen niveles socioeconómicos y educativos más elevados, y los varones, quienes destacan en el acceso e intensidad de prácticas culturales, si bien son los tres primeros (edad, estatus socioeconómico y educación) los indicadores más representativos de la notoria brecha existente si consideramos estos parámetros.

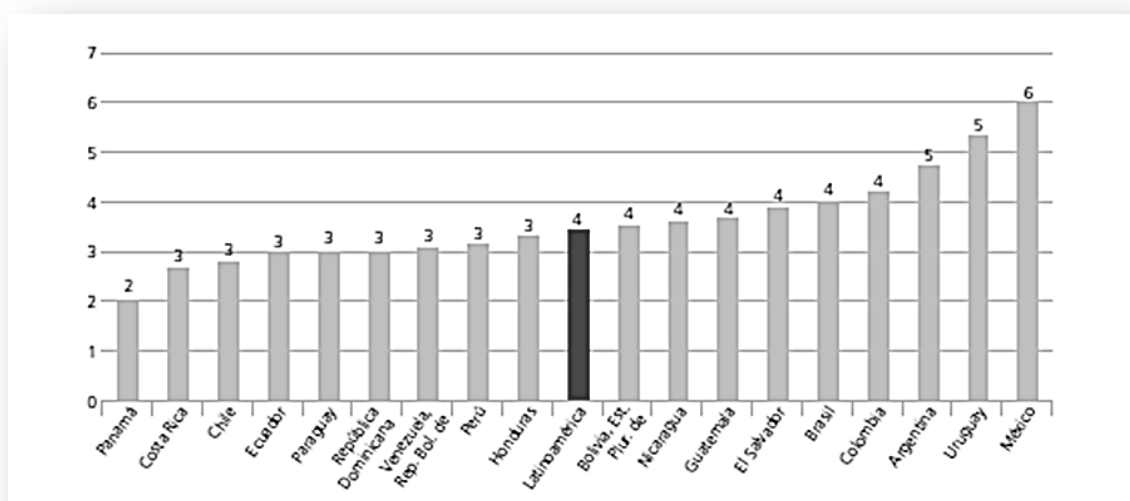
Más allá de los datos, una vez más, cabe interrogarse por la causa de que Panamá se quedara fuera de este importante estudio; un estudio que aporta elementos relevantes a la hora de definir estrategias para este sector.

Por otro lado, si bien la Encuesta no proporciona cifras acerca del origen de los productos culturales de consumo masivo (música grabada, videos, libros, programas de televisión, etc.), es más que probable que buena parte de ellos no estén beneficiando, al menos no en la medida en que podrían hacerlo, a las creaciones y producciones culturales de la región, una tendencia muy extendida a nivel mundial pero que requiere también de un análisis específico. Y es que no solo

están en juego aquí la expresión del talento local, la participación ciudadana o la apropiación económica de los beneficios generados por estas actividades sino, de la misma manera, la hegemonía política y económica que ejercen, por medio de la cultura, unos países sobre otros, así como la amenaza de un retroceso de la diversidad y los derechos culturales en todo el mundo, bajo el manto de una narrativa unificadora, de un único discurso diseminado a escala global.

Ahondando ahora en los escasos datos comparativos disponibles sobre hábitos y prácticas culturales, en esta ocasión en lo que se refiere a la lectura, según la publicación “Cultura y desarrollo en Iberoamérica” (CEPAL, OEI, 2014) la República de Panamá se sitúa a la cola de los países de América Latina como el país en el que menos libros se leen a lo largo del año (2 por persona/año, la mitad del promedio regional, con datos referidos a 2013). Esto incorpora otro reto de relieve, no sólo desde el punto de vista de la economía cultural, sino también de la educación integral de la ciudadanía.

Gráfico 27. Número de libros leídos al año por habitante. 2013. Latinoamérica



Fuente: (CEPAL, OEI, 2014)

Lo contrario de lo que sucede, en cambio, con el entorno de Internet, tal y como apunta el estudio *Usos de Internet en Latinoamérica 2015* (Datanálisis, 2015), realizado desde hace diez años por *Datanálisis-Tendencias Digitales* en 15 países de la región. Dicho estudio ofrece algunos datos de interés relacionados con esta tesis, pues no hay que olvidar que es a través de esta vía desde donde se produce una parte creciente del consumo y la difusión de servicios culturales y creativos.

Algunos datos que pueden resultar destacables son:

- El número de usuarios(as) de Internet en Panamá creció un 11% en el último año, cifra que supera el promedio regional.
- La penetración de internet en el país es de 53% de la población total, lo que equivale a poco más de dos millones de personas (43% del total lo hacen a través de teléfonos móviles).
- Las y los usuarios panameños se destacan en los siguientes usos de Internet, en comparación al promedio continental: uso de redes sociales, publicación de fotos y

videos, consulta de avisos foto-clasificados, descargas de música y videojuegos, comunicaciones de voz (VoIP) y transmisión de videos en *streaming*.

- Panamá se ubica por debajo del promedio regional en operaciones de comercio electrónico, gobierno electrónico y consumo de noticias.
- Las plataformas sociales más populares en Panamá son Facebook (90% de los usuarios), YouTube (87%) y Twitter (52%).

Estos datos reflejan tres aspectos a considerar: las actividades relacionadas con el consumo cultural, como las descargas de material multimedia en tanto que principales usos de Internet; el uso intensivo que hacen los panameños y panameñas de las redes sociales, que funcionan como eficaces herramientas de difusión y comercialización; y, por último, la problemática de las eventuales descargas gratuitas de productos culturales a través de Internet, algo que requeriría de análisis focalizados atendiendo a su fuerte incidencia (negativa) en este mercado.

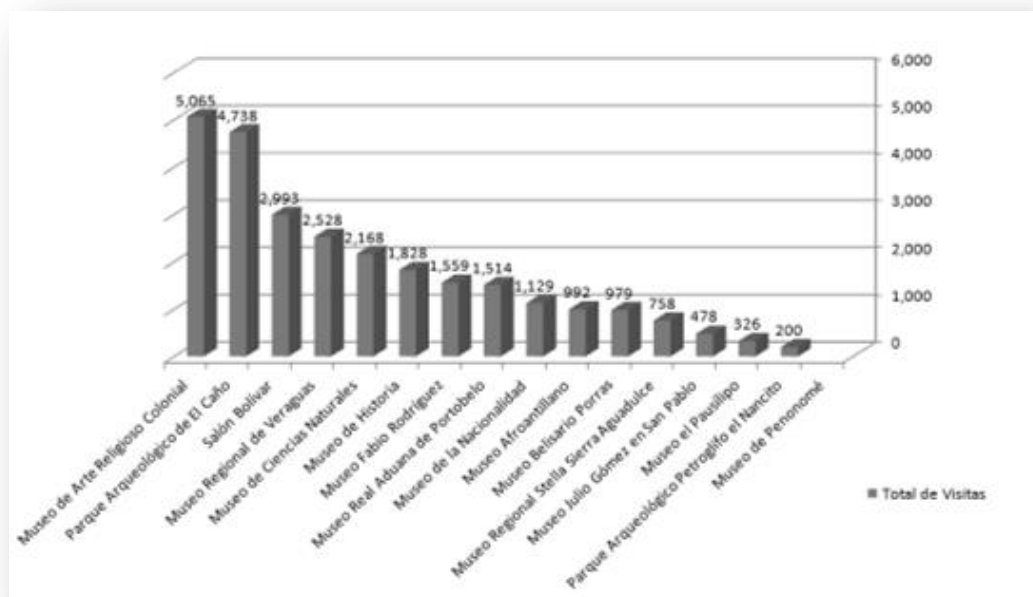
Poca lectura y mucha música y videos por Internet, este parece ser el perfil más común del consumidor cultural panameño del presente (y del futuro), en mayor medida que en los países del entorno.

Para cerrar esta breve e incompleta fotografía, a través de algunos datos parciales procedentes del Informe de Actividades del primer semestre del INAC (2015), podemos rescatar igualmente algunas cifras interesantes acerca del consumo de oferta cultural pública en el país.

- Los cinco museos públicos más visitados en el primer semestre 2014 fueron:
 1. Museo de Arte Religioso Colonial con 5,065 visitas.
 2. Museo Parque Arqueológico de El Caño con 4,738 visitas.
 3. Museo Salón Bolívar con 2,993 visitas.
 4. Museo de Ciencias Naturales con 2,168 visitas.
 5. Museo de Historia con 1,828 visitas.En comparación al primer semestre del año 2013 se ha producido un descenso de visitas significativo en todos los museos.
- El público que participó en el primer semestre de 2014 en los conciertos de la *Orquesta Sinfónica Nacional* sumó un total de 7,750 asistentes, aumentando el recuento obtenido en el mismo periodo el año anterior (5,900 asistentes).
- El *Ballet Nacional* realizó durante el primer semestre de 2014 un total de 12 actividades, a las que acudieron un total de 16,600 personas como público, lo que supone un incremento del 27% respecto a 2013.
- La *Galería de Artes Visuales Juan Manuel Cedeño* recibió durante este periodo un total de 1,071 visitas, incrementándose en un 83% respecto a 2013.
- Las actividades realizadas por el *Departamento de Letras de la Dirección Nacional de Publicación*, durante el primer semestre de 2014, fueron tres y alcanzaron un total de 220 personas como público participante.
- El público asistente a las *actividades realizadas por las coordinaciones regionales* alcanzó un total de 16,341 personas en un total de 136 actividades.
- En el primer semestre de 2014, un total de 25,953 personas visitaron museos de patrimonio histórico en la República, descendiendo un 38% respecto al año 2013 (25,953 visitas). Sin embargo, los ingresos recibidos por las entradas a estos museos se han incrementado en un 3% alcanzando un total de 14,652 balboas. Esto nos lleva a deducir que el precio de las entradas aumentó durante 2014 y por ello, a pesar de descender las visitas, aumentaron los ingresos. Esta relación entre aumento

de precio y descenso de las visitas es digna de analizar, pues el aumento de las entradas, limita la asistencia de un porcentaje importante de público.

Gráfico 28. Número de visitas a los Museos Públicos de Panamá. Primer semestre 2014



Fuente: INAC, Informe de Actividades, Primer Semestre 2014

Reputación de Panamá: El “Country Rep.Trak”

Para terminar este apartado, haré ahora referencia a un indicador, el *Country Rep Trak*, realizado cada año por el *Reputation Institute*, donde la cultura también se encuentra presente, en esta ocasión en términos de su peso en la imagen de los países.

A efectos de contextualización, cabe señalar que el indicador citado parte de la base de que la reputación de un país influye en diversas esferas con impacto en su desarrollo, tales como la diplomacia pública, el turismo, la inversión y el intercambio de productos y servicios, determinando, por tanto, los comportamientos de apoyo.

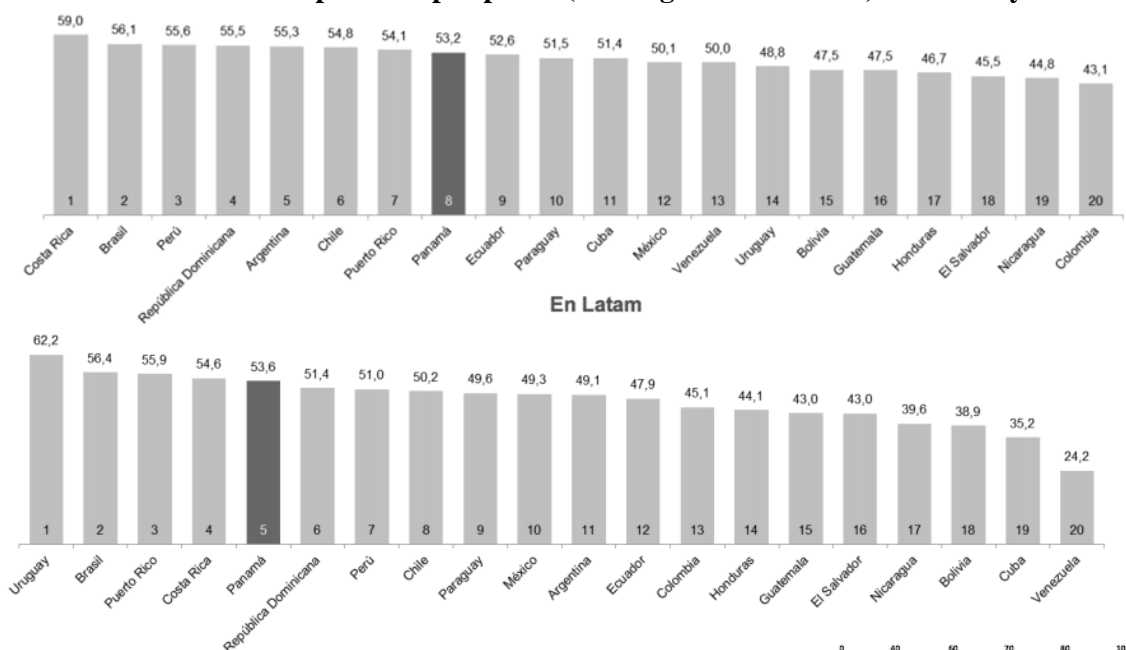
El indicador mide específicamente la admiración, estima, confianza y buena impresión que causa un país en relación a otros (reputación emocional), partiendo de variables que influyen en ello referidas a la calidad de vida, la calidad institucional y el nivel de desarrollo (reputación racional).

El punto de partida son experiencias directas, comunicación del país, opinión de terceros y estereotipos, que terminan incidiendo en las percepciones, actitudes y comportamientos y, por último, en la creación de valor. El target es el público general de los países que participan en el estudio (un total de 23) que tengan algún tipo de conocimiento del país evaluado. El número de entrevistas realizadas ha sido en 2015 de 80,000.

Los resultados del estudio señalan que los cinco países con mayor reputación en el mundo en 2015 son, por este orden, Canadá, Noruega, Suecia, Suiza y Australia, superando todos ellos los 76 puntos. La media global es de 56.3.

Panamá se encuentra un poco debajo de ese promedio, con 53.2 puntos, estimándose como media/moderada en relación al resto y, en general, con una consideración bastante positiva en aquellos aspectos “duros” que definen la confiabilidad de un país a la hora de tener un acercamiento o asentarse en él (infraestructuras, seguridad, estabilidad, conectividad, etc.). De hecho, contemplando sólo los países latinoamericanos, Panamá ocupa el octavo lugar en reputación para la ciudadanía de los países del G-8, subiendo al quinto puesto entre los países de Latinoamérica.

Gráfico 29. Índice de reputación por países (ranking Latinoamérica) En el G-8 y Latam



Fuente: Reputation Institute, 2015a

Si atendemos a los atributos de Panamá, entre la ciudadanía del G-8 se valoran positivamente aspectos como la seguridad, la ética y la transparencia, la economía, el entorno institucional y político, y el uso eficiente de los recursos, entre otros. En la parte negativa, la cultura se sitúa a la cabeza de los atributos peor valorados, seguida del ocio y entretenimiento, el entorno natural y la amabilidad y simpatía de la gente. Parece claro que la cultura no se encuentra entre los atributos destacables de Panamá desde la perspectiva exterior.

Gráfico 30. Diferencia entre la valoración de los atributos de Panamá y el promedio de Latinoamérica entre ciudadanos del G-8



Fuente: Reputation Institute, 2015b

Desde la perspectiva latinoamericana permanece a la cabeza de los atributos positivos la seguridad, la ética y la transparencia, el uso de los recursos, el entorno económico, etc. También se mantiene, en este caso, con una puntuación que dobla la perspectiva de los países del G-8, la cultura como el aspecto peor valorado del país; destaca asimismo la incorporación a la clasificación del sistema educativo y la calidad de los productos y servicios.

Estos aspectos de la imagen país son muy importantes y han de ser tenidos en cuenta, también, de cara a la proyección y sostenibilidad de la reputación de Panamá en el exterior, más aún en la medida en que buena parte de su economía (inversiones, turismo, asentamiento de empresas, etc.) depende transversalmente de estos factores. Ha de considerarse, por tanto, que sectores como la cultura no sólo han de categorizarse como relevantes en tanto que actividad económica en sí misma sino, más aún todavía, como un soporte transversal clave de la economía panameña en su conjunto.

Gráfico 31. Diferencia entre la valoración de los atributos de Panamá y el promedio de Latinoamérica entre ciudadanos de Latinoamérica.



Fuente: Reputation Institute, 2015b

De este modo, para cerrar este recorrido por la limitada, incompleta y dispersa (pero asimismo muy valiosa) información que se ha logrado recopilar en el presente subcapítulo, puede concluirse que, en términos comparativos, no puede afirmarse que Panamá ocupe un lugar relevante en la región en lo que hace referencia a su economía cultural.

No obstante, hay otras fuentes (secundarias y primarias) de carácter más específico que es necesario explorar ahora y analizar antes de determinar con mayor precisión cuál es el panorama nacional en este campo. Tal es el objeto de los siguientes apartados.

5.2.2 Contribución e impacto de las industrias creativas en la economía

Una vez realizada una aproximación somera al peso de la economía cultural panameña, con relación a los países de su entorno, veamos ahora estudios y datos locales. En primer lugar, merece un espacio propio el análisis de la contribución de las industrias creativas a la economía y el impacto global generado sobre la misma. Un estudio muy reciente, titulado *Industrias Creativas Culturales en Panamá: Diagnóstico del Sector y Relevancia Económica* (BID, INDESA, 2017) aporta, con referencia en la definición de *economía naranja* que realizó el BID en 2013 y el marco básico para medir la contribución económica de las industrias culturales de la UNESCO de 2009, una nueva estimación de la contribución económica de las industrias creativas en Panamá en términos de producción, valor agregado, número de empresas, población ocupada y comercio exterior, así como de su impacto multiplicador en la economía en su conjunto. Cierto es que no permite afinar la estimación hasta el punto que aportaría una Cuenta Satélite de la Cultura, pero hasta la fecha es el estudio que ha profundizado de manera más extensiva y rigurosa en la cuantificación económica de este sector.

Para interpretar adecuadamente las estimaciones que proporciona este estudio, es preciso tener presente la definición de industrias creativas utilizada (misma definición de *economía naranja* proporcionada por el BID, ya presentada en el capítulo 3) y las fuentes estadísticas de información disponibles para poder aproximar el valor económico de esas actividades. Solo de esta manera será posible entender el valor añadido que este estudio aporta, para medir la contribución de las industrias culturales a la economía panameña, con respecto a las investigaciones anteriormente realizadas, con una sólida base en una definición del sector aceptada y de referencia internacional y en todos los datos estadísticos nacionales disponibles.

Particularmente con respecto al estudio del WIPO (2009) previamente mencionado, este estudio del BID e INDESA hace una referencia crítica que viene a avalar y respaldar las dudas vertidas por la autora sobre la fiabilidad de las estimaciones de las industrias basadas en el Copyright en términos de empleo, PIB y comercio exterior. Así, sostiene que "*Los resultados del estudio de la OMPI son relevantes para entender el potencial de las industrias creativas en Panamá. No obstante, es importante considerar que tanto los criterios establecidos para seleccionar las actividades con base en la OMPI, las fuentes utilizadas, la fecha de estimación y los criterios metodológicos de ponderación en lugar del uso de evidencia estadística para estimar algunas actividades hacen que los resultados no sean apropiados para comprender la contribución económica de las industrias creativas... y por tanto, incomparable con las estimaciones planteadas en este documento*".

Además, y como se verá a continuación, las cifras resultantes de las estimaciones realizadas en este estudio del peso de la economía naranja sobre el total de la economía en Panamá, ponen de manifiesto la sobredimensión de las mismas que se había realizado en el estudio de WIPO (2009). Ello no quiere decir que las industrias culturales no tengan peso cuantitativo alguno en la economía panameña, pero sí que resultan más acordes con la posición presentada de Panamá en el conjunto de los países de Latinoamérica.

Industrias creativas subyacentes

Aunque la referencia para estimar el peso de las industrias culturales sobre el total de la economía es la definición de *economía naranja* del BID (2013), las limitaciones dadas por la información estadística disponible para la estimación del impacto multiplicador de las industrias creativas, a falta de una Cuenta Satélite de la Cultura y con insuficiente información estadística

detallada en las cuentas nacionales de las actividades relacionadas con las industrias creativas, sólo permiten considerar tres de los grupos y seis de las actividades anteriormente mencionadas. Al conjunto de actividades seleccionadas se le catalogó como *Industrias creativas subyacentes* y está compuesto por las actividades indicadas a continuación.

Tabla 36. Actividades de las Industrias Creativas del CIU Rev. 4 con correspondencia CAEN incluidas en las Industrias Creativas Subyacentes (ICS)

Subsector CAEN	Categoría (CIU Rev. 3)	Descripción (CIU Rev. 3)	ICS
INDUSTRIAS CULTURALES CONVENCIONALES			
Editorial (110)			
Libros, periódicos y revistas	Industria Manufacturera	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	
	Industria Manufacturera	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	
	Industria Manufacturera	Otros trabajos de edición, artes gráficas	
Audiovisual (120)			
Cine, televisión y video	Transporte, almacenamiento y comunicación; Otras actividades de comunitarias sociales y personales de servicio	Telecomunicaciones; Actividades de radio y televisión	Sí
	Otras actividades de comunitarias sociales y personales de servicio	Producción y distribución de filmes y videocintas	Sí
	Otras actividades de comunitarias sociales y personales de servicio	Exhibición de filmes y videocintas	Sí
	Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos.	Venta al por mayor de otros efectos personales y productos diversos para el consumidor; Otros tipos de venta al por menor en almacenes especializados, galerías	
Audiovisual, Fonográfica (120, 130)			
Cine, Televisión, Video, Radio, Música grabada	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	Alquiler de efectos personales y enseres domésticos, n.c.p	
	Industria Manufacturera	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	
	Industria Manufacturera	Actividades de servicio relacionadas con las de impresión, encuadernación	
	Industria Manufacturera	Reproducción de materiales grabados	
Fonográfica (130)			
Radio, Música grabada	Otras actividades de comunitarias sociales y personales de servicio	Producción y distribución de filmes y videocintas	Sí
	Transporte, almacenamiento y comunicación	Telecomunicaciones	
ARTE Y PATRIMONIO			
Artes visuales (210)			
Fotografía	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	Actividades de fotografía	
Artes escénicas y espectáculos (220)			
Teatro, danza y marionetas; Orquestas, ópera y zarzuela; Conciertos; Circos; Improvisaciones organizadas; Moda-Pasarela	Otras actividades de comunitarias sociales y personales de servicio	Otras actividades de esparcimiento (parques de atracciones y temáticos)	Sí
	Otras actividades de comunitarias sociales y personales de servicio	Otras actividades de esparcimiento	Sí
Artes visuales (210); Artes escénicas y espectáculos (220); Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial (230)			
Artes visuales; Artes escénicas y espectáculos; Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial	Otras actividades de comunitarias sociales y personales de servicio	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	Sí

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial (230)			
Artesanías, antigüedades, lauderías y productos típicos	Industria Manufacturera	Fabricación de instrumentos musicales	
Museos, galerías, archivos y bibliotecas	Otras actividades de comunitarias sociales y personales de servicio	Actividades de bibliotecas y archivos	Sí
Arquitectura y restauración	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	Actividades de arquitectura o ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico	
Parques naturales y ecoturismo.	Otras actividades de comunitarias sociales y personales de servicio	Actividades de jardines botánicos zoológicos y de parques nacionales	Sí
Museos, galerías, archivos y bibliotecas; Arquitectura y restauración; Parques naturales y ecoturismo; Monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos, etc.	Otras actividades de comunitarias sociales y personales de servicio	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	Sí
Educación Artística y cultural (240)			
Educación Artística y Cultural	Enseñanza	Educación de adultos y otros tipos de enseñanza (Computadoras)	
ARTE Y PATRIMONIO, ÁREA DE SOPORTE PARA LA CREATIVIDAD			
Educación Artística y cultural (240); Educación creativa (420)			
Educación Artística y cultural	Enseñanza	Enseñanza Superior	
CREACIONES FUNCIONALES, NUEVOS MEDIOS Y SOFTWARE			
Diseño (310)			
Interiores, Artes gráficas e ilustración, Joyería, Juguetes, Industrial - productos	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	Actividades de arquitectura o ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico	
Joyería	Industria Manufacturera	Fabricación de joyas y de artículos conexas	
	Industria Manufacturera	Fabricación de joyas y de artículos conexas (bisutería)	
Juguetes	Industria Manufacturera	Fabricación de juegos y juguetes	
Industrial productos	Industria Manufacturera	Fabricación de muebles y colchones	
Publicidad (320)			
Publicidad	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	Publicidad	Sí
Software de contenidos (330)			
Videojuegos, Otros contenidos interactivos audiovisuales, Medios de soporte para contenidos digitales	Industria Manufacturera	Otros trabajos de edición, artes gráficas	
Moda - Prêt-à-porter (340)			
Moda - Prêt-à-porter	Industria Manufacturera		
	Industria Manufacturera	Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel nacional y en Zonas Francas	
	Industria Manufacturera	Adobo y teñido de pieles; fabricación de artículos de piel	

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

	Industria Manufacturera	Fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo	
	Industria Manufacturera	Curtido y adobo de cueros, curtiembre	
	Industria Manufacturera	Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares; artículos de talabartería; guarnicionería	
	Industria Manufacturera	Fabricación de calzado con y sin caucho y plástico	
Agencias de noticias y otros servicios de información (350)			
Agencias de noticias y otros servicios de información	Otras actividades de comunitarias sociales y personales de servicio	Actividades de agencias de noticias	
	Otras actividades de comunitarias sociales y personales de servicio	Actividades de agencias de noticias (otros servicios de información n.c.p.)	
ÁREA DE SOPORTE PARA LA CREATIVIDAD			
Investigación, desarrollo e innovación creativa y cultural (410)			
Investigación, desarrollo e innovación creativa y cultural (410)	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	Investigación y desarrollo de las ciencias sociales y las humanidades	
Educación Creativa (420)			
Educación Creativa	Enseñanza	Enseñanza secundaria de formación técnica y profesional	
Gobernanza (institucionalidad) + Derechos de Propiedad Intelectual (440)			
Gobernanza (institucionalidad) + Derechos de Propiedad Intelectual	Administración pública y defensa; planes de Seguridad Social de Afiliación obligatoria	Regulación de las actividades de organismos que prestan servicios sanitarios, educativos, culturales y otros servicios sociales, excepto los servicios de seguridad social	
Propiedad Intelectual	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	Alquiler de efectos personales y enseres domésticos, n.c.p (propiedad intelectual)	

Fuente: BID, INDESA, 2017

Estimación de la contribución macroeconómica de las industrias creativas

La estimación de la contribución macroeconómica de las industrias creativas, que incluye la importancia en la producción, el valor agregado, el número de empresas y la población ocupada, se realiza con la información disponible en el Censo Económico Nacional, la Encuesta Anual Entre Empresas No Financieras, el Censo de Población y las estadísticas de comercio exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censo de la Contraloría General de la República de Panamá (INEC-CGR). Con ello se pretende abarcar la mayor cantidad de actividades establecidas por el BID con evidencia estadística para así obtener la contribución íntegra de las industrias creativas, por lo que no estará restringida únicamente a las actividades de las industrias creativas subyacentes.

Contribución a la producción y valor agregado bruto de las Industrias Creativas

La producción de las empresas de las industrias creativas no es marginal en la economía panameña. En 2011, de acuerdo a la información del Censo Económico Nacional, se produjeron B/. 797 millones y se registró un valor agregado bruto (VAB) de B/. 376 millones en bienes y servicios culturales, representando así el 2.9% de la producción total y 3.1% del VAB total de las empresas no financieras ni agrícolas de ese año. Estos valores de la producción y el VAB de las industrias creativas fueron más elevados que los correspondientes al conjunto de las actividades de silvicultura, pesca, suministro de agua y saneamiento, minería, enseñanza y servicios relacionados con la salud humana.

La mayoría de la producción y del VAB de las industrias creativas se concentró en las industrias culturales convencionales (especialmente en las actividades editoriales y audiovisuales) y en las creaciones funcionales, nuevos medios y software (en su mayoría en los servicios de publicidad) que, en conjunto, representaron el 70% y el 65.9% respectivamente de la producción y el VAB total de las industrias creativas. En comparación a las industrias creativas totales, las industrias creativas subyacentes representaron el 1.1% y el 1.4% de la producción y el VAB de las empresas no financieras ni agrícolas.

En términos comparativos, el sector de las industrias creativas fue el noveno y décimo sector más importante en la producción y en la generación de valor agregado, respectivamente, de un total de 19 sectores económicos (excluyendo las actividades financieras y las agrícolas).

Número de empresas de las Industrias Creativas

Según los datos de la Encuesta Anual Entre Empresas No Financieras, en 2014 hubo 545 empresas con cinco y más personas empleadas dentro de las industrias creativas. Esto representó el 6.0% del total de empresas no financieras ni agrícolas de ese año. En cuanto a los grupos, la mayoría de las empresas se concentraron en las creaciones funcionales, nuevos medios y software (39.8%) y las industrias culturales convencionales (29.9%). De igual modo, respecto a las actividades individuales, las actividades de diseño (17.1%), editorial (18.2%) y turismo y patrimonio cultural material e inmaterial (15.6%) representaron la mayoría.

En comparación al resto de los sectores económicos, las industrias creativas fueron el sexto sector con mayor número de empresas asociadas, solamente superado por las actividades de mayor importancia en el PIB (transporte, comercio y construcción), y los hoteles y restaurantes y las industrias manufactureras.

Población ocupada de las Industrias Creativas

Las industrias creativas emplearon 58,142 personas o 4.4% del total de la población ocupada en el año 2010, según la información del Censo Nacional de Población clasificadas por la CAEN. Al igual que en la producción, el valor agregado y el número de empresas, el grupo de actividades de creaciones funcionales, nuevos medios y software fue uno de los más importantes en la población ocupada (el 44.2% del total). Sin embargo, a diferencia de la producción, el valor agregado y el número de empresas, el grupo de área de soporte para la creatividad tiene una importancia considerable con el 27% del total de la población ocupada de las industrias creativas.

La población ocupada tuvo una menor diversificación en las actividades de las industrias creativas; más de la mitad estuvo ocupada en tres actividades: la educación creativa (26.4%), el diseño (19.8%) y la moda Prêt-à-porter (16.8%). Por otro lado, respecto al resto de sectores económicos, las industrias creativas fueron, al igual que en la producción, el décimo de mayor importancia para la economía.

Exportaciones e importaciones de las Industrias Creativas

En Panamá, las industrias creativas exportaron \$91 millones de dólares de bienes y servicios en el año 2015, representando alrededor del 0.3% del total de exportaciones de Panamá en ese año. Dada la importancia de los servicios en la economía panameña, de igual modo las exportaciones de servicios creativos representaron más del 93% del total de exportaciones creativas. Dentro de las exportaciones creativas de servicios, los servicios audiovisuales y conexos (relacionados con

las industrias culturales convencionales) y los servicios de publicidad, investigación de mercado y encuestas de opinión (relacionados con las creaciones funcionales, nuevos medios y software) fueron los más importantes (59% del total de exportaciones creativas de servicios). Respecto a las exportaciones de bienes, estas se concentraron en exportaciones de diseño y publicaciones.

Las importaciones de bienes y servicios creativos alcanzaron los \$599 millones de dólares o 2.2% de las importaciones totales. A diferencia de las exportaciones, la mayoría de las importaciones creativas fueron de bienes (81% de las importaciones creativas), siendo las importaciones de diseño las de mayor importancia.

Por lo tanto, las industrias creativas nacionales muestran un déficit comercial con el resto del mundo de B/. 508 millones.

En términos comparativos, las exportaciones de bienes y servicios de las industrias creativas superan a las exportaciones de bienes tradicionales como el café y el azúcar, no obstante, se mantiene muy por debajo respecto a las demás categorías de servicios (ZLC, Turismo, Canal de Panamá, entre otros). Por su parte, las importaciones de bienes y servicios creativos son superiores a las importaciones de utensilios domésticos, materias primas para la agricultura, otros insumos, servicios del gobierno y bienes de capital para la agricultura.

Efecto multiplicador de las Industrias Creativas en Panamá

Para comprender para qué sirve un "Multiplicador" es preciso remontarse conceptualmente a qué es un impacto económico. Este es un método cuantitativo que mide los beneficios económicos que resultan de la realización de un proyecto o industria en particular. Dicho análisis se genera a partir de estadísticas de Cuentas Nacionales. En el caso de este estudio se utilizaron las cifras del año 2011, ya que fue la última vez que se publicó la estadística necesaria para generar los indicadores.

El impacto económico se puede medir en cuatro niveles específicos:

- El "efecto inicial", que es la contribución de una actividad al PIB.
- El "efecto directo", que es el impacto en el PIB que se genera a partir de las compras a proveedores que realiza la actividad o industria que se está analizando.
- El "efecto indirecto", que es el impacto que se genera a partir de las compras de los proveedores a SUS proveedores.
- Y el "impacto de consumo inducido", que es el impacto que se genera por el consumo privado de los empleados de la industria que se está analizando.

En conjunto, todos estos efectos representan el impacto total en la economía de una actividad o industria.

El impacto se obtiene a través de los denominados "Multiplicadores", que son factores que amplifican la Producción de una industria para estimar el impacto en la cadena productiva o economía; por ejemplo, un Multiplicador de 2.5 veces haría que por cada dólar de Producción se generara un impacto en el conjunto de la economía de dos dólares con cincuenta centavos.

Esta conceptualización aplicada a las industrias creativas subyacentes que, como se señaló anteriormente, proporcionan la definición del sector de las industrias creativas para las cuales,

dada la disponibilidad de información estadística, es posible calcular el impacto económico sobre la economía y los Multiplicadores correspondientes, proporciona los resultados que se recogen a continuación.

Con datos del año 2011, el “Multiplicador” total para las industrias creativas fue 1.3 (en términos de Valor Agregado Total o PIB) lo que significa que por cada dólar de producción de bienes y servicios de industrias creativas se genera un dólar treinta de impacto en la economía general. Por lo tanto, si se multiplica la producción de las industrias creativas, que fue de \$829 millones de dólares en el 2011, el efecto o impacto económico sobre la economía total sería de \$1,077 millones de dólares ese año. Esto sería equivalente a 3.1% del Producto Interno Bruto en el 2011.

En el caso de la producción, el efecto multiplicador sobre la producción total de la economía fue de B/. 1,857 mm o 3.3% de la producción total. Y en el caso de los ingresos, el efecto multiplicador fue B/. 251 millones (2.6% de las remuneraciones totales de los asalariados).

Por categorías, “Patrimonio Cultural” tiene el multiplicador más alto debido al efecto inducido, ya que es más intensivo en mano de obra en términos relativos que los demás sectores. Esta categoría agrupa actividades relacionadas a parques naturales, reservas, museos, monumentos y sitios históricos. Por otro lado, la categoría de “Cine, TV, Video y Música” tiene el efecto directo e indirecto más alto debido a la proporción de compras que realiza a sus proveedores en comparación con las demás categorías; esta categoría agrupa actividades que tienen que ver con la producción audiovisual y su exhibición. En cambio, “Publicidad” tiene el mayor multiplicador inicial ya que su actividad genera mayor valor agregado directamente.

Tabla 37. Impacto económico de las industrias creativas subyacentes en la economía panameña. Año 2011

Categoría	Multiplicador	Impacto Económico 2011
Producción Industrias Creativas	2.24	B/. 1,857 mm (3.3% de la producción total)
VA Industrias Creativas	1.30	B/. 1,077 mm (3.1% del PIB)
Ingreso Industrias Creativas	0.3	B/. 251 millones (2.6% de las remuneraciones totales de los asalariados)

Fuente: BID e INDESA, 2017

En términos comparativos, las industrias creativas subyacentes tienen un multiplicador total inferior al promedio del total de actividades económicas (B/. 2.60). Aun así, el multiplicador total de las industrias creativas subyacentes es superior al de actividades importantes en la economía panameña como el transporte marítimo, el comercio al por mayor en Zona Franca y las comunicaciones.

Respecto al impacto del multiplicador total de la producción, el impacto de las industrias creativas subyacentes es considerablemente inferior dado el tamaño de su producción, pero supera al impacto de los hoteles, la producción de cemento, la pesca y las actividades inmobiliarias y de alquiler.

Por lo que respecta al multiplicador total y su impacto en el valor agregado, las industrias creativas subyacentes se mantienen ligeramente por debajo del promedio, pero superando al de

actividades como la producción de cemento, las actividades inmobiliarias y de alquiler, la minería, la pesca, entre otras.

Y en términos de ingreso, el multiplicador total de las industrias creativas continúa siendo estrechamente más bajo que el promedio (B/. 0.36), pero el impacto de las industrias creativas subyacentes supera a las actividades de hotelería, las actividades inmobiliarias y de alquiler; las actividades de reparación; la producción de cemento; la pesca; y la minería.

Dicho todo esto, también es relevante mencionar que el análisis de impacto económico tiene notables limitaciones. Una de ellas es que no captura los beneficios sociales, que son efectos por los cuales la sociedad o un tercero no pagan por sus beneficios; por ejemplo, el beneficio social de la inversión en un metro, que reduce la congestión por tráfico en una ciudad.

En el caso de las Industrias Creativas, que son actividades heterogéneas, los beneficios sociales pueden ser múltiples; por mencionar algunos: menor incidencia de actividades ilícitas por parte de la población joven que se ocupa en actividades de esparcimiento culturales, el rediseño de bienes públicos que integran elementos de funcionalidad para la población, la realización de eventos culturales que generan vínculos entre diferentes grupos socio-económicos fortaleciendo así la cohesión social o el aumento del valor de la marca país debido a nuestras expresiones culturales e innovaciones creativas.

Cabe decir respecto a este estudio, cuyos datos fundamentales se han aportado en este epígrafe, que pudiendo ser reconocido como la primera contribución sistemática al conocimiento de la situación del sector en Panamá, tiene un carácter bastante reduccionista en relación a lo que podría interpretarse como un acercamiento completo a estas actividades. Por otra parte, la integración de la cultura dentro de la denominada economía creativa dificulta en la práctica, aún más si cabe, conocer en términos cuantitativos la realidad de un sector que, ya de por sí, es sumamente complejo y heterogéneo, desdibujando asimismo sus contornos cualitativos. Porque, en efecto, las actividades centrales de la economía creativa panameña (diseño, publicidad, moda...) invisibilizan el peso y espacio de los subsectores que pueden entenderse como estrictamente culturales. Y el discurso subyacente no deja de apuntalar las narrativas dicotómicas, así como la idea de que “la cultura vale porque vende”.

5.2.3 La ocupación en el sector cultural

Tras las mediciones anteriores, veamos ahora los datos disponibles que describen el perfil en detalle de la ocupación, ahora sí, del sector cultural.

Antes de exponer los resultados obtenidos, conviene, no obstante, centrarse en aclarar algunas cuestiones relativas a la clasificación utilizada a nivel estadístico de las actividades culturales, en la medida en que esto tiene consecuencias relevantes en la lectura e interpretación de los datos. Y es que, en la *Clasificación Industrial Nacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CINU)*, en la que se basan las estadísticas del INEC, las actividades culturales se enmarcan en la categoría *arte, entretenimiento y creatividad* que incluye una amplia gama de actividades culturales, de esparcimiento y recreación para el público general, incluyendo funciones en vivo, gestión de los museos, juegos, deportes y actividades recreativas y que, a su vez, clasifica la información en divisiones, grupos y actividades. Agrupaciones bastante amplias que provocan claramente una pérdida de la perspectiva cultural a favor de otras actividades

como el juego de azar¹⁹ y apuestas o las deportivas, de diversión y esparcimiento que también se incluyen en la categoría.

Aunque la misma UNESCO incluye como dominios relacionados los juegos de azar y actividades deportivas en su clasificación (lo cual tal vez debería ser objeto de reflexión y ojalá que de revisión), esta realiza una separación de unos y otros, tomando como dominios propiamente culturales el patrimonio cultural y natural, las presentaciones artísticas y celebraciones, las artes visuales y artesanías, libros y prensa, medios audiovisuales e interactivos y el diseño y servicios creativos, todos ellos con sus subdivisiones correspondientes.

La problemática de la clasificación del INEC no recae tanto en la inclusión de este tipo de actividades (o, en todo caso, el hacerlo no ha sido producto de un criterio decidido unilateralmente en el plano local) sino en la ausente segregación y descripción de cada una de las divisiones y, específicamente, de la que nos ocupa: *actividades de arte, entretenimiento y creatividad* que, siendo tan amplia, no se subdivide en ninguna categoría posterior (como podría ser cine, música, teatro, etc.) perdiendo valiosa información acerca de los subsectores culturales.

De hecho, teniendo en cuenta la descripción detallada (Tabla), serán las actividades enmarcadas en el grupo 900 de la división 90, las que más se ajusten al objetivo de este análisis. Pese a ello, no se puede prescindir del análisis de los datos existentes y, de cara a contextualizar el sector cultural panameño, me veo en la obligación de utilizar tanto los datos generales de la categoría *arte, entretenimiento y creatividad* como, en los casos en que sea posible, de los del grupo que nos interesa (categoría y grupo, por cierto, con el mismo nombre, lo cual puede inducir a confusión).

¹⁹ Nota: El INEC contempla el singular “*juego de azar*” y no el plural “*juegos de azar*” como la mayoría de los organismos y estudios expertos en cultura, aunque ambos conceptos hacen referencia a las mismas o muy similares actividades.

Tabla 38. Clasificación Industrial Nacional Uniforme de la Categoría de Actividad Económica “Artes, Entretenimiento y Creatividad”

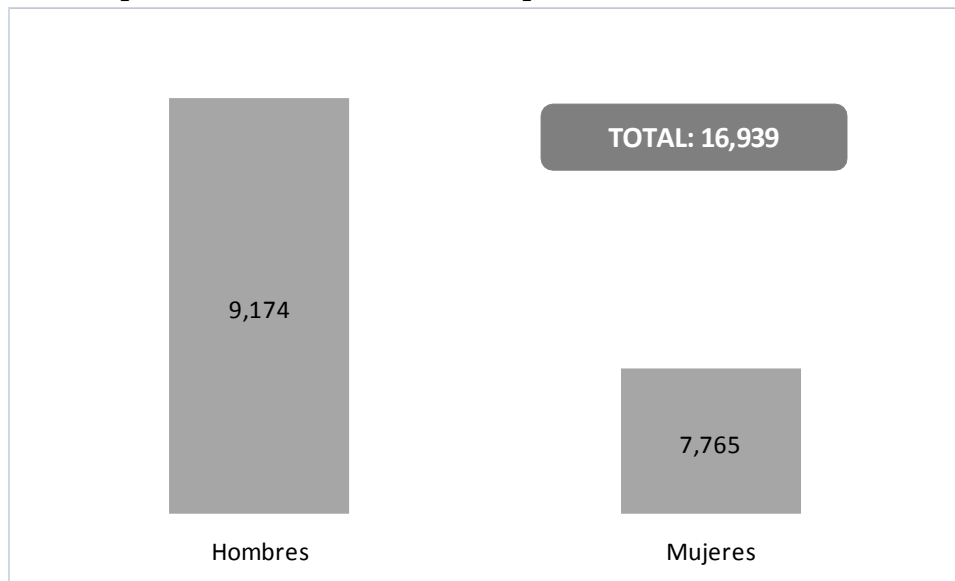
DIVISIÓN	GRUPO	ACTIVIDADES
(90) Actividades de arte, entretenimiento y creatividad	(900) Actividades de arte, entretenimiento y creatividad	9000 Actividades de arte, entretenimiento y creatividad
(91) Bibliotecas, archivos, museos y otras actividades Culturales	(910) Bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	9101 Actividades de bibliotecas y archivos
		9102 Actividades de museos y preservación de lugares históricos
		9103 Actividades de jardines botánicos, zoológicos y parques naturales
(92) Actividades de juego de azar y apuestas	(920) Actividades de juego de azar y apuestas	9200 Actividades de juego de azar y apuestas
(93) Actividades deportivas, de diversión y esparcimiento²⁰	(931) Grupo: Actividades deportivas	9311 Administración de instalaciones deportivas
		9312 Actividades de clubes deportivos
		9319 Otras actividades deportivas
	(932) Otras actividades de diversión y esparcimiento	9321 Actividades de parques de atracciones y parques temáticos
		9329 Otras actividades de diversión y esparcimiento, n.c.p.

Fuente: INEC

Una vez puntualizado lo anterior, cabe señalar que, según datos de la Encuesta de Mercado Laboral de 2017, un total de 16,939 personas de 15 años y más (54% hombres y 46% mujeres) están ocupadas en la categoría de actividad económica clasificada como *artes, entretenimiento y creatividad*, lo cual representa un 0.9% sobre el total de población ocupada. Una representación que pudiera parecer poco significativa pero que, sin embargo, está equiparada a la representatividad de las *actividades inmobiliarias* (1.0%) o por delante de otras categorías como, *suministro de agua y alcantarillado* (0.6%), *suministro de electricidad y gas* (0.4%) o *explotación de minas y canteras* (0.2%).

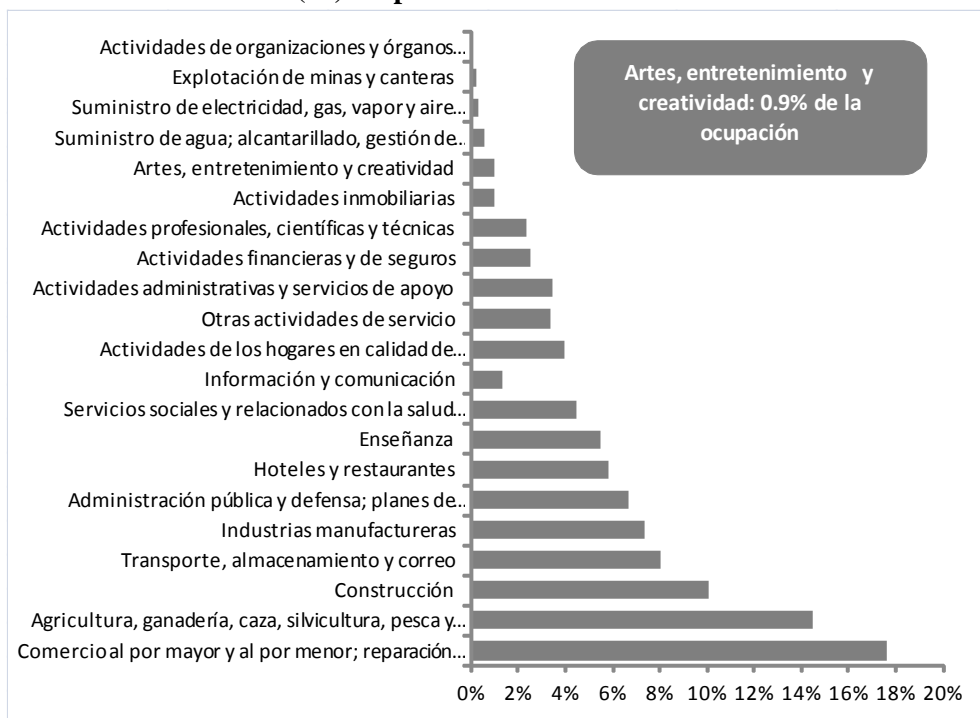
²⁰ Se excluyen de esta división las artes dramáticas, música y otras actividades artísticas, tales como la producción de presentaciones de teatro en vivo, conciertos, producciones de ópera, danza y otros, que están incluidas en la División 90.

Gráfico 32. Población de 15 años y más ocupada en “Artes, entretenimiento y creatividad” por sexo (Valores absolutos). República de Panamá. 2017²¹



Fuente: INEC, Encuesta del Mercado Laboral, 2017

Gráfico 33. Distribución de la población ocupada por categoría en la actividad económica (%). República de Panamá. 2017



Fuente INEC, Encuesta del Mercado Laboral, 2017

La evolución de los datos sobre la categoría de estudio manifiesta que la ocupación ha experimentado expansiones y contracciones en los cuatro últimos años, con variaciones poco significativas en lo que se refiere al total de personas ocupadas que, sin embargo, todavía son más perceptibles cuando se analiza la situación por sexos. En este sentido, las variaciones más

²¹ Los datos de la Encuesta de Mercado Laboral de Agosto de 2017 se elevan sustancialmente por encima de las del Censo 2010, que cifran el número de personas ocupadas en “Artes, entretenimiento y creatividad” en 15,191, 6,647 mujeres y 8,544 hombres.

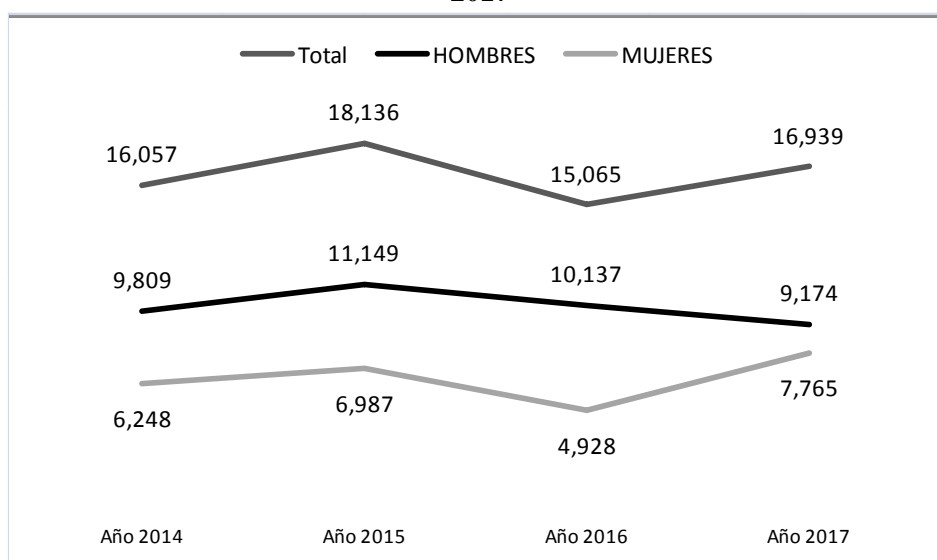
relevantes son las relativas a los hombres, con caídas en la población ocupada de más de un 9% en los años 2016 y 2017, a lo que se suman las variaciones en la población ocupada femenina, que pasó de un decrecimiento del -29.5% en 2016 a un remarcado rebote del 57.6% en 2017; esto pone de manifiesto una importante recuperación de las mujeres ocupadas en esta actividad en el último año, en tanto que un descenso continuado en los dos últimos años de los hombres dedicados a estas actividades. O no sería extraño que estas oscilaciones sean resultado también de una nueva inconsistencia estadística. Será necesario profundizar en ello.

Tabla 39. Evolución de la población de 15 años y más ocupada en “Artes, entretenimiento y creatividad” por sexo (tasas de variación anual, %). República de Panamá. 2015-2017

	2015	2016	2017
TOTAL	12.9%	-16.9%	12.4%
HOMBRES	13.7%	-9.1%	-9.5%
MUJERES	11.8%	-29.5%	57.6%

Fuente INEC, Encuestas del Mercado Laboral, 2014-2017

Gráfico 34. Evolución de la población de 15 años y más ocupada en “Artes, entretenimiento y creatividad” por sexo (Valores absolutos). República de Panamá. 2014-2017



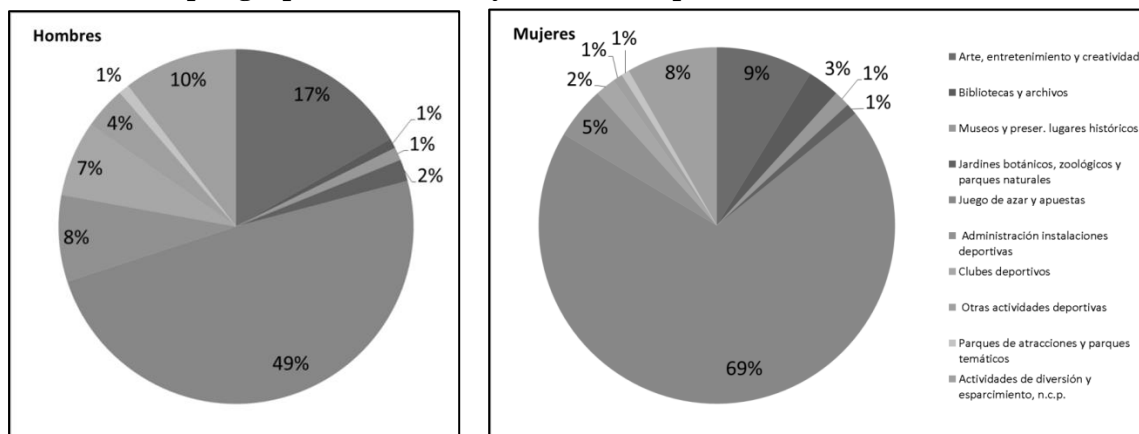
Fuente: INEC, Encuestas del Mercado Laboral, 2014-2017

Pero, ¿cuál es la distribución existente de acuerdo a los grupos de actividad cultural clasificados dentro de la categoría general *artes, entretenimiento y creatividad*? Serán los datos del *Censo de Población y Vivienda de Panamá* los que nos aporten información a este respecto.

Según esta fuente, en 2010 (último dato disponible) la mayoría de personas ocupadas en la categoría de estudio (un 58% del total), lo estaban en el grupo de actividad *juegos de azar y apuestas*, siguiéndole con una diferencia de 45 puntos (13%) la población ocupada en la división *arte, entretenimiento y creatividad* que incluye actividades propias del presente objeto de estudio, a saber, actividades de las "*artes dramáticas, la música, la producción de presentaciones de teatro en vivo, conciertos, producciones de ópera, danza y otros*."

En la distribución por sexos, la tónica anterior se mantiene, con algunas diferencias de representación en función de los grupos de actividad. Así, en comparación con los hombres, las mujeres están sobrerrepresentadas en el grupo de actividad de *juegos de azar y apuestas* (69% frente al 49%) y *bibliotecas y archivos* (3% frente al 1%), en detrimento del grupo *actividades de arte entretenimiento y creatividad* (9% frente al 17%) o en las *actividades deportivas, de diversión y esparcimiento* (16% de mujeres frente al 30% de representación masculina).

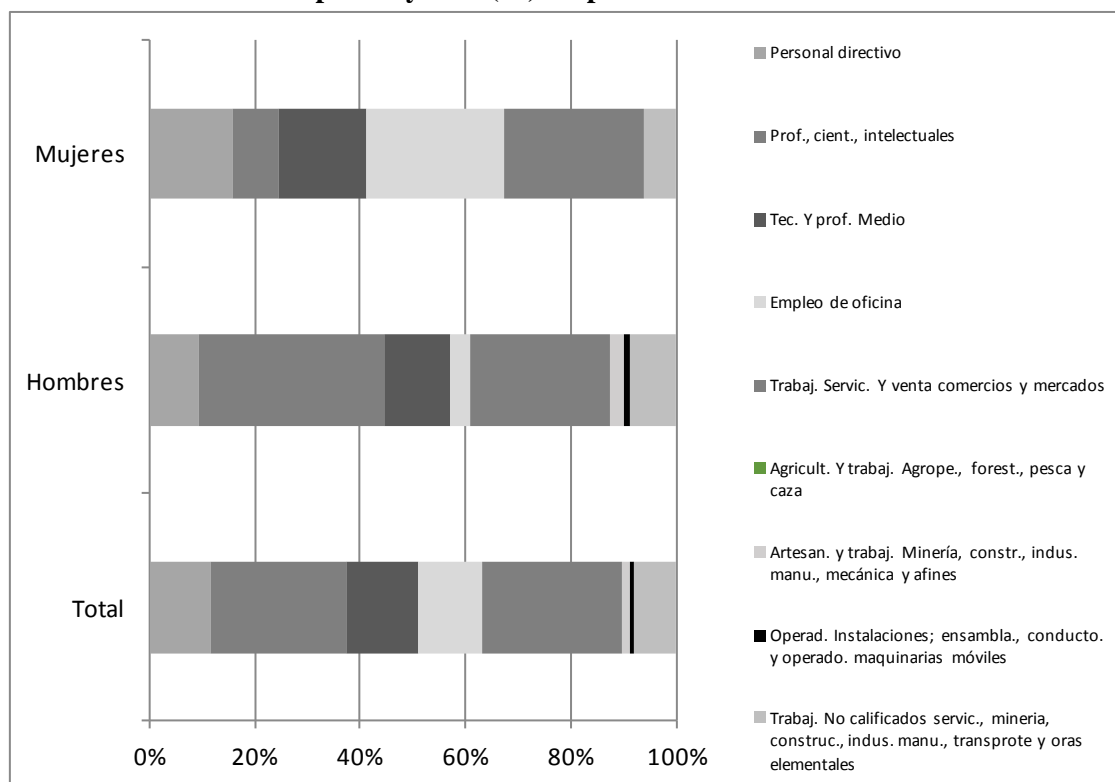
Gráfico 35. Distribución de la población ocupada en “Artes, entretenimiento y creatividad” por grupos de actividad y sexo (%). República de Panamá. 2010



Fuente: INEC, 2010

Analizando ahora el tipo de ocupación en la categoría general *arte, entretenimiento y creatividad*, se ve cómo la mayor parte de la población ocupada en ella se corresponde con trabajadores de los servicios (26%), profesionales, científicos e intelectuales (26%) y técnicos y profesiones de nivel medio (14%). Por sexos, sin embargo, sobresalen entre las mujeres las empleadas de oficina (26%) y las trabajadoras de los servicios (26%), frente a los profesionales, científicos e intelectuales (35%) y trabajadores de los servicios (27%) entre los hombres.

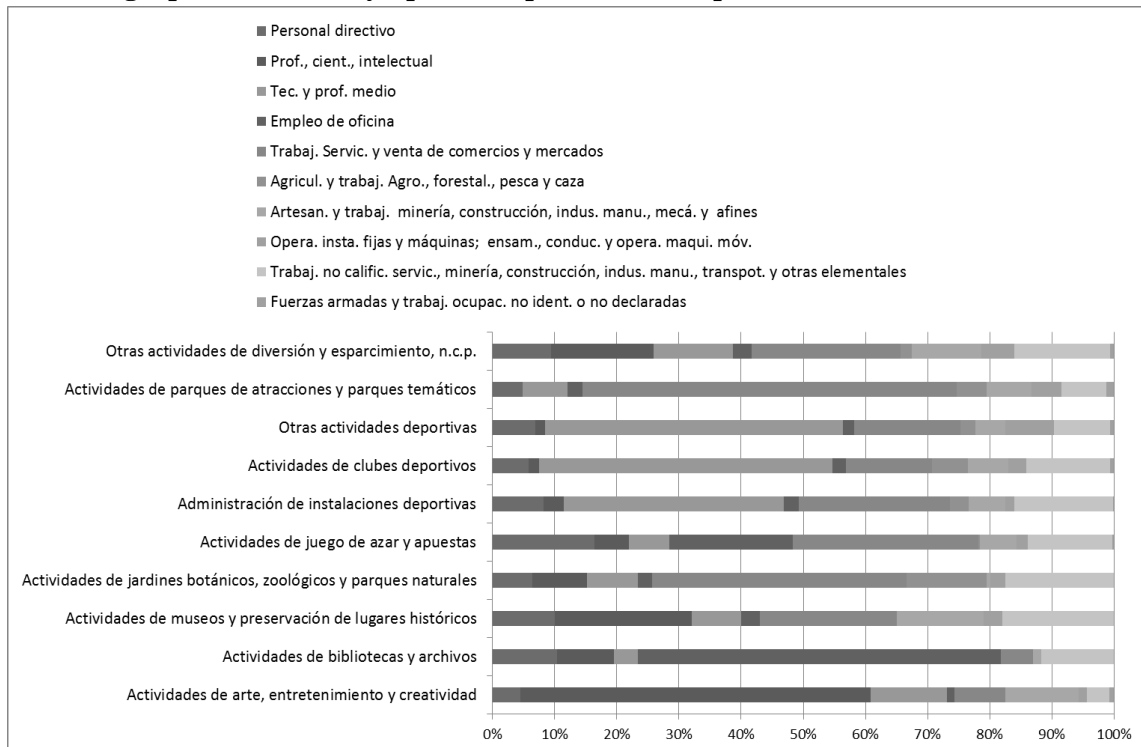
Gráfico 36. Distribución de la ocupación en “Artes, entretenimiento y creatividad” por tipo de ocupación y sexo (%). República de Panamá. 2016



Fuente INEC, Encuesta del Mercado Laboral, 2016

Ahora bien, al desagregar la categoría por grupos de actividad, retomando por tanto los datos del Censo de Población y Vivienda de Panamá (2010), se ve claramente cómo en el grupo específico objeto de este informe, el de *actividades de arte, entretenimiento y creatividad*, predomina con creces la ocupación de *profesionales, científicos e intelectuales* (con una representación del 56%) siguiéndole, muy de lejos y con un porcentaje de representación del 12%, el *personal técnico y profesional medio*, así como el de *artesanía y trabajo, construcción, industria manufacturera, mecánica y afines*. Así, puede afirmarse que, la inmensa mayoría de las personas ocupadas en el sector cultural se corresponden con perfiles profesionales.

Gráfico 37. Distribución de la ocupación en “Artes, entretenimiento y creatividad” por grupo de actividad y tipo de ocupación (%). República de Panamá. 2010



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda 2010

Por último, otro dato descriptivo de la ocupación en el sector, lo aportan los salarios. Así, según datos de la *Encuesta de Mercado Laboral* de 2016, la categoría de estudio se encuentra levemente por debajo a la media, con una mediana salarial de 645.9 Balboas²² frente a 656 del resto de la ocupación, sin que pueda inferirse, a partir de los datos disponibles, cuál es el nivel salarial concreto dentro del grupo específico de interés para el estudio (el Censo no ofrece este tipo de información).

A esto hay que añadir que los ingresos de las personas profesionales e intelectuales en la ocupación de artistas, creativos/as e interpretativos/as son los que se encuentran en la posición más baja en el ranking de los subgrupos de ocupación, con 841 balboas mensuales, que junto solo a dos categorías ocupacionales más se encuentran por debajo de los 1,000 balboas mensuales de ingresos.

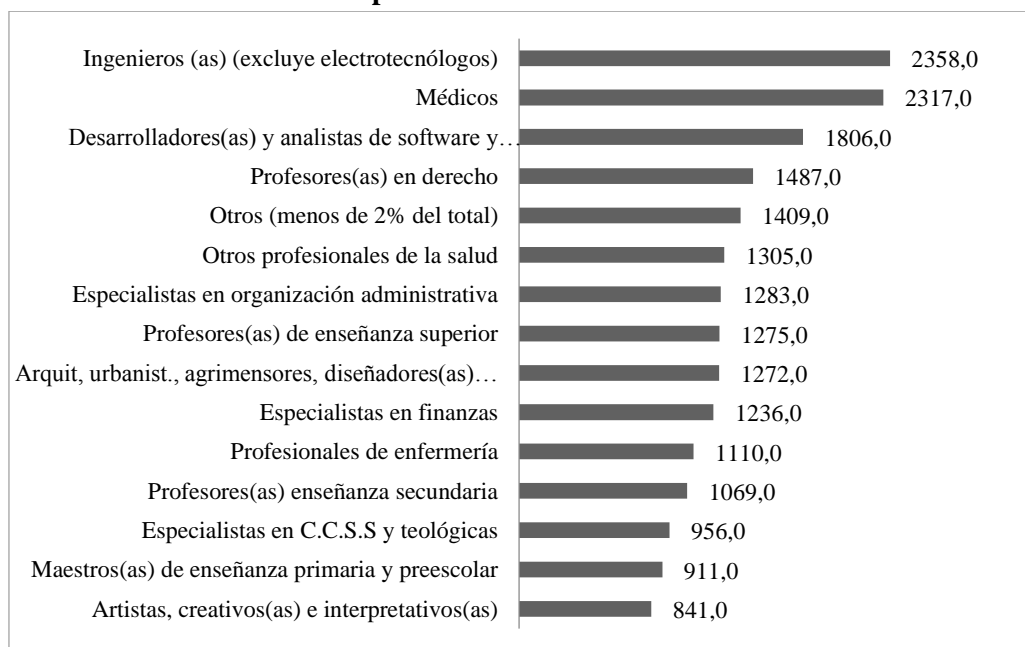
²² El balboa panameño es una divisa vinculada al dólar estadounidense, de manera que 1 PAB = 1 USD.

Gráfico 38. Mediana del salario por categoría en la actividad económica (Balboas). República de Panamá. 2016



Fuente: INEC, Encuesta de Mercado Laboral, 2016

Gráfico 39. Ingresos mensuales de profesionales, científicos e intelectuales según subgrupo de ocupación. Balboas. Panamá. 2015



Fuente: INEC, Encuesta de Propósitos Múltiples, 2015

5.2.4 Empresarialidad en el sector cultural

Una vez descritos los datos básicos sobre la ocupación en el sector, pasaré ahora a indagar el nivel de empresarialidad en el sector, al objeto de aproximarnos, de algún modo, a la actividad emprendedora en él. Para ello es necesario atender a la variable “categoría de ocupación”.

Así, la categoría predominante de ocupación en *Artes, entretenimiento y creatividad* es la de empleo en la empresa privada (55.1% sobre el total) seguido, el trabajo por cuenta propia (22.5%), las y los patronos (11.8%) y por las y los empleados del Gobierno (10.3%). La proporción de trabajo familiar es la que menos concentración de ocupación presenta.

Gráfico 40. Distribución de la población ocupada en la ocupación total y en “Artes, entretenimiento y creatividad” por categorías de la ocupación (%). República de Panamá. 2016

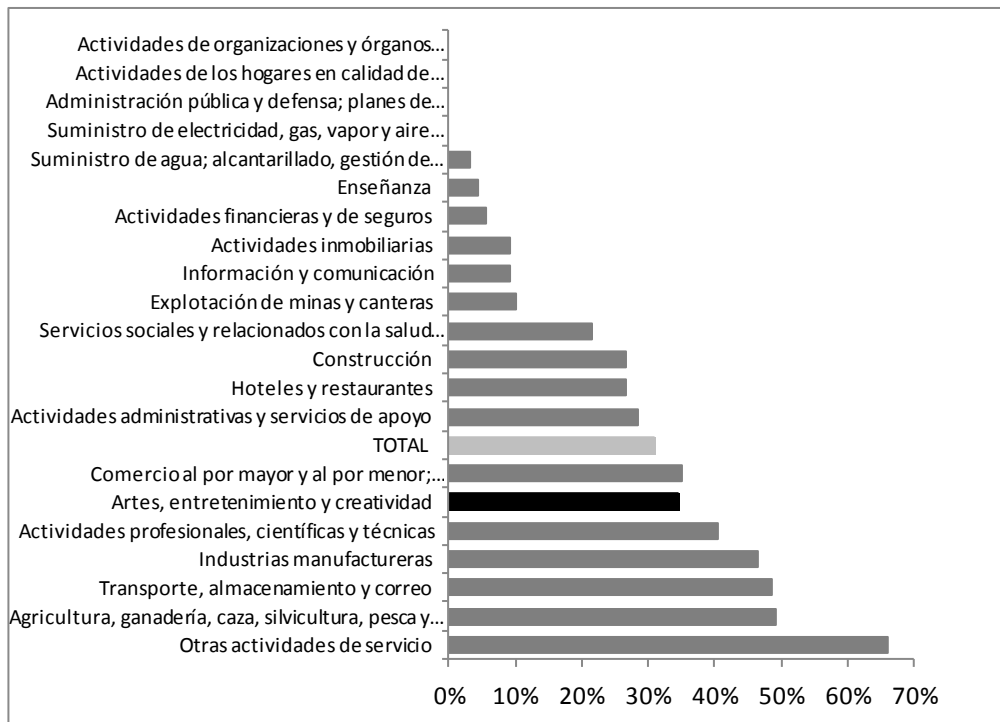


Fuente: INEC, Encuesta del Mercado Laboral, 2016

Las categorías referentes a trabajo por cuenta propia y patronos constituyen, en esencia, lo que conformaría el trabajo independiente, de interés central para este análisis.

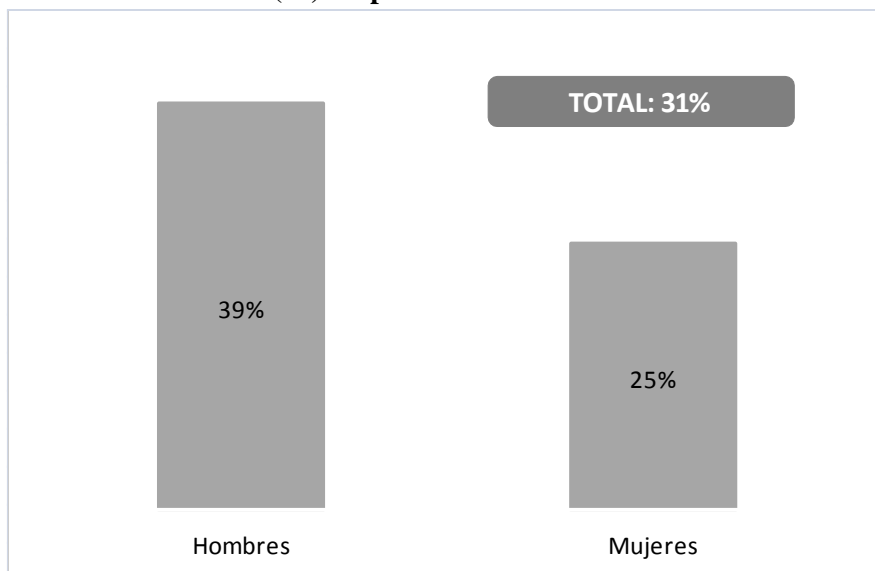
Al respecto, puede decirse que la tasa de trabajo independiente dentro de la gran categoría de *artes, entretenimiento y creatividad* (del 34%), se encuentra por encima de la media del resto de actividades económicas (31%); algo que variará, como veremos, al aislar el grupo específico que en esencia constituye las actividades culturales. El diferencial de género en esta tasa es de 14 puntos (39% en los hombres frente al 25% en las mujeres).

Gráfico 41. Tasa de actividad independiente según categoría de actividad económica (%). República de Panamá. 2014



Fuente: INEC, Encuesta del Mercado Laboral, 2016

Gráfico 42. Tasa de actividad independiente en “Artes, entretenimiento y creatividad” por sexo (%). República de Panamá. 2016

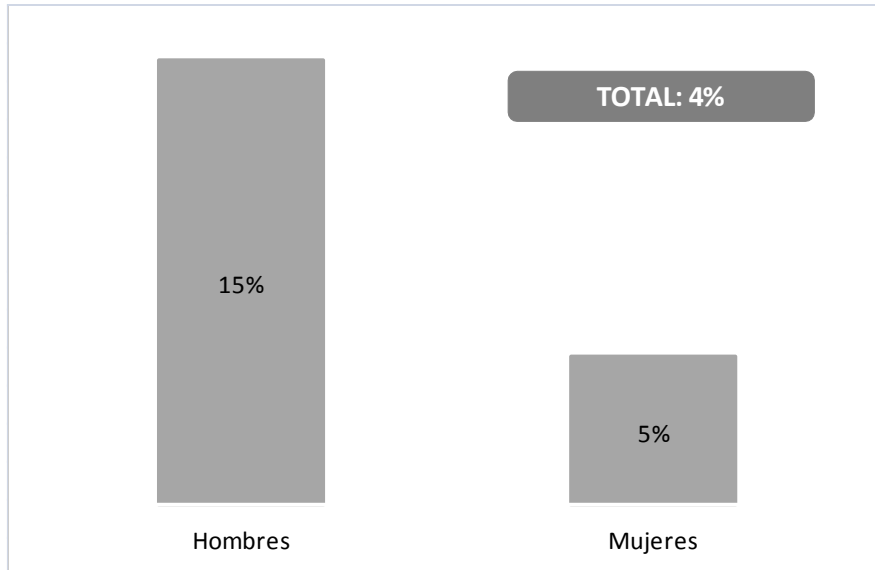


Fuente: INEC, Encuesta del Mercado Laboral, 2016

Asimismo, el grueso de la actividad independiente dentro de la categoría global de *artes, entretenimiento y creatividad* se corresponde con el empleo por cuenta propia, de manera que solo uno de cada ocho trabajadores y trabajadoras independientes en ella posee un negocio con personal empleado; en el caso de los hombres la tasa es del 15% y en el de las mujeres desciende hasta el 5%. Esta representación de los patronos y patronas, que denominamos como *Tasa de propiedad de negocio en la actividad independiente* es, no obstante, la más elevada

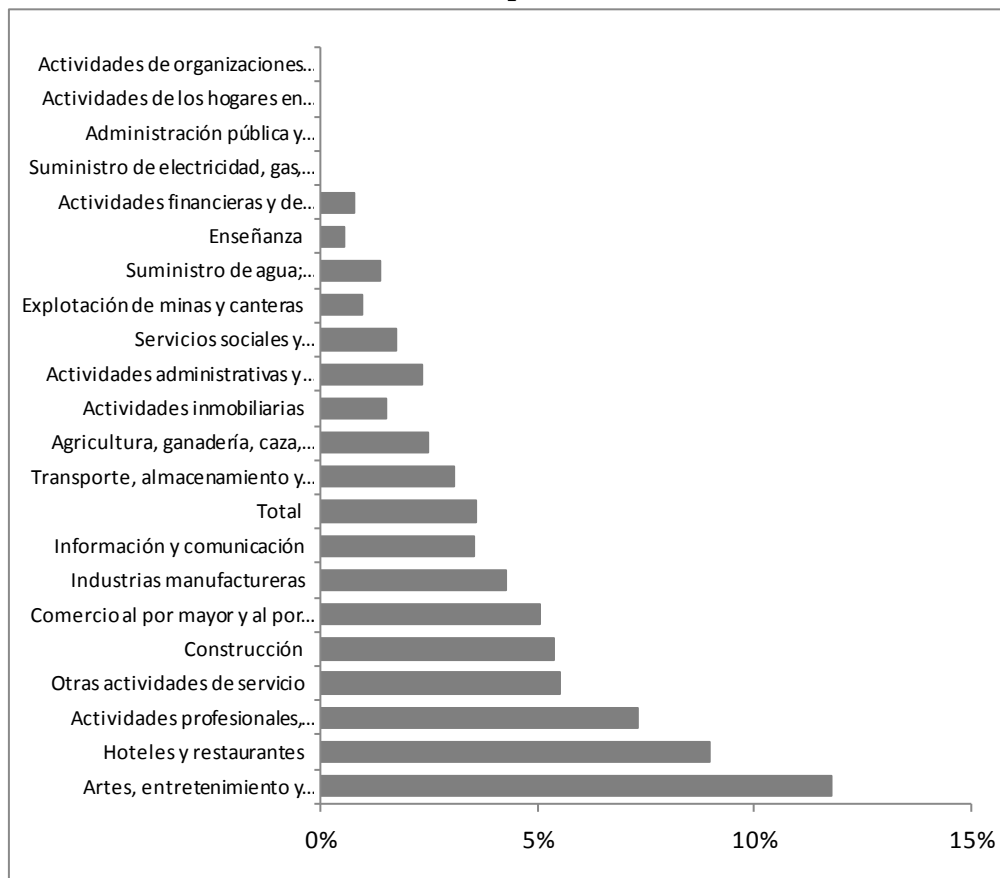
entre todas las actividades económicas (12%); situación que variará, en todo caso, al aislar el grupo específico que atañe al estudio.

Gráfico 43. Tasa de propiedad de negocio en la actividad independiente en “Artes, entretenimiento y creatividad” por sexo (%). República de Panamá. 2016



Fuente: INEC, Encuesta del Mercado Laboral, 2011)

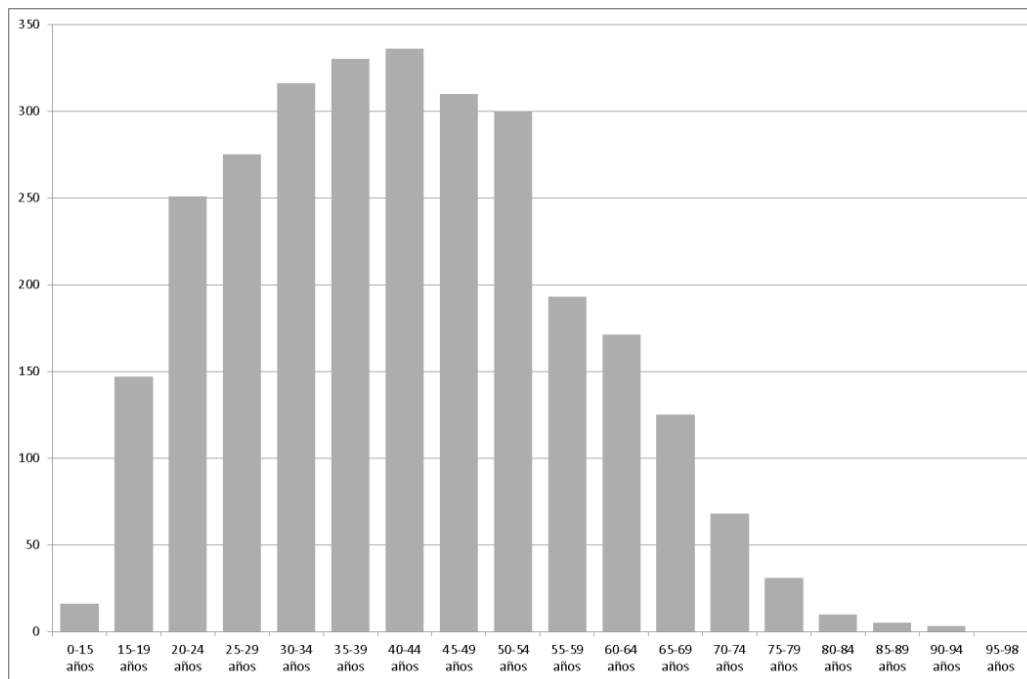
Gráfico 44. Tasa de propiedad de negocio en la actividad independiente según categoría de actividad económica (%). República de Panamá. 2016



Fuente: INEC, Encuesta de Mercado Laboral, 2016

En cuanto a las características socio-demográficas de las personas ocupadas en la actividad independiente en la categoría global de *artes, entretenimiento y creatividad*, los datos del Censo nos hablan, en primer lugar, de una población concentrada en el grupo de edad de 30 a 54 años (55%), predominando dentro de él el intervalo que va de los 40 a los 44 años (12%).

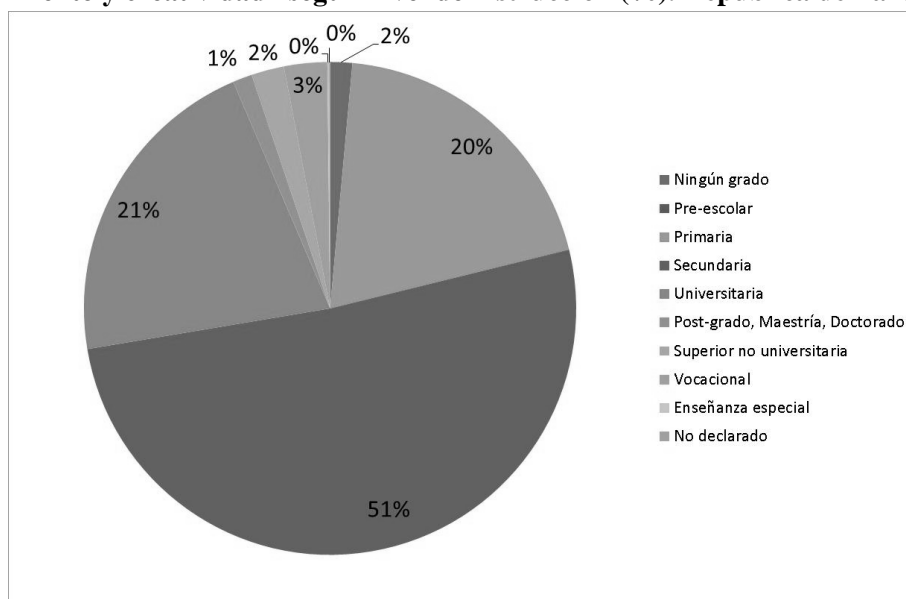
Gráfico 45. Distribución de la población ocupada en la actividad independiente “Artes, entretenimiento y creatividad” según grupos de edad (Valores absolutos). República de Panamá. 2010



Fuente: Elaboración propia a partir del Censo de Población y Vivienda de Panamá, INEC (2010a)

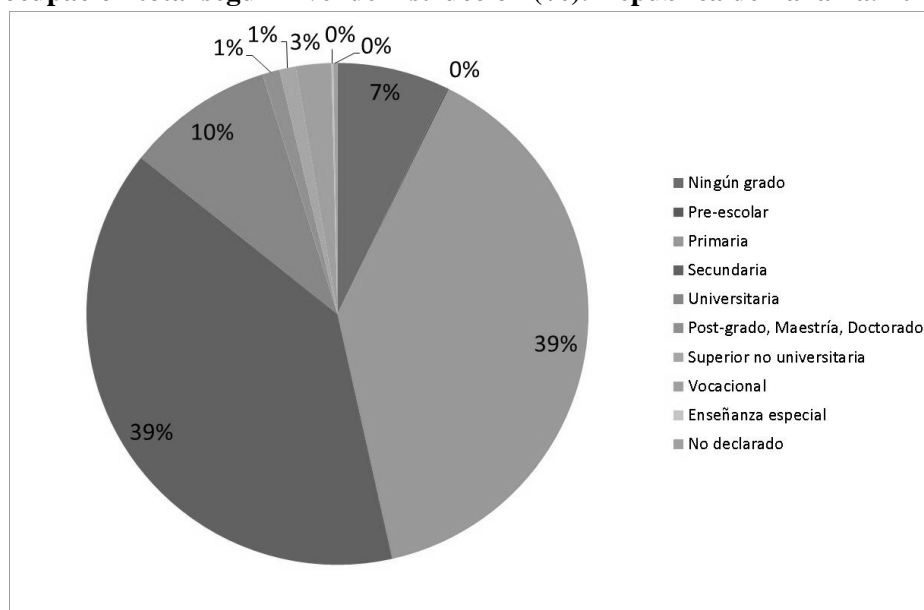
En cuanto al nivel de instrucción, la gran mayoría (51%) posee un nivel educativo de secundaria seguido, prácticamente en igual proporción, por personas universitarias (21%) o con grado de primaria (20%). Si se comparan estos datos con los registrados en el conjunto de la ocupación, puede inferirse un nivel educativo superior entre las y los profesionales ocupados en actividades independientes dentro del sector cultural, en relación con en el resto de actividades económicas, en donde la representación de personas con estudios superiores apenas alcanza el 12% del total.

Gráfico 46. Distribución de la población ocupada en la actividad independiente en “Artes, entretenimiento y creatividad” según nivel de instrucción (%). República de Panamá. 2010



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda, 2010

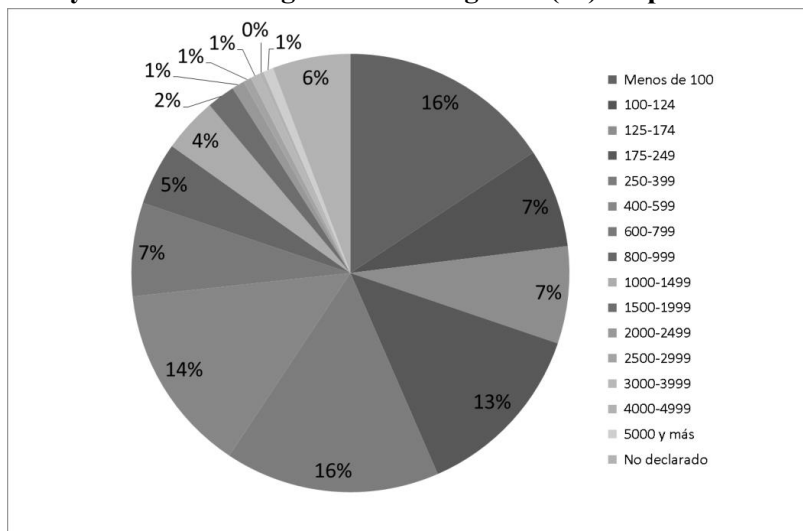
Gráfico 47. Distribución de la población ocupada en la actividad independiente en la ocupación total según nivel de instrucción (%). República de Panamá. 2010



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda, 2010

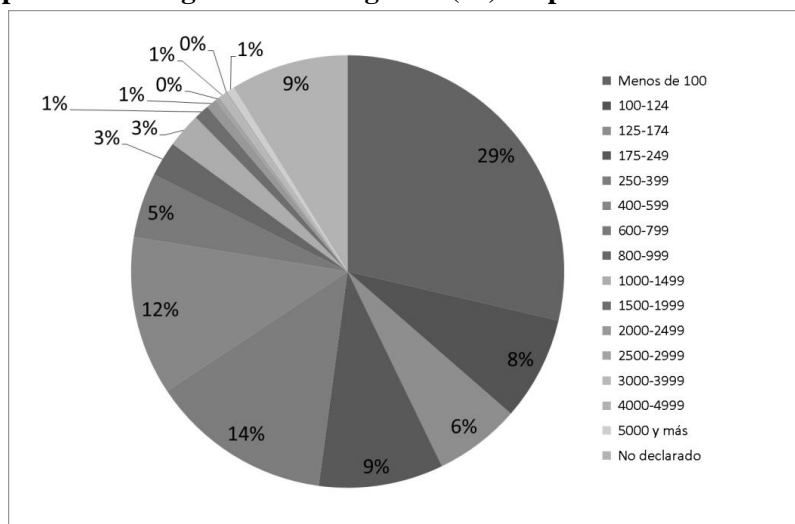
Por último, en lo que concierne al nivel de ingresos de las personas ocupadas en la actividad independiente dentro del sector cultural, parece mostrarse un nivel un tanto más elevado respecto al resto de actividades, por tanto que la representación de población con menores ingresos dentro de la categoría de *artes, entretenimiento y creatividad* alcanza solo al 16% (trabajadores independientes con ingresos inferiores a 100 Balboas), frente al 29% en la ocupación global. De hecho, entre los trabajadores y trabajadoras independientes en el sector cultural el nivel de ingresos predominante es el del grupo de 2,000 a 2,500 Balboas.

Gráfico 48. Distribución de la población ocupada en la actividad independiente en “Artes, entretenimiento y creatividad” según nivel de ingresos (%). República de Panamá. 2010



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda, 2010

Gráfico 49. Distribución de la población ocupada en la actividad independiente en la ocupación total según nivel de ingresos (%). República de Panamá. 2010



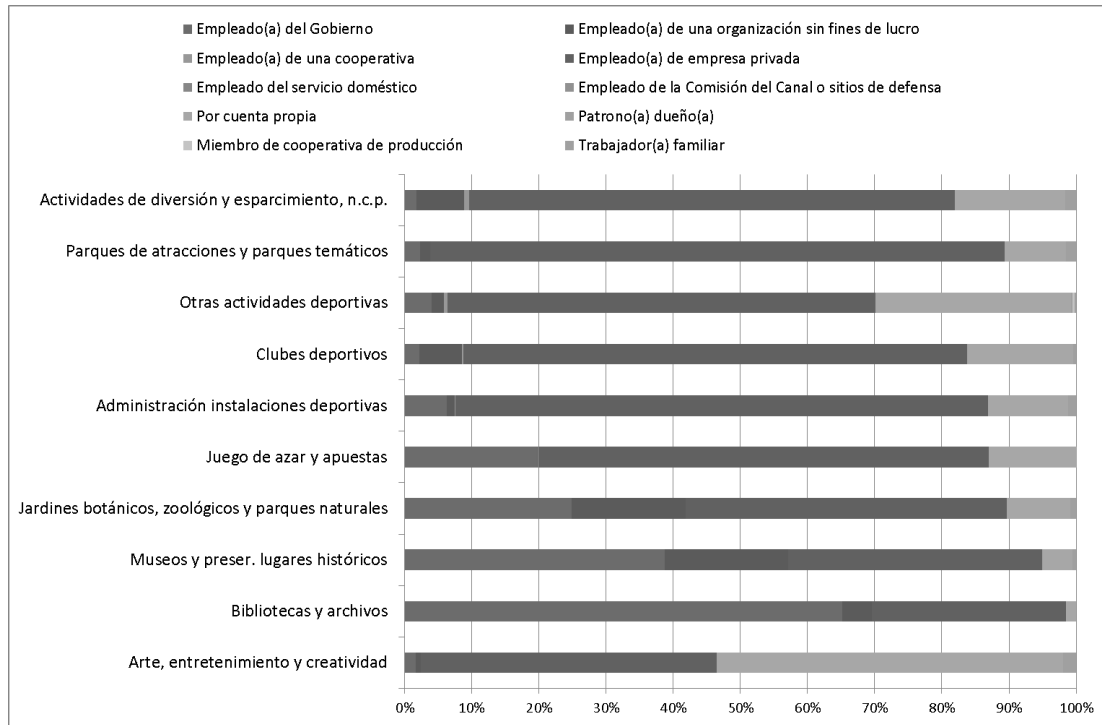
Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda, 2010

Más ¿qué es lo que sucede cuando se aíslan los datos relativos al grupo específico *artes, entretenimiento y creatividad* dentro de la categoría global? Pues, como se puede comprobar, la situación cambia significativamente.

De este modo, en primer lugar, se comprueba cómo la elevada representatividad de ocupación en la categoría “empresa privada” es debida a la división *actividades de juego de azar y apuestas* (60%), así como las *actividades de diversión y esparcimiento no clasificadas previamente* (11%). En segundo lugar, se sitúa nuestro grupo de análisis (9%), sin embargo, vemos cómo en comparación con el resto, y por tanto sobre el total, no llega a ser tan representativo. La misma situación se repite entre las y los empleados de Gobierno. La elevada representatividad de esta categoría de ocupación sobre el total de la categoría es debida a lo que representa este tipo de ocupación en el grupo de *actividades de juego de azar y apuestas*. En este caso, el peso es aún mayor, significando el 79% del total.

Sin embargo, la actividad cultural sí parece responsable de la representación de la actividad independiente sobre el total de categorías. Así, el trabajo por cuenta propia representa el 37% del total (sólo cuatro puntos por debajo del peso existente en “actividad de juegos de azar y apuestas”) y la categoría de patronos, aun siendo tan pequeña, significa el 47% sobre la categoría total.

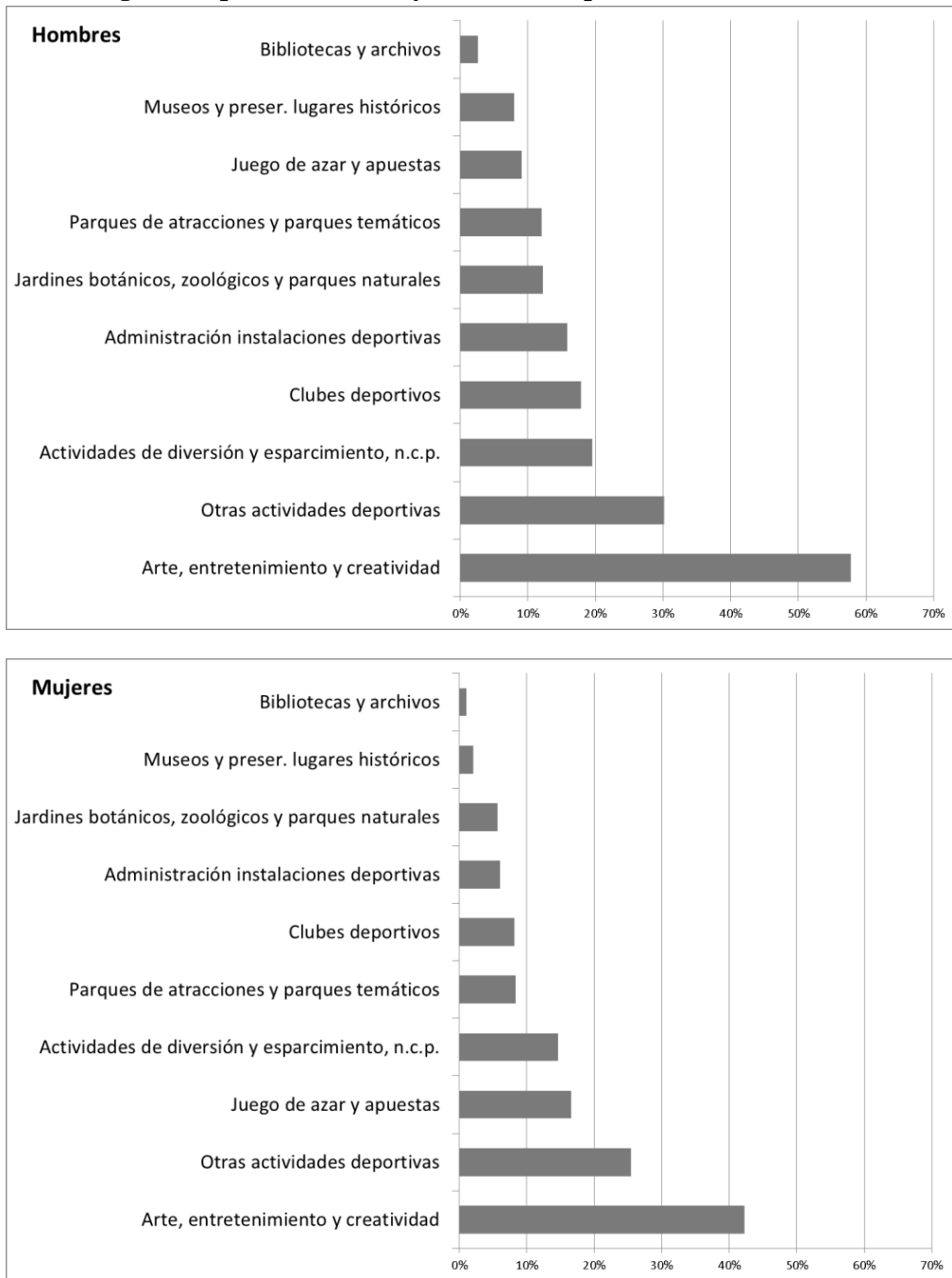
Gráfico 50. Distribución de la población ocupada en “Artes, entretenimiento y creatividad” por grupos de actividad y categorías de la ocupación (%). República de Panamá. 2010



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda, 2010

Así, aparece claramente cómo la mayor parte de la población ocupada en el grupo específico de artes, entretenimiento y creatividad se corresponde con trabajadores independientes, sobre todo entre los hombres, con unas tasas de actividad independiente que rondan casi el 60% de la población ocupada.

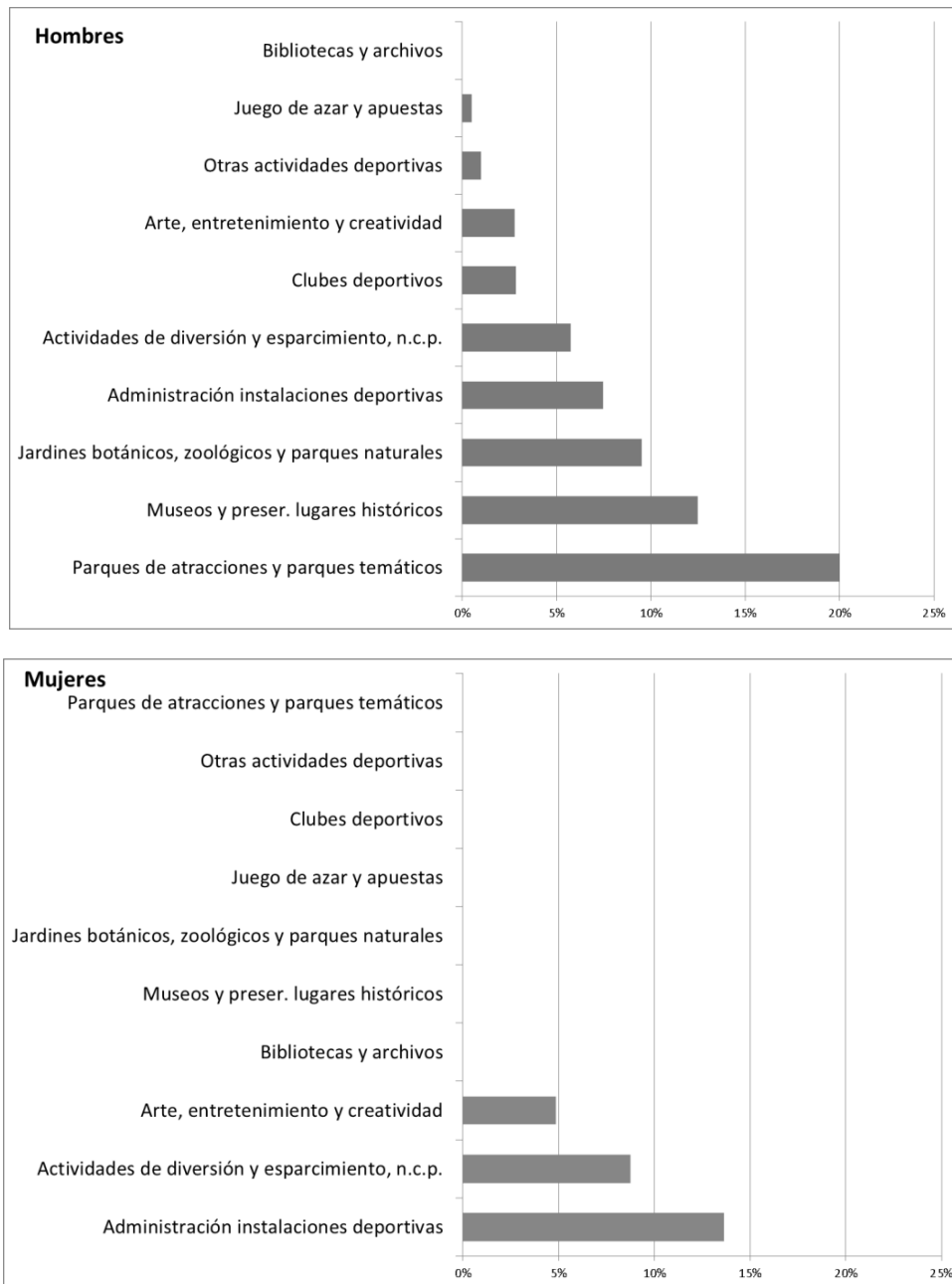
Gráfico 51. Tasa de actividad independiente en “Artes, entretenimiento y creatividad” según Grupo de Actividad y sexo (%). República de Panamá. 2010



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda, 2010

Al mismo tiempo se evidencia que, dentro de este grupo, apenas existe representación de patronos y patronas, con unas tasas de propiedad de negocio en la actividad independiente bastante inferiores al resto de grupos de actividad.

Gráfico 52. Tasa de propiedad de negocio en la actividad independiente en “Artes, entretenimiento y creatividad” según grupo de actividad y sexo (%). República de Panamá. 2010



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda, 2010

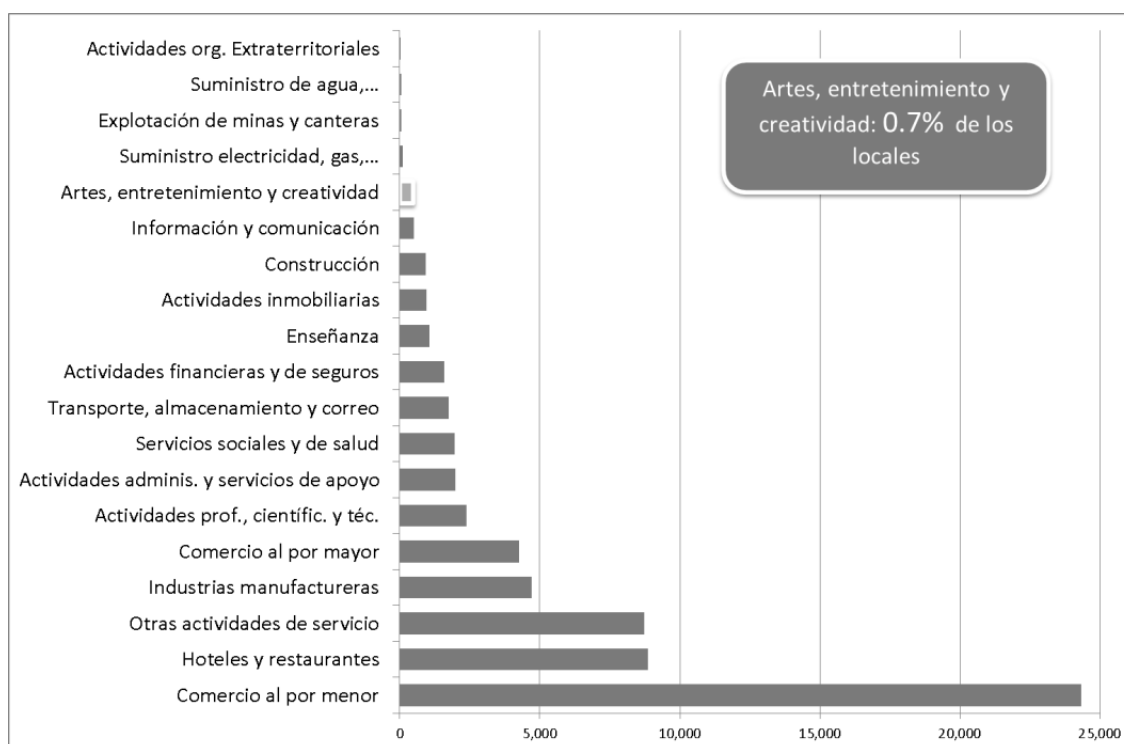
En definitiva, puede afirmarse que, en términos de situación ocupacional, las actividades que en esencia constituyen el sector cultural presentan unas **altas tasas de trabajo independiente**, particularmente de trabajadores y trabajadoras empleados por cuenta propia.

5.2.5 Empresas del sector cultural

Por último, en este apartado, se indagará en los datos disponibles sobre las empresas del sector cultural. Para ello, acudiré al *Directorio de Empresas y Locales de Actividades Económicas del INEC*, cuya información más reciente, referida al año 2009, se presenta desglosada según área de localización geográfica, nivel de categoría, división, grupo, clase y subclase, de acuerdo a la Clasificación Industrial Nacional Uniforme de todas las Actividades Económica.

Según esta fuente, nuestra categoría de estudio *artes, entretenimiento y creatividad*, no se caracteriza precisamente por una elevada presencia de locales. Los mismos representan el 0,7%, sobre el total, lo cual va a influir en la representatividad de otras variables como la distribución de ingresos totales, las remuneraciones pagadas o el número de personal empleado.

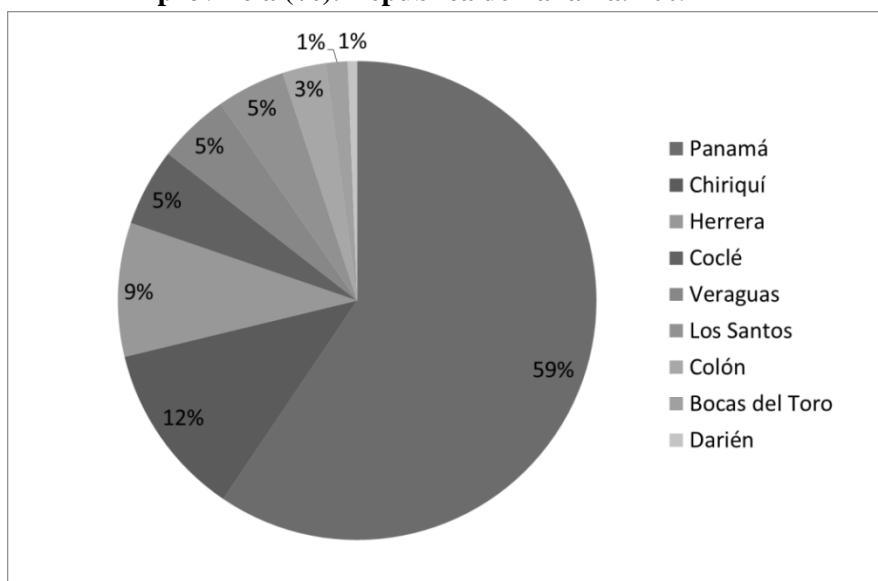
Gráfico 53. Distribución de locales según categoría de actividad económica (Valores absolutos). República de Panamá. 2009



Fuente: INEC, Directorio de Empresas y Locales de Actividades Económicas, 2009

Por provincias, el grueso de los locales se ubica en Panamá (59), seguidos de Chiriquí (12%) y Herrera (9%).

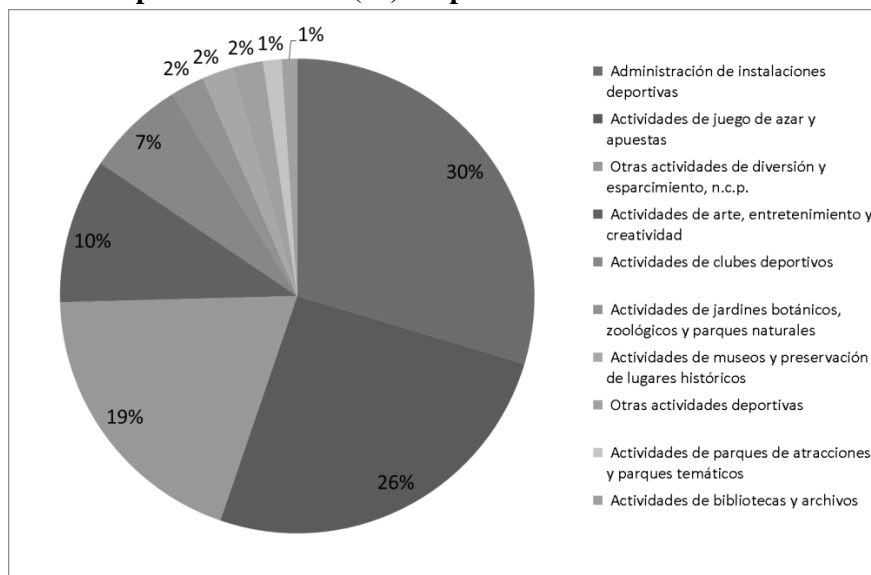
Gráfico 54. Distribución de locales de “Artes, entretenimiento y creatividad” por provincia (%). República de Panamá. 2009



Fuente: INEC, Directorio de Empresas y Locales de Actividades Económicas, 2009

La mayor parte de estos locales se corresponden con negocios para el desarrollo de actividades de *administración de instalaciones deportivas* (30%), *actividades de juego de azar y apuestas* (26%) y *otras actividades de diversión y esparcimiento* (19%). Los locales dedicados, en esencia, a negocios relacionados con *actividades de arte, entretenimiento y creatividad* representan uno de cada diez dentro de la gran categoría global.

Gráfico 55. Distribución de locales de “Artes, entretenimiento y creatividad” según Grupos de Actividad (%). República de Panamá. 2009

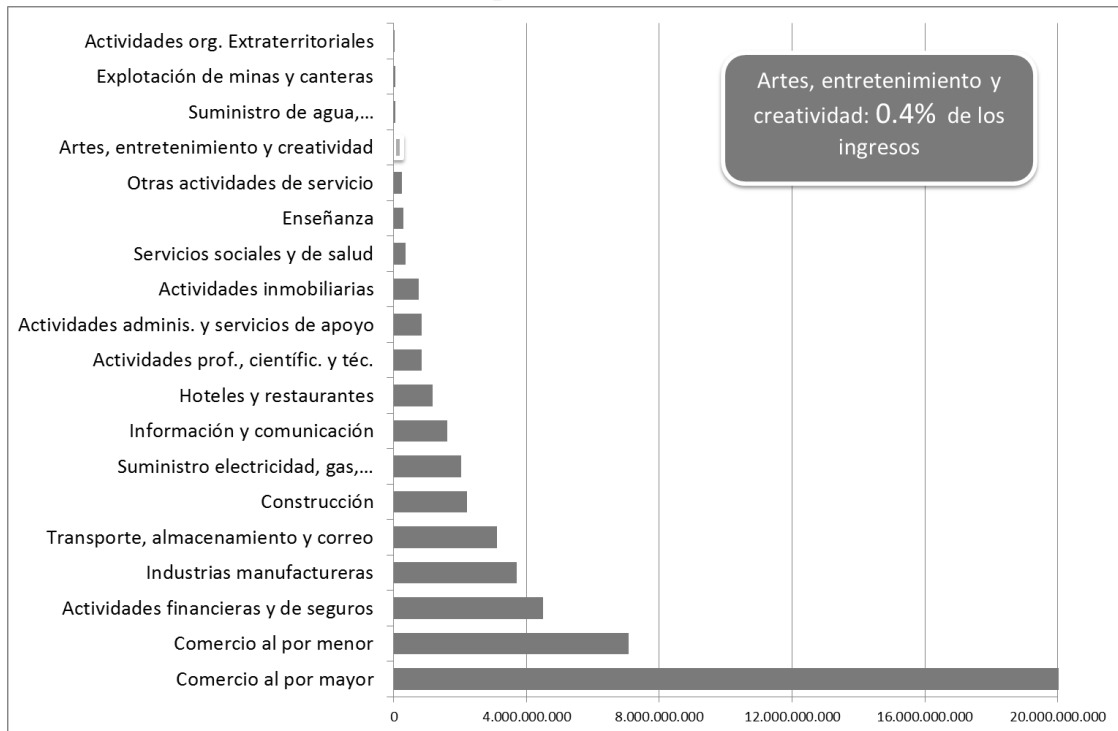


Fuente: INEC, Directorio de Empresas y Locales de Actividades Económicas, 2009

Como ya ha sido señalado, la escasa representación de los locales de *arte, entretenimiento y creatividad* en relación al resto de actividades económicas, se traduce en una ínfima representación en lo que respecta a otras variables. Así sucede, por ejemplo, con el valor de los ingresos obtenidos en el desarrollo de las actividades llevadas a cabo en estos locales. Durante

el año de referencia (2009) el total de ingresos obtenidos en los locales de nuestra categoría de estudio, apenas significaron un 0.4% del total de ingresos.

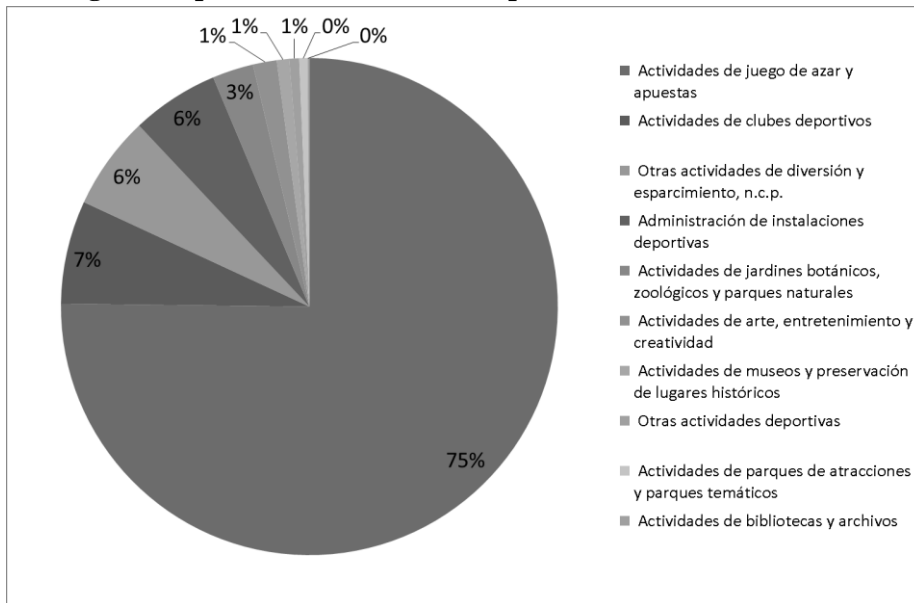
Gráfico 56. Distribución de ingresos totales según categoría de actividad económica (Balboas). República de Panamá. 2009



Fuente: INEC, Directorio de Empresas y Locales de Actividades Económicas, 2009

Dentro de este 0.4%, la contribución del grupo de actividad específico que aglutina las actividades en esencia culturales, apenas fue del 1%. La inmensa mayoría de los ingresos (el 75%) provenían de las actividades de juegos de azar.

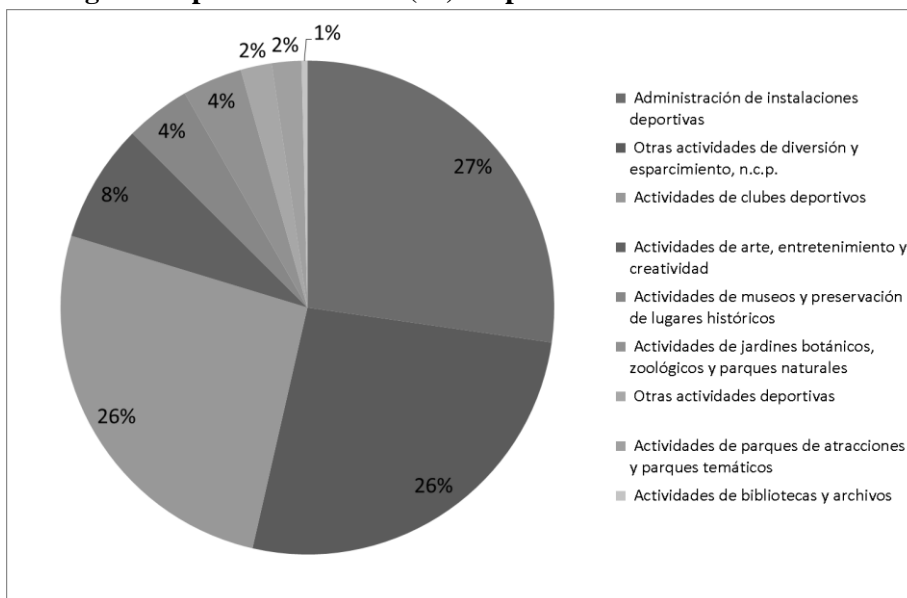
Gráfico 57. Distribución de ingresos totales en “Artes, entretenimiento y creatividad” según Grupos de Actividad (%). República de Panamá. 2009



Fuente: INEC, Directorio de Empresas y Locales de Actividades Económicas, 2009

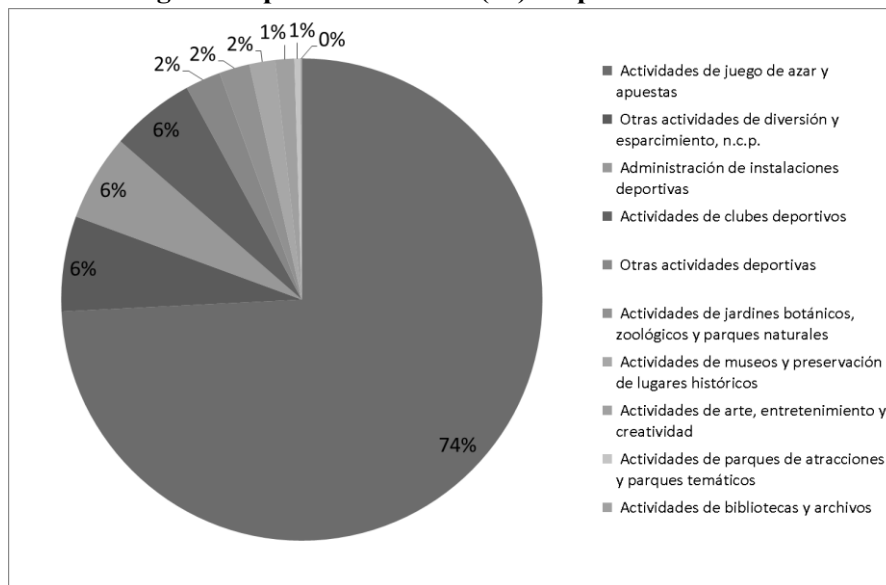
Esta baja representación de ingresos del grupo de actividad *artes, entretenimiento y creatividad* dentro de la categoría global también se refleja en términos de remuneraciones pagadas (pues absorbe el 1% de las remuneraciones de la categoría global) y, en menor medida, en personal empleado (con un 8% del personal empleado).

Gráfico 58. Distribución del personal empleado de “Artes, entretenimiento y creatividad” según Grupos de Actividad (%). República de Panamá. 2009



Fuente: INEC, Directorio de Empresas y Locales de Actividades Económicas, 2009

Gráfico 59. Distribución de remuneraciones pagadas en “Artes, entretenimiento y creatividad” según Grupos de Actividad (%). República de Panamá. 2009



Fuente: INEC, Directorio de Empresas y Locales de Actividades Económicas, 2009

Por tanto, si en términos de ocupación el sector cultural concentraba alrededor del 0.9% de la ocupación total (considerando la categoría global de *artes, entretenimiento y creatividad* en su conjunto, siendo muy inferior si se tiene en cuenta el grupo específico que aglutina en “esencia” las actividades culturales), desde el punto de vista de la dimensión empresarial la representación rondaría el 0.7% de los locales y el 0.4% de los ingresos (con una contribución muy poco significativa, de nuevo, del grupo específico dentro de estas cifras).

5.2.6 Recapitulación

La complejidad de la información estadística presentada a lo largo de este apartado se resume seguidamente, a modo de recapitulación, rescatando los aspectos más reseñables.

Aproximar la dimensión económica de la cultura en Panamá no es tarea fácil porque a día de hoy todavía no existe una Cuenta Satélite de la Cultura. No obstante, las fuentes estadísticas disponibles por parte del INEC y estudios específicos realizados permiten acercarse todavía tímidamente y de forma desarticulada a la realidad de los datos de la cultura en Panamá.

Comenzando con la situación de la cultura en América Latina, el PIB cultural representaría en torno al 2.02% del total en América Latina, con países como Bolivia y Paraguay a la cabeza del ranking con un PIB cultural superior al 3%.

Con respecto a la situación de la cultura en Panamá con relación a los países de su entorno, si bien Panamá se ha situado hasta hace muy poco entre los países que (supuestamente) se encuentran a la cabeza de la región en el peso de la denominada economía naranja (o, lo que es lo mismo, de las industrias basadas en el copyright o las de derechos de autor), con una contribución del 6.4% al PIB y un 3.2% del empleo total (WIPO, 2009), hay que señalar que estos datos han demostrado falta de consistencia.. Un análisis en profundidad de esta fuente y de la metodología y los datos utilizados para obtener dichas estimaciones, realizado por la autora, concluye que la combinación entre los criterios establecidos por WIPO para definir este tipo de industrias, junto a la metodología aplicada para calcular el peso en la economía de cada

una de sus actividades, la carencia de muchos datos relevantes y el tiempo transcurrido desde la obtención de las cifras utilizadas permiten afirmar que estas no reflejan la realidad actual del sector en Panamá. A esto se añade, más allá de las limitaciones de esta fuente específica, que la escasa y dispersa información disponible sobre el sector cultural panameño tampoco pareciera avalar su relevancia en el conjunto de la economía y tampoco en términos comparativos con otros países.

De hecho los datos más relevantes que se desprenden de la revisión de los estudios y encuestas disponibles, en comparación con los países latinoamericanos, se concretan en:

- El gasto público en cultura ascendió en Panamá a 25 millones de dólares en 2013, cifra bastante alejada de países de su entorno, con tamaño similar, como puede ser Costa Rica, cuya inversión pública en cultura fue casi el triple (casi 68.7 millones).
- Panamá se encuentra bastante alejada de la media iberoamericana de gasto público *per cápita* en cultura (19 millones de dólares), con 6.5 millones de dólares. Se encuentra detrás de Costa Rica (14.1 millones de dólares), pero destaca sobre países que despuntan por su PIB cultural (dígase el caso de Colombia o Argentina, con gastos *per cápita* inferiores, 2.6 y 4.1 millones de dólares, respectivamente).
- Escaso gasto cultural que destina Panamá sobre el total del gasto público: un 0.20%, frente al 0.58% de la media iberoamericana. En América Latina solamente dos países (Honduras y Paraguay) destinan una proporción inferior de su gasto público a cultura.
- Las importaciones de bienes y servicios culturales representarían el 7.6% de las importaciones totales en Panamá, destacando entre los valores alcanzados en la mayoría de los países latinoamericanos. Sin embargo, sorprende la evolución llevada a cabo, pasando de importar en el año 2009 el 1.3 % sobre el total de las importaciones, a conseguir un porcentaje del 7.6 en 2013; de ahí que surjan dudas sobre el grado de consistencia de los datos como una de las hipótesis probables de esta evolución.
- Con respecto a las exportaciones culturales panameño, también destaca de forma sorprendente la evolución experimentada desde el periodo 2008-2009; en la que el valor de las exportaciones culturales en Panamá fue de en torno a los 400.000 dólares, pasando en el periodo 2011-2012 a los 238 millones de dólares en exportaciones de bienes culturales (el 8.3% de las exportaciones totales panameñas), posicionando, nuevamente al país, en los primeros puestos del ranking latinoamericano (cuando en 2009 se situaba a la cola del mismo, con un 0.05% de exportaciones de bienes y servicios culturales). Estos datos estarían reflejando un avance espectacular, que sin embargo no es confirmado ni por otras cifras ni por el resultado de las entrevistas con agentes clave del sector.
- Con respecto al empleo cultural, Panamá se sitúa en la media de las posiciones en el ranking de los países latinoamericanos, con un 1.2% de su población ocupada en actividades culturales, un 0.9% en actividades auxiliares y un 2.5% en otras actividades relacionadas.
- Al mismo tiempo, Panamá se encuentra entre los países con mayor proporción de empleo público en el sector cultural, con casi un 20%, sólo superada por México, República Dominicana y Venezuela.
- Otro dato relevante a la hora de analizar la economía cultural de los países, que va de la mano del gasto en cultura, es el consumo cultural. Conocer las tendencias de consumo de la población ayuda a conocer mejor las fuerzas del mercado e identificar déficits y oportunidades de mejora en los bienes y servicios culturales. Sin embargo, la

Encuesta Latinoamericana de Hábitos y Prácticas Culturales, que es la mejor fuente de información comparada que permite inferir los patrones de consumo cultural de los países de la región, no incluye a Panamá "Por incongruencias evidentes en los datos reportados, se decidió no incluir a Panamá y República Dominicana".

- Ahondando en los escasos datos comparativos disponibles sobre hábitos y prácticas culturales, en lo que se refiere a la lectura, Panamá se sitúa a la cola de los países de América Latina como el país en el que menos libros se leen a lo largo del año (2 por persona/año, la mitad del promedio regional, con datos referidos a 2013).
- En cambio, con respecto a Internet, El número de usuarios(as) de Internet en Panamá creció un 11% en el último año, cifra que supera el promedio regional; La penetración de internet en el país es de 53% de la población total, lo que equivale a poco más de dos millones de personas (43% del total lo hacen a través de teléfonos móviles); Las y los usuarios panameños se destacan en los siguientes usos de Internet, en comparación al promedio continental: uso de redes sociales, publicación de fotos y videos, consulta de avisos foto clasificados, descargas de música y videojuegos, comunicaciones de voz (VoIP) y transmisión de videos en *streaming*; Panamá se ubica por debajo del promedio regional en operaciones de comercio electrónico, gobierno electrónico y consumo de noticias; Las plataformas sociales más populares en Panamá son Facebook (90% de los usuarios), YouTube (87%) y Twitter (52%).
- Los datos del indicador *Country Rep Trak*, que considera a la cultura en términos de su peso en la imagen de los países, señalan que los cinco países con mayor reputación en el mundo en 2015 son, por este orden, Canadá, Noruega, Suecia, Suiza y Australia, superando todos ellos los 76 puntos. La media global es de 56.3. Panamá se encuentra un poco debajo de ese promedio, con 53.2 puntos, estimándose como media/moderada en relación al resto y, en general, con una consideración bastante positiva en aquellos aspectos "duros" que definen la confiabilidad de un país a la hora de tener un acercamiento o asentarse en él (infraestructuras, seguridad, estabilidad, conectividad, etc.). De hecho, Panamá ocupa el octavo lugar, entre los países latinoamericanos, en reputación para la ciudadanía de los países del G-8, subiendo al quinto puesto entre los países de Latinoamérica. Si atendemos a los atributos de Panamá, entre la ciudadanía del G-8 se valoran positivamente aspectos como la seguridad, la ética y la transparencia, la economía, el entorno institucional y político, y el uso eficiente de los recursos, entre otros; en la parte negativa, la cultura se sitúa a la cabeza de los atributos peor valorados, seguida del ocio y entretenimiento, el entorno natural y la amabilidad y simpatía de la gente. Y desde la perspectiva latinoamericana, Panamá permanece a la cabeza de los atributos positivos la seguridad, la ética y la transparencia, el uno de los recursos, el entorno económico, etc. También se mantiene, en este caso, con una puntuación que dobla la perspectiva de los países del G-8, la cultura como el aspecto peor valorado del país; destaca asimismo la incorporación a la clasificación del sistema educativo y la calidad de los productos y servicios.

Estos datos ponen en tela de juicio, como antes se ha señalado, que Panamá pueda situarse en una posición hegemónica en cuanto al peso de sus industrias culturales sobre el conjunto de la economía, según señalaba el estudio de WIPO (2009). A ello se añade, para terminar de justificar y avalar las críticas de la autora con respecto a la parcialidad de los resultados del documento del WIPO y la falta de consistencia de los datos del 6.4% del peso de las industrias culturales sobre el peso de la economía panameña, los resultados del reciente estudio *Industrias Creativas Culturales en Panamá: Diagnóstico del Sector y Relevancia Económica* (BID e

INDESA, 2017). Este documento ofrece de forma determinante para apoyar las prevenciones de la autora sobre la fiabilidad de las cifras de 2009, además de argumentos semejantes a los ya indicados por parte de la autora sobre las estimaciones del informe WIPO, los resultados de la estimación de la contribución económica de las industrias creativas en Panamá en términos de producción, valor agregado, número de empresas y población ocupada, así como de su impacto multiplicador en la economía en su conjunto, con base en la definición de industrias creativas o *economía naranja* proporcionada por el BID en 2013, que moderan la importancia de las industrias creativas en el total de la economía panameña. Los datos se resumen en:

Peso de las industrias creativas sobre la producción, el VAB:

- En el 2011 se produjeron B/. 797 millones y se registró un valor agregado bruto (VAB) de B/. 376 millones en bienes y servicios culturales, representando así el 2.9% de la producción total y 3.1% del VAB total de las empresas no financieras ni agrícolas de ese año. Estos valores fueron más elevados que los correspondientes en las actividades de silvicultura, pesca, suministro de agua y saneamiento, minería, enseñanza y servicios relacionados con la salud humana.
- La mayoría de la producción y del VAB de las industrias creativas se concentró en las industrias culturales convencionales (especialmente en las actividades editoriales y audiovisuales) y en las creaciones funcionales, nuevos medios y software (en su mayoría en los servicios de publicidad), que en conjunto representaron el 70% y el 65.9% respectivamente de la producción y el VAB total de las industrias creativas.
- En términos comparativos, el sector de las industrias creativas fue el noveno y décimo sector más importante en la producción y en la generación de valor agregado, respectivamente, de un total de 19 sectores económicos (excluyendo las actividades financieras y las agrícolas).

Peso de las industrias creativas en términos de empresas:

- En 2014 hubo 545 empresas con cinco y más personas empleadas dentro de las industrias creativas, el 6.0% del total de empresas no financieras ni agrícolas de ese año. La mayoría de las empresas se concentraron en las creaciones funcionales, nuevos medios y software (39.8%) y las industrias culturales convencionales (29.9%). De igual modo, respecto a las actividades individuales, las actividades de diseño (17.1%), editorial (18.2%) y turismo y patrimonio cultural material e inmaterial (15.6%) representaron la mayoría.
- En comparación al resto de los sectores económicos, las industrias creativas fueron el sexto sector con mayor número de empresas asociadas, sólo superado por las actividades de mayor importancia en el PIB (transporte, comercio y construcción), y los hoteles y restaurantes y las industrias manufactureras.

Peso de las industrias creativas en términos de empleo:

- Las industrias creativas emplearon 58,142 personas o 4.4% del total de la población ocupada en el año 2010. El grupo de actividades de creaciones funcionales, nuevos medios y software fue uno de los más importantes en la población ocupada (el 44.2% del total), seguido del grupo de área de soporte para la creatividad (el 27%).
- La población ocupada tuvo una menor diversificación en las actividades de las industrias creativas; más de la mitad estuvo ocupada en tres actividades: la educación

creativa (26.4%), el diseño (19.8%) y la moda Prêt-à-porter (16.8%). Por otro lado, respecto al resto de sectores económicos, las industrias creativas fueron, al igual que en la producción, el décimo de mayor importancia para la economía.

Importancia del comercio exterior de las industrias creativas:

- En Panamá, las industrias creativas exportaron \$91 millones de dólares de bienes y servicios en el año 2015, representando alrededor del 0.3% del total de exportaciones de Panamá en ese año. Las exportaciones de servicios creativos representaron más del 93% del total de exportaciones creativas.
- Las importaciones de bienes y servicios creativos alcanzaron los \$599 millones de dólares o 2.2% de las importaciones totales. A diferencia de las exportaciones, la mayoría de las importaciones creativas fueron de bienes (81% de las importaciones creativas), siendo las importaciones de diseño las de mayor importancia.
- Por lo tanto, las industrias creativas nacionales muestran un déficit comercial con el resto del mundo de B/. 508 millones.

Multiplicador de las industrias creativas sobre la economía:

- Con datos del año 2011, el "Multiplicador" total para las industrias creativas fue 1.3 (en términos de Valor Agregado Total o PIB), lo que significa que por cada dólar de producción de bienes y servicios de industrias creativas se genera un dólar treinta de impacto en la economía general. Por lo tanto, si se multiplica la producción de las industrias creativas, que fue de \$829 millones de dólares en el 2011, el efecto o impacto económico sobre la economía total sería de \$1,077 millones de dólares ese año. Esto sería equivalente a 3.1% del Producto Interno Bruto en el 2011.

En cuanto a las estadísticas del INEC para medir la cultura en Panamá, lo primero que hay que señalar que, desde el punto de vista de las actividades económicas, las actividades culturales se enmarcan en la categoría *arte, entretenimiento y creatividad*, que incluye una amplia gama de actividades culturales, de esparcimiento y recreación para el público general, incluyendo funciones en vivo, gestión de los museos, juegos, deportes y actividades recreativas y que, a su vez, clasifica la información en divisiones, grupos y actividades. Agrupaciones bastante amplias que claramente provocan una pérdida de la perspectiva cultural a favor de otras actividades como el juego de azar y apuestas o las deportivas, de diversión y esparcimiento que también se incluyen en la categoría. A esto se añade la ausente segregación y descripción de cada una de las divisiones y, específicamente, de la que nos ocupa: *actividades de arte, entretenimiento y creatividad* que, siendo tan amplia, no se subdivide en ninguna categoría posterior (como podría ser cine, música, teatro, etc.) perdiendo valiosa información acerca de los subsectores culturales.

En este contexto, los principales datos que se obtienen con relación a la actividad económica *actividades de arte, entretenimiento y creatividad* se concretan en:

Empleo:

- En 2017, 16,939 personas de 15 años y más (54% hombres y 46% mujeres) están ocupadas en la categoría de actividad económica clasificada como *artes, entretenimiento y creatividad*, lo cual representa un 0.9% sobre el total de población ocupada, comparable con la representatividad de las *actividades inmobiliarias* (1.0%)

o por delante de otras categorías como *suministro de agua y alcantarillado* (0.6%), *suministro de electricidad y gas* (0.4%) o *explotación de minas y canteras* (0.2%).

- Se han producido caídas en la población ocupada masculina de más de un 9% en los años 2016 y 2017, a lo que se suma las variaciones en la población ocupada femenina, que pasó de un decrecimiento del -29.5% en 2016 a un remarcado rebote del 57.6% en 2017; esto pone de manifiesto una importante recuperación de las mujeres ocupadas en esta actividad en el último año, en tanto que un descenso continuado en los dos últimos años de los hombres dedicados a
- Por subsectores, y con datos de 2010, el 58% de personas ocupadas en esta actividad se concentraba en la división *juegos de azar y apuestas*, seguido por el 13% en la división *arte, entretenimiento y creatividad*, que incluye actividades propias del presente objeto de estudio, a saber, actividades de las "*artes dramáticas, la música, la producción de presentaciones de teatro en vivo, conciertos, producciones de ópera, danza y otros*". En comparación con los hombres, las mujeres están sobrerrepresentadas en el grupo de actividad de *juegos de azar y apuestas* (69% frente al 49%) y *bibliotecas y archivos* (3% frente al 1%), en detrimento del grupo *actividades de arte entretenimiento y creatividad* (9% frente al 17%) o en las *actividades deportivas, de diversión y esparcimiento* (16% de mujeres frente al 30% de representación masculina).
- La mayor parte de la población ocupada en *arte, entretenimiento y creatividad* se concentra en trabajadores de los servicios (26%), profesionales, científicos e intelectuales (26%) y técnicos y profesiones de nivel medio (14%). Por sexos, sobresalen entre las mujeres las empleadas de oficina (26%) y las trabajadoras de los servicios (26%), frente a los profesionales, científicos e intelectuales (35%) y trabajadores de los servicios (27%) entre los hombres.
- Por ocupaciones dentro de esta actividad económica, predomina la ocupación de *profesionales, científicos e intelectuales* (con una representación del 56%), seguido de lejos por el *personal técnico y profesional medio* (12%), el de *artesanía y trabajo, construcción, industria manufacturera, mecánica y afines*. Así, puede afirmarse que, la inmensa mayoría de las personas ocupadas en el sector cultural se corresponden con perfiles profesionales.
- En cuanto a salario, la actividad de *arte, entretenimiento y creatividad* tiene una mediana salarial de 645.9 Balboas, algo inferior a la media 656 del conjunto de la ocupación.

Empresarialidad:

- La categoría predominante de ocupación en *artes, entretenimiento y creatividad* es la de empleo en la empresa privada (55.1% sobre el total) seguido, el trabajo por cuenta propia (22.5%), las y los patronos (11.8%) y por las y los empleados del Gobierno (10.3%).
- La tasa de trabajo independiente (trabajadores/as por cuenta propia y patronos/as) es del 34%, por encima de la media del conjunto de actividades económicas (31%). Por género, esta tasa alcanza el 39% en los hombres frente al 25% en las mujeres.
- La representación de los patronos y patronas, o *Tasa de propiedad de negocio en la actividad independiente*, en el caso de los hombres es del 15% y en el de las mujeres desciende hasta el 5%. No obstante, es la más elevada entre todas las actividades económicas (12%).

Características sociodemográficas:

- Con datos de 2010, la mayoría de la población ocupada en la actividad de *artes, entretenimiento y creatividad* se concentra en el grupo de edad de 30 a 54 años (55%), predominando dentro de él el intervalo que va de los 40 a los 44 años (12
- En cuanto al nivel de instrucción, la gran mayoría (51%) posee un nivel educativo de secundaria seguido, prácticamente en igual proporción, por personas universitarias (21%) o con grado de primaria (20%); además la proporción de personas ocupadas en esta actividad con nivel educativo superior es superior al correspondiente al conjunto de personas ocupadas en el resto de las actividades económicas.
- Respecto al nivel de ingresos de las personas ocupadas en la actividad independiente dentro del sector cultural, solo al 16% está en la categoría de ingresos más bajos (trabajadores independientes con ingresos inferiores a 100 Balboas), frente al 29% en la ocupación global. De hecho, entre los trabajadores y trabajadoras independientes en el sector cultural el nivel de ingresos predominante es el del grupo de 2,000 a 2,500 Balboas.

Actividad de *artes, entretenimiento y creatividad*:

- Elevada representatividad de ocupación en la categoría “empresa privada” debido a la división *actividades de juego de azar y apuestas* (60%) y a las *actividades de diversión y esparcimiento no clasificadas previamente* (11%).
- La actividad cultural sí parece responsable de la representación de la actividad independiente sobre el total de categorías. Así, el trabajo por cuenta propia representa el 37% del total (sólo cuatro puntos por debajo del peso existente en “actividad de juegos de azar y apuestas) y la categoría de patronos, aun siendo tan pequeña, significa el 47% sobre la categoría total. Así, la mayor parte de la población ocupada en el grupo específico de *artes, entretenimiento y creatividad* se corresponde con trabajadores independientes, sobre todo entre los hombres, con unas tasas de actividad independiente que rondan casi el 60% de la población ocupada. Al mismo tiempo se evidencia que, dentro de este grupo, apenas existe representación de patronos y patronas, con unas tasas de propiedad de negocio en la actividad independiente bastante inferiores al resto de grupos de actividad.

5.3 Subsectores culturales en Panamá

Tras el recorrido por las cifras realizado en los epígrafes anteriores, se plantea ahora realizar una panorámica de la riqueza cultural panameña, que representa la base de su economía cultural.

El apartado comienza con una aclaración importante: no se pretende, ni es posible, realizar aquí un diagnóstico de los subsectores que se engloban bajo el paraguas del sector cultural. Ni están reflejados todos ellos, ni se aporta una perspectiva completa de los sí contemplados, dada la desigual y fragmentada información disponible y no tratándose tampoco del objeto de esta investigación.

El propósito se limita a dar una visión introductoria que ayude a enmarcar mejor el conocimiento de las políticas (a las que se consagrará el apartado 5.4), las experiencias y actores

relevantes (5.5), los mecanismos de financiación (5.6) y las dificultades y oportunidades (5.7), recogiendo la información a título meramente ejemplificador.

Música

Panamá es un país con la música pegada a la piel. Es probable que no exista una manifestación tan potente y extendida de la cultura panameña como su música, en realidad sus músicas. Porque ellas acompañan la vida desde el principio hasta el final, estando presente en todos los hitos vitales de los panameños y panameñas, en sus celebraciones y dolores, en sus ritos, amores, duelos o, simplemente, en el día a día. Da igual el sector social, la procedencia o la edad: el ritmo y la melodía forman parte, de la cabeza a los pies, de su forma de estar en el mundo. Porque la música en Panamá se interpreta, canta, baila, improvisa y comparte, ya sea en su faceta de creación (o co-creación) como en la de consumo. El talento musical en Panamá se encuentra en todas partes y en todos los estratos.

Diversos tipos de géneros

La importante y variada herencia cultural panameña ha contribuido de forma notoria al desarrollo de diferentes estilos musicales, que abarcan desde la llamada “música típica”, hasta las músicas tradicionales afropanameñas e indígenas (bastante menos conocidas) o, ya en su faceta más contemporánea, la salsa, el bolero, el jazz, el pop-rock, la canción de autor, el hip hop, el rap, el reggae o el omnipresente reggaetón. Todo ello sin contar con las expresiones musicales propias de la rica y variada comunidad internacional asentada en el país, que abarcan la china, norteamericana, española, árabe, colombiana, judía o griega, entre muchas otras.

Festivales panameños

Entre las expresiones más destacadas de la vida cultural panameña (y que más economía mueven) se encuentran sus fiestas y festivales. Acontecimientos periódicos que convocan a la población, atraen turistas y dinamizan el mercado cultural, además de que casi siempre son producto de la labor de emprendedoras y emprendedores culturales, ya sean públicos o, principalmente, privados. En conjunto, abarcan todo tipo de manifestaciones: música típica, jazz, salsa, rock, pop, techno, etc.

Algunos de los que merecen una mención destacada son:

Folklore

Festival Nacional de la Pollera

Instituido oficialmente mediante el Decreto Ejecutivo del 22 de julio de 1957 y a través de la Ley N. 50 del 24 de noviembre de 1961. Se realiza el 22 de julio de cada año, con las fiestas patronales de Santa Librada, en la Ciudad de Las Tablas, Los Santos.

Se constituye como uno de los eventos más importantes de folklore nacional cuyo objetivo principal es recalcar el traje nacional panameño, promover su uso y destacar el trabajo de las personas artesanas que lo confeccionan.

Carnavales

Celebrado desde principios de 1900, esta gran fiesta comienza en los cuatro días antes del Miércoles de Ceniza. Está considerada la festividad más importante del año, por su elevada

participación y la espectacularidad de los disfraces, carrozas y presentaciones folklóricas que se llevan a cabo. Los carnavales se festejan durante cuatro días y cinco noches, en dos zonas geográficas: los Carnavales de las provincias centrales y los de la Capital, que comienzan a adoptar una propia identidad.

Festival de la Mejorana (<http://www.festivalnacionaldelamejorana.org/>)

Este Festival se celebra desde hace más de 50 años en el pueblo de Guararé, promoviendo el folkllore panameño y protegiendo las costumbres de los pueblos del interior del país. En el festival se realiza una representación de los bailes y expresiones musicales autóctonas, incluyendo presentaciones musicales, concursos, bailes folklóricos, canto de décimas, corridas de toros, desfile de carretas de bueyes, bailes populares y demás expresiones artísticas.

Festival del Manito (<http://www.atp.gob.pa/eventos/festival-del-manito-1>)

Una de las festividades folklóricas importantes que se realizan en Panamá, más concretamente en Ocú (provincia de Herrera). En este evento se representan las costumbres autóctonas realizadas por el campesino del siglo pasado, siendo esas costumbres recogidas por los educadores de la zona y siendo rememoradas en el Festival del Manito.

Festival del Toro Guapo (<http://www.festivaltoroguapo.org/>)

Festival Folklórico Panameño de raíces españolas realizado en el distrito de Antón (Coclé). La festividad del Toro Guapo nació en 1964 con la intención de dar a conocer las costumbres y rasgos folklóricos de la región antonera, constituyéndose como una fiesta de danzas, desfiles, concursos, bendición y pelea de los toros frente a la iglesia, entre otras variadas actividades artísticas y de entretenimiento.

Músicas de pueblos indígenas y afrodescendientes

Festival de Arte Dule (<http://festivaldeartedule.com/>)

La segunda edición del Festival de Arte Dule - realizado el 8 de agosto de 2015 en el marco del Día Internacional de los Pueblos Indígenas- es una iniciativa en conjunta de la Comunidad de Artistas Gunas, Fundanas Ngäbe-Bugle y la Organización de Jóvenes Emberas-Wounaan de Panamá.

El festival se constituye como un espacio sociocultural para la convivencia, fomento, difusión e interacción de los visitantes nacionales y extranjeros. Al evento acuden artistas representativos de los pueblos indígenas locales y extranjeros que participan, junto al resto de visitantes, en presentaciones artísticas en tarima, exposiciones de artes visuales, pintura, artesanía, gastronomía, literatura, danza tradicional y elementos informativos con pertinencia cultural de los pueblos indígenas. Los objetivos generales del festival son:

- Fortalecer la identidad cultural de los pueblos indígenas a través de la convivencia sociocultural.
- Contribuir al interés de la población indígena y no indígena por las artes indígenas.
- Reivindicar los derechos de los pueblos indígenas del mundo, en el marco del Día Internacional de los Pueblos Indígenas, establecido por la ONU.
- Reconocer la identidad indígena panameña, como elemento representativo de la nacionalidad.

Además de las representaciones artísticas como la danza, música, artesanía y moda de cada pueblo, se ofertan una docena de platos típicos de los pueblos originarios Emberá Wounaan, Guna y Ngäbe Buglé.

Festival de Diablos y Congos (<http://www.diablosycongos.net>)

Celebrado en la localidad de Portobelo, en el caribe panameño, es un evento de aporte cultural y turístico bienal cuya tradición se remonta a la época de la esclavitud durante la colonia. Se lleva a cabo un espectáculo a cargo de agrupaciones de congos, diablos, músicos y cantantes originarios de diferentes pueblos.

Se representa una burla a los Reyes españoles en el que los participantes adoptan diferentes papeles. El baile tiene un argumento en el que los personajes que representan a los congos pelean contra el “Diablo”. Algunas de las expresiones culturales que pueden observarse en esta festividad son las habilidades, destrezas y creaciones en máscaras, vestuarios, danzas y cantos.

En los últimos años se alterna con el Festival de la Pollera Conga, cuyo propósito es destacar este traje y realzar el protagonismo de las mujeres, a diferencia de lo que sucede con el festival de diablos y congos, protagonizado fundamentalmente por hombres.

Otros tipos de música

Panamá Jazz Festival (<http://www.panamajazzfestival.com/>)

Fundado por Danilo Pérez en el año 2003, se trata de un festival de jazz con categoría internacional. En su undécima edición acudieron más de 25,000 personas. El Panamá Jazz Festival se compone de clínicas musicales (clases de música) durante la semana impartidas por músicos profesionales nacionales e internacionales, además de múltiples conciertos en diferentes partes de la Ciudad de Panamá.

En su edición 2018, el Panamá Jazz Festival acogió en su programación educativa unas 90 actividades, con talleres musicales (piano, batería, voz, bajo, contrabajo, trompeta, saxofón, guitarra, trombón o vibráfono), ensayos abiertos, sesiones informativas con universidades artísticas del extranjero, folclore, composición, improvisación, industria digital de la música, paneles, simposios y un intercambio de música clásica. Esta oferta ha sido la mayor cifra de actividades dentro del programa educativo, debido al incremento de la participación de estudiantes; una participación que osciló entre 250 y 800 personas durante los inicios del festival, y ahora promedia los 4 mil participantes desde 2015.

Musicalion (<http://musicalionpty.com/>)

En pocos años (desde 2012), el festival Musicalion se ha consolidado como un referente en la oferta cultural de los veranos de la capital panameña. Realizado en el Parque Omar, consiste en una serie de cinco grandes espectáculos a lo largo de cinco días que fusionan artes escénicas (teatro, danza) y música (clásica, sinfónica, rock, salsa, etc.) en una sola tarima, con el propósito de hacer accesible una oferta cultural variable y de calidad al conjunto de la población. En él participan alrededor de ciento cincuenta artistas, el 90% panameños. Su realización está a cargo de la Fundación Aria, presidida por el barítono y embajador cultural Ricardo Velázquez, junto a un reconocido grupo de productores, artistas y empresarios del sector.

Festival MUPA y África en América de la Alcaldía de Panamá
(<https://www.facebook.com/Festival.MUPA/>)

Auspiciados por el actual equipo municipal a cargo de la Alcaldía de Panamá, han logrado convertirse en un eje de la dinamización de la vida cultural de la ciudad. El primero nace en 2015 con el propósito de ser una ventana de exposición para los músicos panameños emergentes (rock, reggae, root, bandas latinas...) y, al mismo tiempo, dar a conocer el talento de artistas multidisciplinarios en el país, mientras que el segundo ofrece, desde 2017, una amplia programación de cine, música, literatura, danza, gastronomía, etc. sobre las culturas afrodescendientes panameñas. Ambos movilizan cada año a una gran cantidad de artistas de la ciudad y de fuera de ella, contribuyendo a crear mercado. En 2018 arranca también *MASSIVA*, primer festival municipal de música pop.

Festival Latinoamericano Gas Pimienta

Este festival -enfocado sobre todo en la música rock- cumple diez años en 2018 y, a lo largo de esta década, ha conseguido movilizar a muchas bandas nacionales e internacionales, convocando a más de 500 jóvenes. Se celebra en la ciudad de Chitré (a unas dos horas y media de la capital), gracias a un grupo de músicos panameños que lo promueven con gran esfuerzo.

Festival de Música Antigua de Panamá (<https://www.musicaantiguapanama.com/>)

Este festival, dedicado al barroco, ha cumplido en 2018 su cuarto año de vida con el propósito de *“recuperar y difundir el vasto patrimonio musical iberoamericano y atraer un público diferente al habitual de las salas de conciertos, con el acento puesto en los más jóvenes”*. El programa, promovido por un equipo de gestores culturales, se mantiene gracias al patrocinio algunas instituciones públicas y privadas, junto al apoyo de programas de intercambio cultural de los países participantes (España, México...) y de organismos que apoyan y promueven la circulación y conocimiento de la creación y producción musical de la región Iberoamericana. Se celebra en la capital -durante el verano- en plazas, iglesias y museos de la ciudad, acompañándose también por clases y talleres de interpretación histórica, canto e instrumentación.

De lo anterior, puede deducirse que:

- Hay un predominio de festivales dedicados al folklore, concentrándose su celebración en las provincias centrales.
- De un modo reciente, se ha producido una gran eclosión de festivales asociados a otros tipos de música, que se llevan a cabo mayoritariamente en la capital. Se trata de una oferta de elevada calidad.
- Estos últimos se llevan a cabo con el impulso de músicos, gestores y productores musicales privados, que obtienen los fondos necesarios a través de distintas fuentes. Caso excepcional es el del actual equipo de gobierno de la Alcaldía de Panamá.

En el encuentro de “Trama, Industria de la Música”, organizado por la Fundación Ciudad del Saber celebrado en mayo de 2018,²³ gestores de algunos de estos festivales expusieron las dificultades de gestión y financiación de estas actividades, que salen adelante gracias al -utilizando sus propias palabras- “gran esfuerzo y sacrificio de los promotores”, “sueño y deudas”, y “subir y bajar escaleras, tocar puertas, ayúdenme en esto”. Con todo, cada año continúan siendo escaparate del excepcional talento musical panameño, pese a que en años

²³ <http://trama.ciudadelsaber.org/>

como el actual, otros acontecimientos (Mundial de Fútbol o la Jornada Mundial de la Juventud, que se celebrará en Panamá a principios de 2019) están suponiendo una sangría en los patrocinios que tenían comprometidos. Puro amor al arte, no cabe duda.

Sin embargo, estos festivales dinamizan la economía de la música y podrían hacerlo mucho más si se consolidaran como parte del posicionamiento de Panamá como un circuito turístico-cultural.

Economía de la música

Queda claro, pues, que esta riqueza cultural -de una manera u otra- alimenta las economías locales. Veamos, en primer lugar, los datos económicos de la industria de la música, gracias a la información suministrada en el reciente estudio titulado "La Industria de la Música en Panamá" (Stanziola, y Vernaza., 2017), que se complementará con experiencias directas de miembros del equipo de trabajo de la agenda del Encuentro de Trama organizado por la Fundación Ciudad del Saber y Tikal²⁴. Señalar que dicho estudio, promovido y financiado por dicha Fundación, representa el primer intento de aportar una mirada sistemática sobre un subsector clave de la economía cultural panameña.

Visión panorámica de la industria musical en el mundo

Los cambios acaecidos en los últimos veinte años, con la revolución digital, han influido particularmente en la evolución seguida por la industria de la música a nivel mundial. Los costes de la creación y producción musical se han reducido considerablemente como resultado del abaratamiento de software de producción musical, equipos de grabación y fibras ópticas. La promoción y distribución de música grabada ha dejado de favorecer los productos físicos por los digitales, mientras que las descargas de música están siendo reemplazadas por servicios de transmisión o *streaming*. A esto se añade que las y los consumidores tienen cada vez menos interés en pagar por tener música permanentemente, pero más en disposición a pagar por tener acceso temporal a ella desde sus teléfonos inteligentes, computadoras y carros.

Todo ello ha ocasionado efectos muy significativos a la baja sobre el valor comercial de esta industria. El año 1999 fue el último en el que la industria reporta que la totalidad de sus ingresos provinieron de ventas de "productos físicos" como CDs, frente al año 2016, en el cual, de los \$15,700 millones de ingresos, solo un 34% vinieron de ventas de productos físicos y un 50% de ventas digitales. En este mismo periodo los ingresos de la industria disminuyeron un 34%. Tras estos datos, no obstante, se encuentran no solo los efectos de los cambios tecnológicos; así, por ejemplo, el cine, que está enfrentando los mismos retos que la música, tuvo un crecimiento de sus ingresos a nivel mundial de un 67% entre 2000 y 2016.

La industria de la música no ha sabido aprovechar las oportunidades de estos cambios estructurales en el proceso de creación, producción, promoción y distribución y, en su lugar, las grandes compañías se centraron durante años en aumentar las barreras de acceso a sus productos existentes, apostando por la sobrevivencia de la tecnología cada vez más en declive. Este vacío redujo los costes y facilitó la entrada a la industria a un grupo de actores periféricos más diversos y dispuestos a asumir el riesgo de explorar las posibilidades comerciales que la nueva

²⁴Se realizaron entrevistas en el marco de la presente investigación a miembros del equipo de trabajo y – particularmente- del conversatorio, como parte de la agenda del Encuentro de Trama organizado por Ciudad del Saber y Tikal Ideas, realizado el 17 de septiembre de 2015, a cuyos participantes deseamos realizar un reconocimiento especial. Se trata de los siguientes: Yigo Sugasti, Nina Tissera, Christian García, Ricky Ramírez y Sergio Cortés.

tecnología brindaba. Todo ello se ilustra con algunos ejemplos: aumento de los profesionales independientes (en el año 2003, 880 músicos/as estaban contratados/as por las grandes compañías musicales en Estados Unidos y solo 300 trabajaban para compañías independientes, mientras que en 2016, las cifras se invirtieron: 250 trabajaban para las grandes compañías y 880 para las independientes); surgimiento en los primeros años del presente siglo de una gran variedad de proyectos de negocios digitales para cargar y descargar; organización de una gran diversidad y número de conciertos, festivales y eventos de música en vivo, sin apoyo de las grandes corporaciones y en cuya financiación han entrado organismos internacionales / sector público / compañías de discos independientes / diseñadores de videojuegos (por ejemplo, para 2017 se programaron más de 390 conferencias, encuentros y mercados de la música alrededor del mundo).

A pesar de todos estos cambios y la entrada de nuevos actores, la industria muestra un alto nivel de concentración, con tres compañías disqueras controlando el 69% del mercado de música grabada y el 72% del mercado de *streaming* en 2016. El resto del mercado es compartido por las más de 20,000 compañías independientes a nivel mundial. En este escenario de concentración de mercado, bastante común en las industrias creativas y culturales, las primeras, con capital disponible para abastecer las necesidades y gustos de una gran cantidad de público promedio, consiguen economías de escala con la consiguiente reducción de los costes por unidad, mientras las nuevas tecnologías de comunicación les permiten seguir creando productos "fórmula", pero con la sensación de brindar una experiencia personalizada. Junto a aquellas, una gran cantidad de pequeñas compañías se diversifica para satisfacer las necesidades y gustos de un grupo reducido de clientes más selectos y fuera del promedio, generando la necesidad de trabajar en alianzas de distribución con las grandes compañías disqueras.

En América Latina, productores musicales y gobiernos están potenciando una red regional de apoyo a la circulación de músicos bajo la forma de mercados de la música, entre los que cabe citar: Bogotá Music Market en Bogotá (Colombia), Circulart en Medellín, (Colombia), Fimpro en Guadalajara (México), Fluvial en Valdivia (Chile), Music Trade Tour and Music Gateway en Santiago y Valdivia (Chile), Buenos Aires (Argentina) y Porto Alegre y Sao Paulo (Brasil), SIM, Sao Paulo (Brasil) o Vive Latino en Toluca (México). Esta apuesta tiene un reflejo en el crecimiento de los ingresos experimentados por esta industria en los años recientes, siendo América Latina la región del mundo que, por séptimo año consecutivo, arroja el mayor crecimiento de ingresos de música grabada (+12%) y 31.2% anual en productos digitales, debido sobre todo a los ingresos provenientes del *streaming*. En ese sentido, se aprecia que las discográficas están apostando por el desarrollo de contenidos locales (mediante la creación de alianzas) que contribuyan a aprovechar el tirón comercial que ofrece Latinoamérica.

La industria de la música en Panamá

En cuanto al potencial del mercado panameño de la industria de la música, algunos datos indican que: el público panameño es omnívoro, "escuchar música" es la actividad preferida entre las y los adolescentes, con un 71% de ellos reportando hacerlo diariamente; entre los cuales un 67% utilizan sus *smartphones*, *tablets* y ordenadores principalmente para ver videos musicales; Los consumidores más jóvenes, entre 13 a 24 años, son los que asisten en mayor medida a conciertos de música en vivo; Con respecto al número de veces que una canción ha sido tocada en la radio (*playcount*), 4 de los 5 artistas más sonados en Panamá en el 2016 son panameños, según la lista de las canciones más tocadas en la radio de BMAT, de los cuales tres pertenecen al género de música típica; los 20 artistas más escuchados acapararon el 20% del

playcount en radio en 2016 y el otro 80% se lo repartieron entre más de 2,000 artistas locales e internacionales; El canal de YouTube de Panama Music, una compañía de música independiente del género reggaetón, es el más visto de todos los canales locales, con más de 497 millones de visitas desde su creación en 2007 y 531,894 subscriptores; El 51% de la población panameña escucha la radio tradicional y un 28% radio por internet, además de que el 58% utiliza servicios de *streaming* como Pandora, Spotify y Apple Music. Pero el dato más revelador de todos es que un 65% de los consumidores no compra música porque está disponible gratis en línea.

Respecto a festivales de música en vivo y ferias a nivel nacional en los últimos años no hay mucha información. Se conoce que en 2016, se organizaron alrededor de 60 festivales y ferias a nivel nacional, aproximadamente uno por semana. Esta cifra no incluye conciertos, la extensa programación de reggaetón, música típica y décimas alrededor del país ni las decenas de tarimas musicales en diferentes ciudades durante los Carnavales. Entidades públicas invierten gran parte de sus fondos de transferencias corrientes en festivales y ferias de promoción de música típica en todo el país, en particular en el área de Azuero (cuna de este género, ubicado en las provincias centrales), invirtiendo en el valor social y cultural producido por la industria. Por otro lado, un 60% de los encuestados en el estudio indicó haber participado en algún festival en el último año (y un 69% tenía planes de hacerlo a corto plazo), lo cual confirma la relevancia de estas actividades.

De forma similar al resto de mundo, tres compañías disqueras, Universal Music Group, Sony Entertainment y Warner Music Group, controlan la mayor parte del mercado musical de Panamá. La lista de las canciones más tocadas en la radio de BMAT revela que en 2016, el 69% del *playcount* fue de productos distribuidos por estas tres compañías. El resto fue compartido por más de 450 compañías locales e internacionales.

En a este contexto, la precariedad del mercado laboral de músicos y otros trabajadores creativos ha sido plenamente documentada a nivel mundial. La experiencia en el Reino Unido y México de invertir en el potencial de las industrias culturales y creativas en los últimos 20 años sugiere que los mayores beneficiarios de este tipo de inversión tienden a ser las agencias públicas y fundaciones, que suelen medir su impacto en términos de eventos organizados o subsidios otorgados. Sin embargo, para estudiantes de carreras creativas y artistas emergentes, esta inversión en promover las industrias culturales y creativas ha significado un mercado laboral saturado, con poca capacidad para absorberlos como trabajadores o como empresarios; ello revierte en que cuando deciden entrar a otros mercados laborales, no tienen las habilidades o conocimientos para poder ejercer trabajos de alto valor agregado.

En cuanto a la percepción de ingresos, una manera de diversificar ingresos para los músicos locales es distribuyendo sus productos, ya sea música grabada o presentaciones en vivo, a nivel internacional. No se dispone de información sistemática sobre la percepción del mercado internacional de los productos de la industria musical panameña, pero el potencial es evidente: Rubén Blades, Joey Montana y Señor Loop están entre los pocos artistas que han logrado distribuir con éxito su música en el mercado regional.

Además, la industria de la música no solo genera valor para el público consumidor de música grabada y música en vivo. Al ser generadores de valor social y cultural, las y los profesionales de la música pueden percibir ingresos ofreciendo proyectos educativos, de cohesión social, de apreciación cultural o desarrollo de habilidades para la vida. Sin embargo, este tipo de valor tiende a sufrir de fallos de mercado y, como resultado, no son factibles en términos comerciales.

En su lugar, las y los músicos se apropian de ese valor por medio de fondos de ONGs nacionales e internacionales, proyectos del sector público y fundaciones, y con donaciones de personas interesadas en proyectos sociales o culturales. Por ejemplo, la Orquesta Sinfónica Nacional de Panamá produce un gran valor educativo y cultural, pero no es viable comercialmente, como sucede con la mayoría de las Sinfónicas, Compañías de Danza, Ópera, etc. en todo el mundo. Este proyecto es subsidiado y brinda empleos a alrededor de 60 personas. En 2015, sus 21 presentaciones contaron con 17,658 asistentes y en 2016, 25 presentaciones atrajeron a 19,628 asistentes. Igualmente, un gran número de alcaldías organizan ferias y festivales para reconocer, promover y valor la música tradicional de diversas regiones del país. Estos proyectos son financiados por un portafolio de fondos que incluyen patrocinios, subsidios, boletería y donaciones.

Las festividades y festivales son, no cabe duda, un rubro muy importante, cuyo peso sería conveniente cuantificar. Un peso que será mayor aún si se suman las fiestas patronales, los bailes populares y los eventos de todo tipo que se organizan periódicamente en Panamá, en los cuales la música siempre está presente. Pero esta fortaleza se concentra en un número limitado de géneros musicales (la denominada música típica, que es la que tiene el mercado más organizado y, en menor medida, la salsa, el rap y el reggaetón). El resto de géneros (pop, rock, música de autor, etc.) lo tiene más difícil. Y, sobre todo, comparten el desafío de la fuerte valoración por parte del público de la música extranjera frente a la nacional (particularmente en el caso de las nuevas generaciones), la escasa innovación en la oferta mayoritaria de música en vivo, que se mantiene fiel a los formatos tradicionales, la carencia de espacios de ensayo y exposición y, por último, la falta de apoyo público para la organización de conciertos protagonizados por artistas nacionales.

Algunos de los músicos encuestados en el estudio al que se hace referencia en estas páginas expresaron una opinión negativa sobre el público panameño, por su poca apreciación a la música original, su pasividad durante los eventos en vivo y su obsesión con la farándula, el ocio, la moda y la tendencia pasajera. Ello muestra la necesidad de articular más la relación entre músicos y audiencias, generando espacios de escucha mutua y co-creación.

La encuesta a músicos revela también que el 42 por ciento de los mismos reportaron recibir entre el 75 y 100 por ciento de sus ingresos de actividades realizadas en la industria de la música, con diferencias muy llamativas según el sexo (71 por ciento de los hombres y apenas el 28 por ciento de las mujeres). Interesa también resaltar que el 75 por ciento de los que se dedican a la enseñanza musical logran vivir de la música; de hecho, es esa una de las pocas vías de obtener ingresos estables en el sector, a no ser que se trate de artistas consagrados.

Sin embargo, se constata también la escasa relación existente entre músicos y consumidores que están dispuestos a pagar por el valor agregado que produce la música. Solo un 33% había recibido patrocinios de empresas privadas y apenas un 18% accedió a fondos gubernamentales durante el último año. Y bastantes de ellos recaudan recursos a través de sus redes personales de apoyo (amistades, colegas, familiares, simpatizantes) para hacer viables sus proyectos musicales.

En lo que respecta a la producción de música grabada, cabe decir que esta se caracteriza por la producción independiente, existiendo una tendencia generalizada por parte de los creadores y promotores –desde hace ya muchos años– a la autofinanciación y gestión de sus obras debido a los escasos apoyos existentes. De hecho, el estudio destaca la débil relación existente con los

mercados financieros, siendo la forma más común de financiación, según los encuestados del estudio, “el propio bolsillo” (60% de los que han grabado un disco lo hicieron con fondos propios y solo uno lo hizo a través de una disquera.

La producción es, también por ello, limitada y todos los géneros musicales (con la excepción del reggaetón) tienen como reto generar más volumen discográfico. Hay para lograrlo mucho talento, pero se requieren apoyos y la creación de nuevas plataformas.

Es fundamental considerar también que los costos de producción no son homogéneos para todos los géneros y artistas, dependiendo sobre todo de si se trata de un o una artista individual (por ejemplo, un rapero) o de una banda o grupo, cuyos costos se disparan.

Tampoco resulta fácil cobrar derechos de autor y compositor, considerando lo que apuntaron los productores y músicos participantes en el Encuentro Trama, acerca de que es la Administración la primera infractora en materia de derechos de autor. En el estudio sobre la industria de la música en Panamá se corrobora esa impresión negativa: *“Solo un 16% dijo estar satisfecho con las organizaciones que protegen los derechos de autor. Aún más problemático, el 38% dijo que era indiferente ante el rol de estas organizaciones, reflejando la limitada importancia que se le da al tema”* (Stanziola y Vernaza, 2017).

En cuanto a la comercialización, tomamos ahora como referente a las y los participantes en el Encuentro Trama, igualmente aludido, quienes coinciden en que en Panamá ya no se vende música, con apenas dos tiendas en la capital con una sección dedicada a ella. Se trata de una constante, ya no se vende producto musical, los conciertos en vivo y la música en directo constituyen el mercado real y, en esa medida, el músico profesional panameño sólo puede generar ingresos a través de esta vía. La piratería (sobre todo la doméstica, más que la de calle) ha sido uno de los principales disparadores de ello. Pero los protagonistas son también conscientes de que, mucho más allá, el mercado musical está viéndose sometido a cambios vertiginosos y hoy la industria se mueve de una manera muy diferente, lo cual representa riesgos, oportunidades y la necesidad de trabajar el negocio musical de una forma muy distinta al pasado.

Las TIC han abierto nuevos canales de creación y distribución más accesibles para el artista y productor independiente, convirtiéndose las redes sociales en un escenario clave para la muestra, distribución, venta y consumo musical. El negocio musical se concibe, cada vez más, como un negocio 360°, que combina producto, presentaciones, *merchandising*, conciertos, gestión de conexiones y patrocinios, comunicación y promoción digital. Este escenario potencia la necesidad de la figura de los productores y promotores globales, que entienden en toda su integralidad las características del negocio y se saben desenvolver en todas sus facetas.

Con todo, el mercado musical panameño es pequeño y, para crecer, requeriría de nuevas estrategias que comiencen por lograr que el público valore la música que se hace en Panamá, se genere una oferta destinada al mercado turístico de música con identidad y se apueste por una internacionalización de la música panameña que hoy brilla por su ausencia.

Todo ello en el marco de la constitución de una marca y un catálogo común que ponga en valor (hacia adentro y hacia afuera) el producto musical panameño (cantautores panameños como sello de Panamá en el mundo), del logro de un mayor compromiso de los artistas para crear público, para echar “horas de vuelo” saliendo a la ruta, y de la consecución del apoyo de los organismos públicos (de Emprendimiento y Pymes, Cultura, Comercio e Industrias, Turismo,

etc.) para proyectar un subsector que debería considerarse como estratégico y transversal, más aún en un país como Panamá.

Finalmente, señalar que el gremio musical (artistas, compositores, managers, productores, promotores...) está muy disperso, por lo cual se tiene que unir, acortar distancias, asociarse y colaborar. Esta es una condición *sine qua non* para la proyección del sector, trabajando en común en la producción de indicadores, la generación de propuestas, la creación de nuevos productos y el acceso a fondos internacionales, nacionales y privados.

Cine

En los últimos años se ha experimentado un notable auge del cine hecho en Panamá. En 2015 se estrenaron cuatro películas en salas y dos en televisión, algo inédito hasta la fecha. Asimismo, Panamá se está posicionando como localización ventajosa para la filmación de películas extranjeras.

Este aumento de la producción cinematográfica en Panamá no solo resulta muy positivo por su impacto en la economía y en el empleo, sino porque la industria del cine contribuye de manera sumamente relevante a fortalecer la identidad cultural y proyectar la imagen país.

Uno de los mayores impulsos para el aumento de la creación en el séptimo arte panameño lo protagoniza la Ley de Cine de 2012, con 3 millones de dólares anuales destinados a concursos de producción. Y es que, pese a los problemas que están teniendo los creadores para hacer efectivas estas ayudas una vez obtenidas, la consideración del cine como industria cultural y su atención desde un Ministerio económico, consolida su estatus como actividad productiva, lo cual es clave y un hecho diferencial respecto a otros subsectores como el musical o el escénico. "Antes de la aprobación de la nueva Ley de Cine en 2012, el promedio de producción era de una película al año. En los últimos años, con los incentivos en vigencia, la producción de películas panameñas ha aumentado; particularmente en 2015 se produjeron 9 largometrajes, 3 en 2016 y 4 más en 2017 (DICINE, página web).

Algunas de las películas que mayor éxito y reconocimiento obtuvieron han sido: "*Oasis*" (2017), de Jorge Ameer; "*Donaire y Esplendor*" (2017), de Arturo Montenegro; "*Más que hermanos*" (2017), de Arianne Benedetti; "*Kimura*" (2017), de Aldo Rey Valderrama; "*El Cheque*" (2016), de Arturo Montenegro; "*Manos de piedra*" (2016), película estadounidense-panameña dirigida por el venezolano Jonathan Jakubowicz; "*Sal si puedes*" (2016), de Ricardo Aguilar; "*Historias del canal*" Dirigida por Carolina Borrero, Pinky Mon, Luis Franco, Abner Benaim y Pituka Ortega Heilbron; "*Invasión*", de Abner Benaim; "*Sultán*", de Enrique Castro Ríos; "*Rompiendo la ola*", documental de Annie Canavaggio; "*El héroe transparente*", de Orson Wagua; "*Caja 25*", de Delfina Vidal y Mercedes Arias; "*Reinas*", de Ana Endara; "*La Ruta de la luna*", de Juan Sebastian Jacome y "*El héroe de una nación*", de Pituka Ortega-Heilbron.

En cuanto a datos sobre producciones en Panamá, la Dirección General de Cine (DICINE) reporta los siguientes datos:

- Panamá acogió el rodaje de 35 producciones audiovisuales en 2017, las que dejaron en el país una inversión de 6 millones 366 mil 950 dólares.
- La mayor parte de las producciones vino del extranjero (32) y tres fueron panameñas: el documental "En busca del Indio Conejo" y los largometrajes "Días de luz" y "Battle of the First Born".

- Estados Unidos (14) fue el país de donde llegaron más cineastas interesados en grabar en el istmo, seguido de Inglaterra (5) y Brasil (3).
- También se acercaron producciones de Alemania, Suiza, Irlanda, Japón, España, Canadá, Holanda y México.
- De los 35 proyectos rodados, 22 eran del mundo televisivo (programas regulares, reality shows, comerciales) y el resto documentales o largometrajes.
- Ciudad de Panamá, el archipiélago de Las Perlas, Darién, Bahía Piña, el volcán Barú y Bocas del Toro fueron los sitios más solicitados para las grabaciones.
- Cada año el monto que invierten las grabaciones audiovisuales varía. En 2016 se registraron 64 filmaciones, las que representaron una inversión de 7 millones 240 mil 584 dólares a la economía nacional. Mientras que en 2015 fueron 63 proyectos que dejaron 4 millones 695 mil 428 dólares.
- En los tres recientes años se han filmado 162 producciones variadas, que han invertido en conjunto 18 millones 302 mil 962 dólares.

Por otra parte, a través de la entrevista realizada a la Dirección General de la Industria Cinematográfica (que aporta datos relativos a los años 2014 y 2015), se ha podido ampliar la información acerca del empleo e inversión generados por esta industria:

- En 2014 se generaron en la industria del cine un total de 427 puestos de trabajo a nacionales.
- En el periodo transcurrido de enero a mayo de 2015, el cine generó 285 puestos de trabajos itinerantes.
- En 2015 se ha logrado una inversión de 25,000,000 dólares procedentes de organismos internacionales gracias a la exposición en el extranjero en distintos festivales de cine.
- El MICI ha anunciado que Panamá ha conseguido \$31 millones en inversiones cinematográficas, con 120 producciones en las que han participado más de 1,100 técnicos locales en 2014-2015 (Testa, 5 de febrero 2015).

“La actividad hacia adentro es el fomento del Concurso Nacional de Cine, el presupuesto de la oficina son US\$ 3,000,000 al año, de esa cantidad US\$ 2,200,000 se van en premiar a documentales, desarrollo de guiones, etc. En total son 12 proyectos premiados. Gracias a ese capital semilla que se le otorga a los proyectos ganadores negocian con Ibermedia de forma más exitosa con organismos internacionales para conseguir el resto de los fondos para el rodaje. Esto hace que los productores mejoren la gestión de fondos de los proyectos, a quiénes acudir y cómo negociar con los organismos internacionales”²⁵.

Respecto al consumo de cine en Panamá, se ofrecen los últimos datos disponibles, procedentes de la base de datos CentralAmericaData.com con datos de la Asociación de Distribuidores de Películas de Panamá.

Tabla 40. Datos sobre el consumo de cine en Panamá. 2017

Indicadores	
Número de cines	19
Número de pantallas	142
Pantallas por 100, 000 habitantes	3.55
Número de boletos vendidos en el año (2016)	6,6 M
Asistencia per cápita (2016)	1.65

²⁵ Entrevista número 11

Fuente: CentralAmericaData.com (Datos de la Asociación de Distribuidores de Películas de Panamá)

El evento más importante en este subsector es el *Festival Internacional de Cine (IFF)* (<http://iffpanama.org/es>), uno de los festivales con mayor relevancia internacional desarrollados en Panamá. La primera edición se llevó a cabo en el año 2012 y se ha repetido anualmente desde entonces. Este se realiza gracias a la Fundación Festival Internacional del Cine, que nace con la finalidad de apoyar el mismo y organizar las actividades culturales y educativas que se llevan a cabo como parte integral de cada edición. La quinta edición del festival (2017), proyectó una selección oficial de 70 películas, 142 proyecciones, un programa educativo y de industria que comprende más de veinte actividades distintas entre seminarios, talleres, charlas y paneles, más de 2000 niñas y niños beneficiados de las proyecciones gratuitas y tres noches de cine gratuito al aire libre a las que asistieron más de 35,000 personas, durante siete días, asistiendo profesionales del sector cinematográfico de diferentes países, como en todas las ediciones anteriores.

A propósito de la edición 2018 del IFF, Pituka Ortega, Directora del IFF Panamá y una líder comprometida con el impulso de la dimensión cultural, social y transformadora del espacio cinematográfico, señala "*somos un Festival muy comprometido con el cine. Hemos empezado el Canal IFF Panamá y Copa Airlines, y es un canal que está empujando el cine de toda América Latina y es una manera de sacar de la anonimidad películas que no se ven y se deben ver.*

El Festival ha trabajado, es una retroalimentación entre también el Fondocine, porque hay un estímulo importante en este país para la cinematografía nacional ... y el hecho de que exista un Festival, que alimenta esas películas con un espacio, con una plataforma, con una proyección internacional ... ha ayudado muchísimo a la cinematografía nacional.

Nosotros creemos que el cine es la manifestación artística más poderosa del siglo XX, del siglo XXI, cambió el mundo, lo sigue cambiando (...) ¿Qué quisiéramos nosotros? Seguir programando y seguir empujando el cine, seguir buscando la manera de que se difunda más, de que crezca y de que encuentre un espacio justo y de que haya una libertad para que las personas puedan ver más de lo que tienen acceso a ver (...) El Festival nuestro va mucho más allá de las películas... tiene una razón de ser y un sentido de misión y eso es lo que nosotros quisiéramos lograr.

(...) Va a ver una mesa de 5 mujeres extraordinarias (...) Vamos a tener una conversación, vamos a hablar acerca de lo que se enfrenta la mujer en el mundo entero. Se enfrenta al patriarcado, se enfrenta a su propia falta de identidad, se enfrenta a la falta de reconocimiento, de oportunidad, y todas estas cosas vienen por el patriarcado que existe en el mundo entero. No importa cuán avanzado sea tu país, hay patriarcado, y eso es la raíz de todos los problemas que hay en el mundo, y eso lo queremos abordar porque es muy curioso, no lo vemos y a veces el cine no lo refleja y el cine lo alimenta, y hay que ver cómo tratamos de lograr que se dé un diálogo y, por lo menos, haya un despertar. Y en países como los nuestros, las personas no se dan cuenta de que hay algo que es el patriarcado y cómo nos afecta” (Ortega, 6 de abril 2018).

En 2016 Panamá ha tenido, asimismo, una participación reseñable en el Festival de Cannes, con la proyección de los largometrajes “Hands of Stone” (coproducción Panamá-Estados Unidos), “Salsipuedes” y “Hidden”, y los cortometrajes “Los cuatro reyes”, “La cajita” y “El amateur”, a lo que se suma la presencia de seis directores y productores panameños en el Marché de Film, gracias al impulso de DICINE, lo cual representa un notable logro. (EFE, 30 de julio 2015).

Otro de los eventos que destacan en este subsector es el Festival anual de Cortometrajes Hayah (<http://www.festivalhayah.com/hayah.php>). Fundado en 2007, “pretende convertirse en un referente a nivel nacional e internacional en el ámbito de las manifestaciones cinematográficas y contribuir al desarrollo audiovisual de Panamá”. Es un festival público dirigido a todas las personas, independientemente de si son profesionales o cinéfilos con interés en la industria cinematográfica. Además del concurso central que da vida al festival, se llevan a cabo conferencias, encuentros de cineastas, talleres de formación, el Panama Film Lab, eventos culturales, exposiciones, conciertos, etc.

Todas estas actividades, de reciente data y ninguna de iniciativa pública, son cruciales pues consolidan producción, promueven calidad y crean afición.

Con todo, para las personas expertas en el sector, el cine panameño todavía está por definirse, *“Considero que aún estamos en ese proceso y que tomará algunas películas más para que se empiece a definir con más claridad, aunque también pueda ocurrir quizás, que nunca se defina y nuestra cinematografía resulte ser tan diversa y particular como somos los panameños”* (Ortega, 14 de abril 2015).

Los cineastas panameños señalan, en ese sentido, muchas limitaciones. Estas se refieren a cuestiones de diversa índole, entre las cuales destacan la difusión y distribución de las creaciones, la escasa tecnificación, la dificultad de encontrar una justa valoración por parte del público y, por supuesto, los elevados costos de producción.

“El asunto de la distribución y la difusión de nuestras producciones es el más grande de nuestros retos. Por supuesto que lograr los fondos y capacitar a nuestra población en materia cinematográfica es también un reto, pero esto se está logrando, poco a poco y de maneras ingeniosas”,³⁴ señala Pituka Ortega Heilbron.

“Lo más difícil será encontrar a un público receptivo, que estamos seguros que existe, pero que ahora tiene que enterarse que nuestras historias también existen”, afirma Stephan Proaño, Director General de DICINE y una persona clave en el impulso de este sector en Panamá.³⁴

“Hay mucha presión de las productoras internacionales, se necesita más tecnificación”.²⁶

El apoyo gubernamental es esencial para el impulso de la producción y consumo de cine en Panamá. Muy pocos países pueden autosostener su cine y encontrar un nicho, más aún en un contexto de mercados consolidados y de gran tamaño, que cuentan además con normativas proteccionistas.

Teatro²⁷ y Danza

Debido a que no existen, al igual que en la mayoría, estadísticas concretas y fiables acerca de la producción y consumo dentro de este subsector, la Asociación de Teatristas de Panamá ha tenido la iniciativa de aportar datos de calidad acerca de la oferta teatral en Panamá desde el año 2012.

²⁶ Entrevista número 11.

²⁷ La información correspondiente a este rubro ha sido recopilada mediante consulta a la Página Web de la ASTEP y, sobre todo, a partir de las entrevistas realizadas con la Sra. Maritza Vernaza, a quien agradecemos de un modo muy especial su colaboración en este estudio.

Gracias al informe *Indicadores del teatro 2015* (más reciente hasta la fecha) así como sus versiones de años anteriores, realizado por la *Asociación de Teatristas de Panamá (ASTEP)* (<http://www.astep-panama.com> /), se tiene acceso a algunas cifras que ayudan a dibujar a grandes rasgos la dimensión de esta actividad en nuestro país. La ASTEP se autodefine como una “red de profesionales del teatro en Panamá, con vínculos estratégicos a nivel nacional e internacional, para el intercambio de recursos técnicos y económicos y para el fortalecimiento de proyectos teatrales a corto, mediano y largo plazo”.

Algunos de los datos más relevantes que ofrece el informe de referencia son:

- En el 2015 fueron realizadas 83 obras por productores locales en la ciudad de Panamá. Esta cifra aumentó con respecto a la cantidad de obras realizadas en el 2014 (81 obras) y en 2013 (68).
- La cantidad de funciones aumentó en el 2015 a (1,873 funciones) con respecto a la cantidad registrada en el 2014 (1,836 funciones). Se realizaron 37 funciones más respecto al año anterior.
- En el 2015, el promedio de funciones por obra fue de 23.
- Se realizaron 1475 contrataciones de actores (cantidad mínima reportada), considerando las contrataciones de personal tras bastidores, directores, técnicos, bailarines, cantantes, maquillistas y peinadores, entre otros. Esta cifra aumentó comparada con la cifra del 2014 que fue de 1313 contrataciones.
- En el 2015, 50 productores (individuos o grupos) presentaron 83 obras.
- De los 50 productores, 39 produjo solo una obra en el 2014. El resto produjo entre 2 o más obras en el año. La productora con mayor cantidad de producciones realizadas fue Teatro La Estación seguida por Teatro Bambalinas y Teatro ABA.
- Se proyecta que si el público hubiese colmado a su capacidad total (100%) las salas donde se presentaron las 83 obras producidas en el 2015, se llegaría a la cifra de 261,613 personas/público.
- De las 83 obras presentadas, la comedia representa el mayor porcentaje: 46.99% (39); seguida de las obras infantiles con un 22.8% (19), dramas con 16,8% (14), musicales con un 12,5% (10) y por último performance con 1,2% (1).
- El rango de precios de entradas para obras no musicales se mantiene entre \$15.00 y \$20.00.
- Once de las 83 obras fueron presentadas en espacios alternativos (Centros culturales, bares, estudios, restaurantes). De las 83 obras, 7 se presentaron en salas estatales.

Respecto a la oferta pública, el INAC aporta información sobre las representaciones y público participante en los Teatros Nacional, Balboa y Anita Villalaz.

Tabla 41. Actividades presentadas y público participante en el Teatro Nacional, Teatro Balboa y Teatro Anita Villalaz. Primer semestre 2014.

	Total		Teatro Nacional		Teatro Balboa		Teatro Anita Villalaz	
	Actividades realizadas	Público Participante	Actividades realizadas	Público Participante	Actividades realizadas	Público Participante	Actividades realizadas	Público Participante
TOTAL	122	51,930	52	28,650	25	15,250	45	8,030

Fuente: INAC. Informe de actividades, Primer Semestre 2014

Cabe hacer hincapié en que no existe, ni en el teatro ni en la danza, intercambio entre la capital y el interior, dándose una fuerte concentración de la oferta en Ciudad de Panamá.

Para viabilizar las producciones y representaciones, se aprecia una notable dependencia de la pre-venta, incentivando al público a asistir por medio de intermediarios (situación que se da en al menos un 50% de los casos). Es decir, *“hay un apoyo a la persona, más que al teatro en sí mismo”*²⁸. De la misma manera, *“se depende también de la empresa privada y del bolsillo del productor para la gestión de proyectos”*³⁷

Con todo y ello, los productores están haciendo un uso creciente de las tecnologías de la información para promocionar sus obras y diversificar la procedencia de los recursos. Cada vez se recurre más al *crowdfunding*, a la venta de entradas por internet y a canales como Oferta Simple, lo cual garantiza al principio de la temporada la existencia de público y extiende buenas prácticas que van cambiando, poco a poco, el modelo de preventa.

Está pendiente, sin embargo, conocer los costos de producción, así como la distribución de los ingresos, en función de si proceden de la taquilla, la preventa o el patrocinio. Eso impide tener una fotografía más completa de la economía del teatro.

De lo que se carece totalmente, por otra parte, es de información sobre consumo y hábitos culturales de la población panameña en relación al teatro, otro conjunto de indicadores que contribuyen a proyectar estrategias pertinentes para la ampliación de este mercado.

Apenas se ha podido registrar al respecto un pequeño (y poco representativo) informe realizado por el INAC en junio de 2015 relativo a una encuesta realizada un solo día a 68 personas asistentes al Teatro Nacional (dentro del *Programa de Encuestas “Conoce a tu usuario” Público del Teatro Nacional*). En ella *“no se buscaba alcanzar un muestreo proporcional, representativo ni aleatorio”*, siendo los siguientes sus principales resultados:⁴¹

- El perfil del público que asistió al teatro es un público panameño (84%), mayormente femenino (70%) entre las edades de 40-59 (47%), 30-39 (22%), 18-29 (23%), con estudios universitarios (58%) y maestrías (21%). El público encuestado tiene un nivel alto de educación y un nivel económico medio. En el informe se añade: “Los resultados apuntan a la necesidad de un programa de democracia cultural que ayude a cambiar percepciones y abrir espacios para que un público más variado asista a nuestro Teatro”.
- Sólo un 1% vino sin acompañante.
- Entre las primeras menciones respecto a los motivos por no asistir al teatro, está la falta de información, seguida por motivos personales tales como falta de tiempo, falta de costumbre y el precio.
- Sólo el 17% tiene el hábito de asistir al teatro más de 6 veces al año (INAC, 2015).

Los Festivales son, también aquí, una fuente de difusión, encuentro, dinamización del mercado y creación de afición en el público. Los más relevantes son:

- Festival Internacional de Artes Escénicas. (<http://faepanama.org/historia/>) El Festival Internacional de Artes Escénicas de Panamá (FAE) es un evento artístico-cultural independiente concebido y creado por el gestor cultural Roberto Enrique King cuyo objetivo bienal es reunir y organizar en Panamá, durante al menos una semana, una

²⁸ Entrevista número 32.

selección de lo mejor del teatro y de la danza contemporánea del mundo, con énfasis en Iberoamérica. Su primera edición fue en 2004 y actualmente el Festival se divide en cinco segmentos: los espectáculos internacionales de alto perfil que tienen como sede el Teatro Nacional; espectáculos más alternativos, de búsqueda artística; el segmento especialmente dedicado a los niños de las escuelas, el de las actividades formativas, y el segmento de calle o plaza, que es el punto de vinculación más directo con el público general y que apunta a la popularización real del Festival.

- Prisma, Festival Internacional de Danza Contemporánea (<http://festivalprisma.com/>), iniciativa reciente de carácter privado, pero muy extendida ya, a la que se hará referencia detallada dentro del apartado de experiencias. Destacar, en todo caso, que Panamá tiene una tradición importante en danza clásica y contemporánea.

Un último apunte sobre la organización de los productores y profesionales del teatro, merece resaltar que se trata de un logro al permitir articular la voz colectiva de este gremio. La ASTEP, en concreto, se proyecta como una entidad de fomento teatral, creando redes y vínculos, así como convenios con instituciones y organismos relevantes. En 2013 negoció un convenio con AMPYME, para conseguir capacitación y un programa de capital semilla con beneficio directo al sector teatral, aunque actualmente no aparece ningún convenio con esta institución en su página web, por lo que se deduce que no está vigente en la actualidad.

A pesar de ello, se interpreta que existen notables carencias para consolidar la cooperación y dinámicas de red en el subsector. “*No hay un comportamiento de compartir las buenas prácticas...No hay trabajo en red para alimentarse de la información de cada uno*”²⁹, siendo este uno de los desafíos apuntados por sus protagonistas, junto a la ampliación del diálogo y colaboración con otros sectores, con la empresa privada y con el sector estatal.

Libros

Panamá es un país, como se ha apreciado en datos anteriores, con una limitada afición por la lectura. Sin embargo, profesionales del sector observan un aumento progresivo en la tendencia lectora de las y los panameños³⁰.

En cuanto a la producción editorial, Panamá se encuentra en la media latinoamericana, en el puesto número 15, con un total de 974 títulos en 2015 (experimentando una caída de casi el 100% con respecto a 2014, en el que se editaron 2,975 títulos) en el país (CERLAC, 2015 y 2017).

Como editoriales nacionales más representativas, pueden citarse las tres siguientes: La Editorial Mariano Arosemena, dependiente de la Dirección Nacional de Publicación y Comunicación del Instituto Nacional de Cultura. Publica las obras premiadas por los concursos Ricardo Miró, Gustavo Batista Cedeño y Medio Pollito; el Círculo Editorial y de Lectura, editorial privada que edita obras nacionales y extranjeras de todo tipo de contenidos y la Editorial Universitaria, sello editorial de la Universidad Tecnológica de Panamá que publica trabajos y obras de investigación, científica, tecnológica, humanística y cultural, incluyendo en su catálogo colecciones tales como Arcaluz, re-Visiones, libros de textos académicos, revistas y las obras que se generan de premios, entre los que destacan el Premio Centroamericano de Literatura *Rogelio Sinán* y el Premio Nacional de Cuento *José María Sánchez*.

²⁹ Entrevista número 32.

³⁰ Entrevistas números 3 y 18.

Por su lado, las librerías más importantes son El Hombre de la Mancha y la Librería Cultural Panameña, debiendo subrayarse que, la que quizás fuera la más emblemática de las librerías de Panamá (Exedra Books), ha cerrado sus puertas en abril de 2016, tras 16 años ejerciendo como uno de los principales referentes en el sector. Destacan también las secciones de libros de las Farmacias Arrocha y de los Almacenes Morrison.

Desde mayo de 1997, fecha de su fundación, la *Cámara Panameña del Libro* (organización sin ánimo de lucro) es la entidad referente en Panamá para defender los intereses del sector, fomentar la afición por la lectura, defender los derechos de autor, combatir la piratería, promover la literatura panameña en el exterior mediante su participación en las principales Ferias Internacionales del Libro e impulsar el acceso a los mercados. Asimismo, la Cámara es la responsable del impulso y la organización del acontecimiento periódico más significativo de las letras panameñas: *la Feria Internacional del Libro de Panamá (FIL)* que, en 2017, celebró su trigésima edición, contando con una participación de alrededor de 100,000 personas. Durante seis días la Feria pone a disposición del público una extensa y variada oferta editorial y recibe a autores nacionales e internacionales que enriquecen la agenda cultural y profesional de la Feria. Además se puede disfrutar de unas doscientas cincuenta actividades artísticas, educativas, recreativas y profesionales. En el marco del evento se organizan asimismo Jornadas Profesionales para Bibliotecarios, Jornadas Pedagógicas para docentes, Jornadas de Derecho de Autor, Jornadas Culturales, presentaciones de libros de los autores invitados, tertulias literarias, muestra de expresiones plásticas del país invitado, el concurrido pabellón infantil y, desde 2015, una rueda de negocios. En suma, la Feria, que se puede llevar a cabo gracias al esfuerzo de sus organizadores y el apoyo de múltiples patrocinadores, la mayoría privados, representa la gran e indiscutible plataforma existente en Panamá para fomentar la lectura, visibilizar a los creadores, comercializar el producto editorial y propiciar el encuentro de todos los actores de la industria y entre estos y su mercado. Para 2018 los organizadores expresan la dificultad adicional derivada de la pérdida de patrocinios (por las mismas razones que las citadas en el caso de los eventos musicales), debiendo ingeniárselas para lograr el objetivo. Cabe resaltar la completa falta de apoyo del sector público, hasta el punto de que el mayor gasto de la Feria consiste en el alquiler de las instalaciones del Centro de Convenciones Atlapa (cuyo titular es la Autoridad de Turismo de Panamá), sin contar siquiera con unas condiciones especiales respecto a otros clientes.

Desde hace muy poco tiempo, otra entidad acompaña el esfuerzo de la Cámara Panameña del Libro para potenciar esta industria y proteger los intereses de sus protagonistas. Así, el 30 de junio de 2014, a partir de la Resolución N° 267, ha sido creada, como entidad social participativa del sector, la *Sociedad de Editores y Autores de Panamá (SEA)*. La misma tendrá a su cargo, a futuro, la gestión colectiva para la administración de los derechos patrimoniales y la protección del trabajo intelectual de los autores panameños sobre las obras escritas de sus asociados o representados³¹.

Ampliando la información disponible, se aportan seguidamente algunos datos sobre importaciones y exportaciones editoriales en Panamá, con una visión comparativa en relación al conjunto latinoamericano y el Caribe, acorde a un estudio realizado por el *CERLALC (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe)* en sus últimas publicaciones. Según la última publicación, (2017) con respecto a la importación de libros, Panamá se sitúa en la novena posición, proviniendo el 65.3% de las importaciones de América Latina. En 2015 (último año con información completa sobre Panamá), las importaciones

³¹ Entrevista número 2.

panameñas fueron de US\$ 32.2 millones, entre los principales proveedores se encuentran Estados Unidos, Colombia, México y España (CERLALC, 2017). La mayoría de ellos son libros escolares.

En cuanto a las exportaciones, en miles de US\$ fueron 676 en 2015, de nuevo las cifras llaman la atención por la diferencia existente de un año a otro (de 2014 a 2015). Los datos que se ofrecen del año 2014 situaban a Panamá en el puesto número 10 en exportaciones; sin embargo, en 2015 pasa a ubicarse en el número 14 de los países exportadores de Latinoamérica. Es muy probable que la distorsión en estas cifras se deba a la inclusión de las re-exportaciones dentro de dicho rubro, un hecho que suele producirse también en otros sectores y que impide disponer de un panorama cierto de nuestra realidad exportadora. Tampoco puede descartarse que se haya producido algún tipo de error estadístico o que los datos sean inicialmente previsiones y se hagan definitivos posteriormente.

Tabla 42. Exportaciones e importaciones de libros y producción editorial (2015)

País	Exportaciones de libros (miles de dólares FOB)	País	Importaciones de libros (miles de dólares CIF)	País	Producción editorial (Nº de títulos con ISBN)
México	173.338	México	351.831	Brasil	88.685
Colombia	40.961	Brasil	142.480	México	29.895
Argentina	26.866	Perú	79.259	Argentina	28.966
Perú	20.342	Colombia	67.985	Colombia	17.759
Brasil	12.533	Chile	67.395	Chile	6.268
Costa Rica	7.719	Ecuador	43.505	Perú	6.094
Chile	4.929	Argentina	41.112	Ecuador	4.001
Ecuador	3.992	Guatemala	35.556	Venezuela	3.334
El Salvador	2.862	Panamá	32.163	Uruguay	2.081
República Dominicana	2.443	República Dominicana	30.500	Cuba	1.720
Guatemala	1.787	Costa Rica	29.873	República Dominicana	1.646
Uruguay	1.407	El Salvador	19.149	Bolivia	1.304
Venezuela	800	Bolivia	16.459	Costa Rica	1.263
Panamá	676	Nicaragua	13.336	Guatemala	1.247
Nicaragua	559	Honduras	12.276	Panamá	974
Honduras	265	Paraguay	10.165	Paraguay	863
Bolivia	115	Cuba	8.727	El Salvador	743
Cuba	71	Venezuela	6.471	Honduras	378
Paraguay	37	Uruguay	3.997	Nicaragua	366
Total América Latina	301.697	Total América Latina	1.012.238	Total América Latina	197.587

Fuente: CERLAC. 2017

Tabla 43. Exportaciones e importaciones de libros. América Latina (2014).

País	Exportaciones de libros (Millones de dólares FOB)	País	Importaciones de libros (Millones de dólares CIF)

	dólares FOB)		
México	175.553	Brasil	167.697
Colombia	52.232	Perú	79.464
Argentina	28.391	Colombia	79.404
Perú	24.275	Chile	71.079
Brasil	18.759	Ecuador	49.375
Ecuador	6.743	Argentina	43.180
Costa Rica	6.691	Panamá	41.537
El Salvador	5.445	Guatemala	41.105
Chile	4.567	México	37.905
Panamá	2.537	Costa Rica	27.925
Guatemala	2.378	República Dominicana	27.561
Uruguay	1.802	El Salvador	22.341
República Dominicana	1.766	Venezuela	21.239
Venezuela	1.040	Bolivia	18.026
Paraguay	870	Nicaragua	17.366
Nicaragua	777	Paraguay	11.605
Honduras	114	Cuba	5.971
Bolivia	80	Honduras	1.571
Cuba	35	Uruguay	910
Total América Latina	334.055	Total América Latina	1.120.545

Fuente: CERLAC. 2015

Por las entrevistas mantenidas, sin embargo, pareciera que es más real la exigua cifra de 2015 que la del año anterior, siendo notorio en cambio (y con una evolución mucho más consistente) el peso de las importaciones, apreciándose una enorme brecha entre ambas.

“Se exporta poco”.³²

Pero no sólo el volumen exportador es limitado. También lo es la producción.

“En Panamá se vende y publica lo de cada uno con su plata”.⁴⁵

Un ejemplo de ello es lo que sucede con la edición y distribución de las obras reconocidas con el Premio Ricardo Miró, el más relevante de las letras panameñas. Se publican apenas 100 ejemplares y no hay casi de promoción de los mismos.

“Hace falta una Ley del Libro, para que el sector editorial sea incentivado”.⁴⁵

En efecto, el dinamismo mostrado por los promotores privados del mundo de las letras –junto con la positiva respuesta de la población a eventos como la Feria del Libro- no tiene una correspondencia con el rol del sector público para promover la creación e industria editorial panameña, un papel muy necesario. El libro es un bien cultural y, en esa medida, en muchos países (sobre todo de Europa) el Estado interviene activamente en el mercado, apoyando la articulación del sistema.

³² Entrevistas número 3 y 18.

Por dicha razón, el estudio prospectivo del sector editorial en América Latina para el año 2020 realizado por la CERLAC, recomendó desarrollar los siguientes lineamientos de políticas públicas: 1) “Apoyos a la creación y la sostenibilidad de los editores en su producción tradicional y en la transición de formatos de publicación analógicos a formatos digitales tanto para la edición independiente como corporativa, fortaleciendo al mismo tiempo la actual estructura de distribución; 2) Acciones para preservar y salvar las librerías tradicionales de la extinción, especialmente a través de una implementación de un sistema de precio fijo; 3) Unir esfuerzos con el sector privado para mejorar los índices de lectura, reconociendo la diversidad de situaciones en la región; 4) Emprender la renovación de la legislación frente a los desfases entre los avances tecnológicos y los desarrollos institucionales (la legislación va a la zaga) y 5) Enfoques para el diseño de políticas: balance entre responsabilidad estatal y procesos participativos” (Uribe y Steenkist, 2008).

Hay otros elementos críticos que requerirían de un análisis más profundo, relativos al fomento de la creación y el consumo, la necesidad de potenciar la figura de los agentes y promotores literarios, la generación de incentivos a la industria o su adaptación a los entornos digitales (libro electrónico, promoción en redes sociales, co-creación, etc.) y la promoción de libros premiados, entre otros. Todos ellos, sin duda, influyen en buena medida en las perspectivas de emprendimiento dentro de este subsector, Pero las posibilidades son también innumerables para tomar el reto que lanzan, respectivamente, Orit Btsh, Presidenta de la Cámara Panameña del Libro, y Mar Alzamora, gestora cultural: “*Convirtamos a nuestro país en un destino literario; además de las salas de juegos de azar y de fiestas efímeras*” (EFE, 20 de agosto 2014).

“El verdadero reto es la promoción de los libros premiados. (...) Lo que no se conoce, ‘no existe’. (...) pero se tendría que pensar cómo posicionar a los ganadores en festivales, ferias internacionales, conferencias, revistas literarias, en los medios de comunicación, etc. Los ganadores/as de ese premio deberían convertirse en figuras públicas, un orgullo para este país. Sin embargo, pasan desapercibidos fuera del círculo cultural”. (Artículo, 23 de marzo 2018)

Por último, Mar Alzamora señala otros dos factores muy importantes que ejercen de freno al desarrollo de la industria editorial, el primero de ellos relativo al alto precio de los libros en Panamá. “*La pregunta es: ¿podemos cubrir los gastos de la compra de libros con frecuencia? Y la respuesta es no. Desde mi punto de vista, los libros aquí tienen un valor muy alto. Las veces que viajo siempre compro libros no solo por la variedad, sino también por los precios*”. (Artículo, 23 de marzo 2018).

Mientras que el segundo apunta directamente al Plan Lector del Ministerio de Educación (MEDUCA): “*Los clásicos son importantes, pero hay mucha literatura nacional y universal contemporánea que no se está tomando en cuenta. Hay que enamorar más a los jóvenes con la lectura, porque existe una excelente literatura juvenil que toma temas actuales... No es justo decir que no leemos, Panamá tiene escritores de calidad y excelentes lectores. Yo indagaría más a fondo esa situación porque las realidades se crean, y si se sigue diciendo que esa es nuestra realidad, entonces terminaremos así*” (Artículo, 23 de marzo 2018).

Patrimonio cultural

Panamá cuenta en la Lista de Patrimonio Mundial elaborada por la UNESCO con tres sitios pertenecientes a la categoría cultural:

- Las fortificaciones de Portobelo y San Lorenzo, que datan de los siglos XVII y XVIII y se encuentran ubicadas en el Caribe panameño, en la costa arriba de Colón. Fueron declaradas como Patrimonio Histórico de la Humanidad en 1980. Desde 2012, sin embargo, se inscriben dentro de la lista de Patrimonio Mundial en Peligro de la UNESCO, exponiendo como razones los factores ambientales, la falta de mantenimiento y desarrollos urbanos incontrolables, y requiriendo medidas de manejo y conservación urgentes (UNESCO, página web). Si el Estado panameño no sigue los lineamientos de la UNESCO, ambos sitios serían excluidos de la Lista de Patrimonio Mundial de la Humanidad.
- El Sitio Arqueológico de Panamá Viejo, donde se asentó la ciudad capital entre su fundación, en 1519, hasta su destrucción en 1671.
- Y el Distrito Histórico de Panamá, conocido como Casco Antiguo o Casco Viejo.

En realidad, estos dos últimos forman parte del conjunto monumental Panamá Viejo-Casco Antiguo declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO en 1997 (Casco Antiguo), al que después se unió, como parte de un mismo conjunto monumental, Panamá Viejo en 2003. El Centro de Patrimonio Mundial de la UNESCO sugirió hace unos años su inclusión en la lista del patrimonio en peligro, debido al previsible impacto negativo de la carretera de circunvalación que rodea el perímetro del Casco (conocida como Cinta Costera 3), pero en la 36ª Reunión de su Comité -celebrada en San Petesburgo del 24 de junio al 6 de julio de 2012- dicha solicitud fue desestimada.

Una mirada más actual sobre la situación del patrimonio cultural material panameño la recoge el apartado de justificación del préstamo al Gobierno que recientemente ha aprobado el BID al Gobierno panameño (BID, 2017: 3).

De los 18 museos públicos administrados por el INAC, seis están inoperantes, incluyendo el Museo Antropológico Reina Torres de Arauz (MARTA). De los tres teatros públicos, el Teatro Nacional de Panamá (TNP), el foro más importante de las artes escénicas del país se encuentra cerrado desde 2015. La debilidad del sector también ha afectado a los sitios patrimoniales más importantes, tales como las Fortificaciones de Portobelo y San Lorenzo. Los retos actuales de los bienes culturales clasificados como prioritarios⁶ por el INAC se describen a continuación:

- a. TNP. Desde su apertura en 1908 ha albergado importantes eventos culturales. Argumentando riesgos de seguridad, el INAC anunció en 2015 el cierre preventivo del TNP y ha emprendido un proyecto integral de rehabilitación que contempla el fortalecimiento estructural, la mejora de la escenotécnica, y la restauración de los elementos funcionales y decorativos⁷. Adicionalmente, el TNP carece de un órgano de gestión en funcionamiento⁸, así como de instrumentos normativos, de planificación, administrativos-financieros y de promoción de la cultura escénica que garanticen una gestión sostenible.
- b. MARTA. Fundado en 1976, guarda el acervo arqueológico y antropológico más importante del país (16 mil piezas etnográficas y precolombinas). El museo cerró sus puertas en 2010 [5]. Sus problemas se centran en el deterioro de su edificio, el cual presenta desgaste de sus elementos arquitectónicos. No cuenta con salas de exposición y resguardo para su colección, ni cafetería y servicios sanitarios. También carece de una propuesta museográfica, de programación y de registro de su colección, además de un órgano de gestión en funcionamiento⁹ con personal técnico e instrumentos operativos y financieros.

- c. Fortificaciones de Portobelo y San Lorenzo. Erigidas durante los siglos XVII y XVIII están ubicadas dentro de las AP de Portobelo y San Lorenzo y fueron inscritas en la LPM en 1980. Su deterioro físico y estructural genera un alto riesgo de pérdida irreparable por lo cual la UNESCO las ha incluido en la lista del Patrimonio Mundial en Peligro (PMP), requiriendo la implementación de acciones de conservación¹⁰. Se ha desarrollado un Plan de Emergencia el cual no ha sido implementado debido a la falta de fondos. La UNESCO recomienda la realización de estudios técnicos y trabajos preventivos que salvaguarden la integridad de los monumentos [6]. Las fortificaciones carecen de infraestructura apta para la recepción de turistas (i.e. centro de visitantes, servicios sanitarios y estacionamiento), requieren del fortalecimiento de su Patronato¹¹, y de un Plan de Manejo que garantice una gestión sostenible.

El país no contaba, hasta diciembre de 2017, con ninguna manifestación reconocida como parte del *Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO (PCI)*; desde esa fecha ha sido catalogado como tal el “*sombrero pintao*”, y hay varias expresiones más que Panamá tratará de incluir en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad a corto plazo.

Se trata de las siguientes: las prácticas tradicionales del Corpus Christi, las expresiones del teatro Guna durante la conmemoración de la Revolución Dule, manifestaciones tradicionales de la cultura congo; tejidos, diseños, tintes y significados del sombrero pintao; tejidos, aplicaciones y diseños de las distintas variantes de la pollera panameña; la tradición y cultura del manito ocueño; y la expresión y variantes del canto de décima, mejorana o mejoranera (Gutierrez, 15 de agosto 2015).

Todos estos recursos constituyen una base para impulsar la economía cultural del país, especialmente en el campo del turismo y las artesanías. De hecho, hay políticas y proyectos que así lo reconocen, como podrá apreciarse un poco más adelante. Sin embargo, una conservación plena de todo este patrimonio material como inmaterial y, sobre todo, el despliegue y puesta en valor de su potencial como motor de un desarrollo económico inclusivo en el país, no se ha llevado a cabo.

“Se aprecia una pérdida notable del patrimonio cultural debido al retroceso en la práctica del idioma y a la falta de involucración de las nuevas generaciones... “si no practicamos y las renovamos, perderemos nuestras costumbres y tradiciones”, y eso es algo que está sucediendo ya a corto plazo si no se le pone pronto remedio.”³³

Artesanía

La artesanía de Panamá se agrupa principalmente en textiles, fibras y tallados, que serían los grupos más representativos en el ámbito nacional. Según el Ministro de Comercio e Industrias, Panamá cuenta actualmente con aproximadamente 12,000 artesanos y artesanas.³⁴ Sin embargo, en la Dirección Nacional de Artesanías, órgano que responde al Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), en 2014 solo había 9,000 artesanos registrados (Alarco, 2015).

³³ Conclusiones del Taller “Identificación de Desafíos y Oportunidades para el Emprendimiento de Mujeres Indígenas (turismo y artesanía)”, celebrado en el marco del Foro “Autonomía Económica de las mujeres indígenas en el siglo XXI, el reto a nuestro alcance”. Panamá, 28-29 de septiembre de 2017.

³⁴ <http://www.panamaon.com/noticias/ocio-y-cultura/1164589-panama-presenta-su-mas-importante-muestra-artesanal-para-el-mundo-en-cinco-dias.html>

La artesanía panameña resulta variada y sumamente amplia. Se puede diferenciar según el territorio -pues en cada una existe una representación específica- pero es, en todo caso, en las comunidades indígenas donde se producen las artesanías más reconocidas en el país:

- Bocas del Toro: Artesanías Ngäbes: Chácaras, naguas, chaquiras.
- Coclé: Sombreros, cestas, juguetes, adornos, tallados de piedra, talabarterías, confección de hamacas.
- Colón: Talla de maderas, tejidos de redes o tarrayas, Artesanías vinculadas al Arte Congo.
- Comarca Ngäbe Buglé: Artesanías Ngäbes: chácaras, naguas, chaquiras.
- Chiriquí: Artesanías Ngäbes, tallas de maderas, talabartería.
- Darién y Comarca Emberá Wounaan: Talla de maderas y tejido de fibras, elaborados por los Emberá.
- Herrera: Producción de cerámica y alfarería, confección de sombreros de bellota.
- Los Santos: Talabartería: muebles, taburetes, sillas de montar y otros. Bordados de ropa, confección de polleras, hamacas, fuegos de artificio, tembleques e instrumentos musicales.
- Panamá: Muebles, cestas, adornos florales, alfarería, zapatos, talla de maderas, platería y joyería.
- Veraguas: Orfebrería, talabartería, bordados, cerámicas, tejidos de fibras y artesanías Ngäbe.
- Comarca Guna Yala: Confección de molas³⁵.

Destaca la importancia del empleo femenino artesanal en las comunidades indígenas. De hecho, las artesanías representan cerca de la cuarta parte de su ocupación, elevándose a un 43.2% en el caso de las Emberá y a un 65.5% en el de Guna Yala. La artesanía es, pues, un espacio común de actividad para todas ellas, que ejercen bajo fórmulas de empleo por cuenta propia (INEC, 2016).

Las creaciones artesanas de estas comunidades representan, en muchos casos, su forma de vida y la única representación reconocida de su identidad cultural, lo cual las convierte en un eje de su inclusión social y económica. Sin embargo, encuentran dificultades para lograr éxito en el mercado y en consecuencia, para obtener ingresos monetarios suficientes. En este sentido cabe destacar a las mujeres Guna, por haber sido de las que, en superior medida, logran convertir productos elaborados por ellas, de acuerdo a alguna habilidad femenina específica, en un producto valorado por el mercado, en su caso, las molas, "Las mujeres Gunas tienen una participación económica extraordinaria, porque producen las molas que ellas mismas confeccionan y que son comercializadas en todo el mundo" (Meentzen, 2001).

"Las mujeres son un ejemplo vivo y permanente del trabajo en pro de la protección de los recursos naturales y las culturas ancestrales de los pueblos indígenas, ejerciendo como sus guardianas principales. Empoderar su papel es, por tanto, la única manera de garantizar la sostenibilidad de este valiosísimo patrimonio y de las artesanías basadas en él. Una

³⁵ La mola es un tejido de formas geométricas elaborado artesanalmente por las mujeres indígenas de la Comarca Guna Yala de Panamá, ubicada en la frontera con Colombia. Los diseños están inspirados en la naturaleza y son muy apreciados como souvenir entre quienes visitan el país. La mola se utiliza como adorno pero, también, con dicho material se elaboran vestidos, bolsos, posavasos, etc.

*sostenibilidad que ha de ser entendida desde todas sus dimensiones: ambiental, social, económica y simbólica.*³⁶

El evento más importante en este subsector es la *Feria Nacional de Artesanías*, con 37 años de historia a sus espaldas. En su primera edición participaron 2,000 artesanos, hoy en día cuenta con 12,000 y se realiza con un presupuesto de 300,000 balboas, de los cuales se benefician aproximadamente el 5% de la totalidad de artesanos panameños³⁷, “El evento —que nació con el fin de ayudar a los artesanos de áreas de difícil acceso a comercializar sus productos— cuesta aproximadamente, unos 211 mil balboas, de los cuales el gobierno asume un porcentaje, los otros se pagan con la venta de entradas, patrocinios y la venta de puestos en la feria” (Alarco, 2015). En ocasiones el precio de los puestos en la Feria (el costo de cada cubículo es de \$60) se considera excesivo por unos protagonistas cuyo estrato suele ser bastante humilde, quejándose por tener que pagar por acudir a la misma.

El anterior titular de la Dirección Nacional de Artesanías, Víctor Manuel Pinillo, defendía esta medida como un método para que las artesanías se tomasen como un trabajo real en el que hay que hacer inversiones.⁵⁴

Pese a las enormes potencialidades que tiene la actividad artesanal de cara al desarrollo de emprendimientos, asociados al consumo nacional, pero, sobre todo, al turismo y a la exportación; persisten innumerables déficits. Las artesanías panameñas están escasamente protegidas, contando con problemas de diseño y calidad y, sobre todo, de innovación, reconocimiento y comercialización.

*“...las artesanías, siendo expresión directa e indisociable de la cultura (junto a una actividad común de las mujeres de todas las comunidades indígenas de Panamá y la mayoría de las veces su principal sustento), atraviesan hoy graves dificultades, reflejadas en múltiples aspectos, que requerirían de una respuesta integral: evolución e innovación de la producción artesanal, organización de las productoras, marca, protección y derechos legales, apropiación del valor por sus creadoras, control de la comercialización y acceso (sin intermediarios) a mercados más amplios, etc.”*³⁸

El propio Director General de Artesanías identifica una serie de obstáculos, entre los cuales destaca el escaso presupuesto con el que cuentan las políticas dirigidas a este subsector, el poco apoyo gubernamental, la falta de coordinación entre instituciones, la inexistencia de políticas favorecedoras en materia de fomento cultural, la escasez de asociaciones y cooperativas artesanales, la escasa valoración a la artesanía panameña y la amenaza de la industrialización, junto a la ya consabida dificultad para su comercialización³⁹.

Con la información disponible se pueden agrupar las dificultades de la artesanía en: Productos extranjeros que se comercializan como propios⁵³ Prácticamente no se cumple la legislación que debe proteger las creaciones de los pueblos indígenas, estando presente sólo en el papel, *‘Con la invasión que tenemos de productos de afuera, estamos casi desapareciendo’*⁵⁴; Falta de innovación y de actualización del diseño y usabilidad en los productos artesanos panameños;

³⁶Conclusiones del Taller “Identificación de Desafíos y Oportunidades para el Emprendimiento de Mujeres Indígenas (turismo y artesanía)”, celebrado en el marco del Foro “Autonomía Económica de las mujeres indígenas en el siglo XXI, el reto a nuestro alcance”. Panamá, 28-29 de septiembre de 2017.

³⁷ Entrevista número 16.

³⁸ Ibidem.

³⁹ Entrevista número 16.

Carencia de marca; Escaso presupuesto⁵³: Faltan asociaciones artesanales como empresas (cooperativas).⁵³ Se convierte en una necesidad, construir centros de acopio y venta de artesanías, además de cooperativas que promuevan a las personas creadoras de artesanía y Canales de comercialización limitados.

“Los gobiernos han dado muy poco apoyo e importancia al sector artesanal, (...) Panamá tiene todas las ventajas, sin embargo, no cuenta con políticas favorecedoras en materia de fomento de cultura”⁵³

“El pequeño productor siempre va a estar pobre. El que compra y monopoliza es el que está rico”⁵⁴

“Existen organizaciones de mujeres artesanas, pero falta contar con la capacidad para manejar los recursos que vienen a nombre de las mujeres, que las mismas mujeres se puedan desenvolver como empresarias y líderes asociativas en su sector.”⁴⁰

Hay, por tanto, un espacio de oportunidad para el emprendimiento, que ya está siendo aprovechado por algunos proyectos que intentan proyectar el valor de estas actividades, potenciando la creación, la mejora de la calidad y el diseño del producto, mediante acuerdos entre artesanas, diseñadores y propietarios de negocios de comercialización de artesanías con una visión más actual (tratándose, a propósito, casi siempre de mujeres). Pero queda un largo camino todavía por recorrer para que las artesanías panameñas se conviertan en un nicho próspero y moderno de negocios con identidad.

Turismo cultural

Ya se ha referenciado la abundante riqueza cultural, geográfica e histórica de Panamá, unas características que convierten el país en un destino ideal para el turismo cultural. Un concepto relativamente reciente que hace énfasis en un tipo de turismo que destaque la importancia y el valor del patrimonio cultural, tangible e intangible.

Entre los principales atractivos del turismo cultural destacan la arqueología, artesanías, gastronomía, museos, centros, espacios artísticos, festivales y distintas manifestaciones de cultura viva. El turismo representa una oportunidad para aprovechar y poner plenamente en valor el patrimonio cultural si se planea, organiza y promueve de forma positiva y estratégica, de forma que no sea sólo una fuente de ingresos, sino que se trabaje también en su conservación y desarrollo.

“Turismo cultural es aquella forma de turismo motivada por conocer, experimentar, y comprender distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos, arte, arquitectura y festividades que caracterizan a una sociedad y su gente y reflejan la identidad de un destino” (SERNATUR, 2014).

Esto es clave para Panamá, donde la actividad turística se mantiene como una de las principales fuentes -cada vez más importantes- generadoras de desarrollo y crecimiento de la economía, contribuyendo al empleo, al bienestar social, al incremento de divisas y aporte al Producto

⁴⁰ Ibídem.

⁴⁰ Entrevista número 16.

Interno Bruto (PIB). Hoy se sitúa ya como el sector que está a la cabeza en la aportación directa al mismo, (ATP, 2016).

El turismo aportó 6,403 millones de balboas en 2016. Puede observarse la evolución del sector turístico en Panamá basado en un crecimiento significativo en los últimos años con una tasa media del 10% en los datos ofrecidos en el apartado 6.4.

Panamá, y sus emprendedores culturales tienen en principio un amplio margen para el desarrollo de actividades en este sector. Tanto el turismo interno (por ejemplo, el escolar) como, particularmente el internacional, están pidiendo contenidos, actividades, rutas, experiencias e interpretaciones que den sentido y significado a su visita al país.

Desde ese punto de vista, la cultura completa y pone en valor la oferta turística, ampliando los niveles de consumo y gasto, creando experiencias únicas (y por ello mucho más valiosas y apreciadas) y fortaleciendo la identidad y la marca país.

Además, territorios en los cuales se concentra la población más vulnerable (afrodescendientes e indígenas sobre todo) ofrecen una potencialidad todavía por explotar y aprovechar en la combinación turismo y cultura.

"Se reconocen notables fortalezas para impulsar una actividad turística en los territorios indígenas... Estas se basan en el hecho de albergar una naturaleza privilegiada (paisajes únicos, especies endémicas, playas, bosques...) y, también, en sus culturas y acervo de conocimientos ancestrales, a partir de los cuales se pueden generar productos de gran interés para el turismo cultural."⁴¹

Una mirada al turismo desde esta perspectiva integral (que incorpore el pleno aprovechamiento del patrimonio cultural, la comercialización de una artesanía de calidad, circuitos museísticos, rutas festivas, disfrute de música en vivo, asistencia a galerías y exposiciones, adquisición de discos y películas con identidad panameña, etc.) podría potenciar exponencialmente ambos sectores, multiplicando los emprendimientos culturales exitosos en ambos. Pero la realidad es que no se visualiza ninguna estrategia que apunte hacia esa dirección, como se puede apreciar en el apartado siguiente.

5.4 Cultura y emprendimiento cultural en las políticas públicas

Aunque la República de Panamá reconoce en su Constitución, así como en diversos tratados internacionales, los derechos culturales de la ciudadanía y el deber del Estado de garantizarlos, el desarrollo de una política de cultura y desarrollo y, más específicamente, de emprendimiento cultural, sigue siendo una tarea pendiente.

En los últimos años, se han registrado movimientos que reclaman una modificación en el ámbito legislativo e institucional ante la ausencia de una legislación y un cuerpo de políticas que recoja el conjunto de las intervenciones necesarias para, entre otros, dinamizar el ecosistema cultural y sus distintos subsectores, dedicar atención a las necesidades de apoyo al emprendimiento cultural e impulsar este mercado.

⁴¹ Ibídem.

La Ley de Cultura que no pudo ver la luz

El mayor impulso de carácter institucional llevado a cabo en materia de legislación cultural tuvo como fecha clave el 4 de enero de 2012, cuando la Comisión de Educación, Cultura y Deportes de la Asamblea Nacional presentó el *Proyecto de Ley General de Cultura n° 416*.

Entre sus propuestas, se planteaba convertir al INAC en *Ministerio de Cultura*, teniendo como una de sus funciones principales llevar a cabo el fomento y estímulo del emprendimiento cultural y las industrias culturales mediante becas, premios, concursos, festivales, talleres de formación, ferias, exposiciones, incentivos y reconocimientos especiales. También la consideraban una de las funciones que deben atañer a las autoridades provinciales, comarcales y municipales en relación a la cultura.

El texto dedica un capítulo completo al Emprendimiento Cultural, presente en tres artículos: *Artículo 1*. Promover la innovación tecnológica para la producción, distribución y consumo de productos, bienes y servicios culturales. *Artículo 2*. Coordinación interinstitucional, estrategias de comercialización de productos, bienes y servicios culturales y *Artículo 3*. Búsqueda de socios estratégicos en el plano nacional e internacional y coordinación, mejora e impulso de la formación académica.

En cuanto al financiamiento, se describe en el artículo 33 que las industrias culturales y el emprendimiento cultural tendrán acceso a los sistemas de crédito que el Estado otorga a las industrias estratégicas y a la micro, pequeña y mediana empresa.

Este Proyecto de Ley, a pesar de ser prometedor en el impulso del sector y de los emprendimientos dentro del mismo, fue vetado por el entonces Presidente Ricardo Martinelli, al ser considerado “inexequible e inconveniente” (Artículo, 2 de junio 2012).

Todavía hoy, la política pública del país apenas atiende a las necesidades de emprendimiento en el sector, aunque sí cuenta con organismos e instituciones que trabajan y aportan oportunidades concretas, si bien ni mucho menos suficientes ni articuladas.

No obstante, actualmente se está preparando una propuesta de Ley de Cultura (más sencilla que la anterior), con el objetivo es llevarla a la Asamblea Nacional este año.⁴²

Las políticas públicas existentes

La cultura en las estrategias de desarrollo nacional

Para valorar el papel que tiene la cultura en las acciones institucionales, se deben identificar, en primer término, las estrategias de desarrollo nacional vigentes y las inmediatamente anteriores. Para ello, analizaremos el *Plan Estratégico del Gobierno*, por tratarse del plan rector de las políticas públicas panameñas en el presente quinquenio.

El Plan Estratégico del Gobierno de Panamá persigue la unidad de “un sólo país integrado territorial, étnica y culturalmente” (Gobierno de la República de Panamá, 2014). Y establece algunos compromisos en materia de política cultural, lo cual representa un avance respecto al pasado. Los tres más destacables son: Impulsar un Plan Maestro Nacional de Cultura y el

⁴² Según informó la Directora del INAC a esta autora.

Consejo Consultivo de Cultura; Llevar a cabo una estrategia de comunicación interna para la valorización de la cultura y el folklóre panameño y Crear la Secretaría Nacional de Cultura.

Sin embargo, la cultura no dispone de un peso relevante en el conjunto de estos lineamientos, ni se perfila tampoco una estrategia en materia de cultura y desarrollo, que pudiera, cuanto menos, ser impulsada en el marco del lanzamiento del Plan Maestro Nacional de Cultura, aún pendiente de materializar. Muestra de ello es que en el PEG (2015-2019) no existe una división propia para la cultura en el plan de inversiones y esta se concentra en la categoría *Educación y Cultura*, en la que se planeó invertir en 2015 un total de 499,116.9 miles de balboas (lo que supone un 12.7% sobre el total de las inversiones del plan de inversión quinquenal indicativo). Esta categoría pertenecería al sector de Área Social, con una inversión total de 2,065,741.3 miles de balboas para 2015 (55% del total de las inversiones del plan de inversión quinquenal indicativo) (Gobierno de la República de Panamá, 2014).

Más allá de lo anterior, el PEG centra la mayoría de las referencias a la cultura en las acciones previstas para potenciar el sector turístico, este sí considerado como central en la estrategia-país.

Por su parte, el *Plan Estratégico del Gobierno (2010-2014)*, que tuvo vigencia a lo largo del anterior período de Gobierno, estuvo aún más carente de referencias en este campo (y, en consecuencia, de compromisos programáticos) destacándose en su texto, pero sin un objetivo asociado, la necesidad de la democratización cultural y el libre acceso de la ciudadanía. Las actuaciones desarrolladas (muy pocas) se centraron en procesos de mejora y restauración de edificios culturales en diferentes puntos del país y convocatorias de becas.

Tampoco el *Plan Estratégico Nacional con visión de Estado, Panamá 2030* (CCND, 2017), contiene referencias dignas de mención ni a la cultura ni al componente intercultural de nuestro país, una cuestión sistemáticamente obviada. Dicho Plan está impulsado por el Consejo Nacional de la Concertación para el Desarrollo, en el que participa el Órgano Ejecutivo, la Asamblea Nacional, los partidos políticos y una amplia representación de la sociedad civil, conteniendo 5 ejes estratégicos:

1. Buena vida para todos;
2. Crecer más y mejor;
3. Sostenibilidad ambiental;
4. Democracia, institucionalidad y gobernanza y
5. Alianzas estratégicas para el desarrollo.

Pero, como se ha señalado, no se ocupa de esta temática.

Políticas específicas en materia cultural a nivel nacional

Si hablamos de política cultural nacional, es obligado acudir al *Instituto Nacional de Cultura de Panamá (INAC)*, máxima institución encargada de la difusión de las artes y la cultura en la República y foco central a la hora de llevar a cabo el financiamiento de proyectos del ámbito cultural.

El INAC se crea con la Ley 63, el 6 de junio de 1974, con el objetivo de “coordinar y fomentar las actividades culturales y folklóricas en todo el país” a través del desarrollo de políticas, programas, becas, premios y actividades que difundan y estimulen la cultura; así como promover la investigación en el terreno. El INAC administra actualmente 23 centros dedicados a la enseñanza de diversas expresiones artísticas y organiza concursos y becas literarias, entre otras.

En el marco del *Plan Estratégico* del INAC se establecen para el período de tiempo transcurrido entre los años 2015 y 2019 los denominados *Proyectos Bandera* cuyas prioridades estratégicas son: a) Creación del *Plan Maestro Nacional de Cultura (2016-2017)*; b) Reposicionar la *cultura como aliado estratégico de procesos de desarrollo económico y social (2015-2019)* y c) *Sistema de Información Cultural: Qué Cultura Panamá (2015-2017)*.

Las inversiones que se fijan en el plan (buena parte aún pendientes) son: a) Restauración de la Iglesia Catedral (2015-2017); b) Reparación del Teatro Nacional (2015-2016); c) Gobernación de Colón (2015-2017); d) Reconceptualización de la Ciudad de las Artes (2015-2017) y e) Restauración del Museo Antropológico Reina Torres de Arauz (MARTA) (2015-2019).

En el mismo plan se establecen como prioridades provinciales las escuelas y museos, gabinetes ciudadanos, festivales y ferias folklóricas y el incremento del número de solicitudes de las provincias al *Programa Cultura es Desarrollo*. Se refieren acciones sobre el patrimonio histórico, las artes y el folklore, la educación artística y las publicaciones y las letras; no obstante, este programa no se encuentra activo actualmente como tal.

Las prioridades del *Patrimonio Histórico* son: a) UNESCO (Patrimonio Sub-Acuático, Patrimonio Inmaterial, Patrimonio Histórico); b) Ley de Patrimonio Consolidada (2015-2016); c) Restauración de la Iglesia de Catedral (2015-2017); d) Gobernación de Colón (2015-2017); e) MARTA (2015-2019) y mantenimiento y promoción de museos; f) Rutas eco-turísticas y culturales: Portobelo y San Lorenzo, Rehabilitación de Museos, Panamá Viejo (2015-2019); g) Legislación OCA (2016).

Las prioridades en las *Artes y el Folklore* son: a) Programa Cultura es desarrollo: Facilitar e incrementar impacto de actividades artísticas y folklóricas en todo el país (2015-2019); b) Verano INAC: Cultura Viva Comunitaria (2015-2019); c) Desarrollo de empresarios en el sector cultural y creativo (2016-2017); d) Reparación Teatro Nacional y Teatro Anita Villalaz (2015-2017); e) Desarrollo de Orquesta Sinfónica Nacional y Ballet Nacional (2015-2017) y f) Ferias y Festivales Folklóricos.

Las tres prioridades en *Educación artística* son: a) Transformación y homologación de plan de estudios de Centros Educativos. cónsonos con el Plan Estratégico de Gobierno (2015-2017); b) Capacitación de docentes para apoyar desarrollo de habilidades blandas y educación vocacional (2015-2019) y c) Rehabilitación, reparación y mantenimiento de Centros Educativos (2015-2019).

Las tres prioridades en *Publicaciones y letras* son: a) Fomentar la lectura en niños y jóvenes en riesgo social (2015-2019); b) Incrementar calidad de publicaciones y comercialización de libros de autores nacionales (2015-2019) y c) Revisión de políticas editoriales estatales (2016-2018).

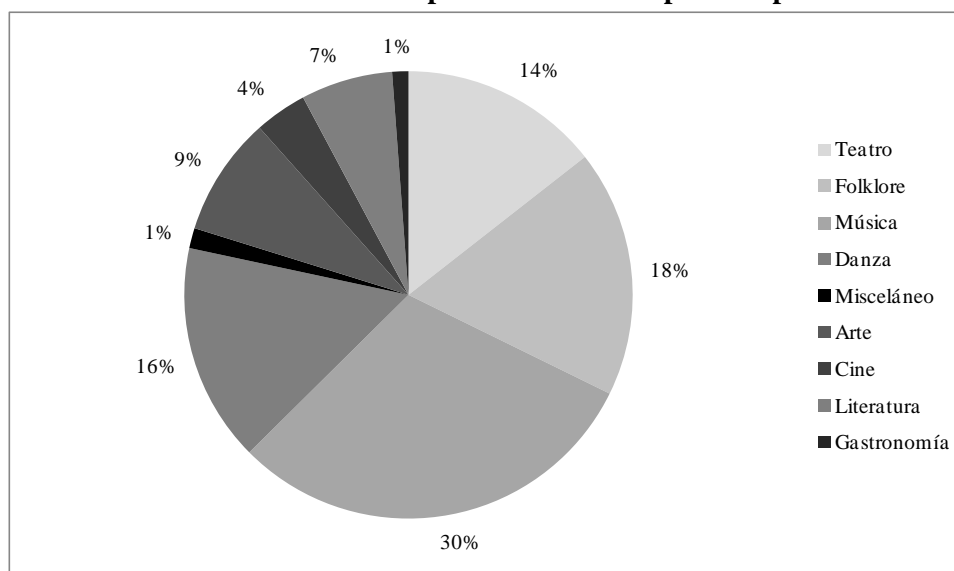
Las prioridades para la *Oficina del Casco Antiguo* son: a) Desarrollar y mantener Rutas Turístico-Culturales: Casco Antiguo (2015-2019); b) Impulsar ordenamiento vial, peatonal y comercial del Casco Antiguo (2015-2019); c) Desarrollar Escuela Taller de Panamá en Casco Antiguo como modelo para otras regiones del país (2015-2019); d) Incrementar número de viviendas sociales, incluyendo programas culturales y sociales (2015-2019) y e) Implementar Plan Maestro del Chorrillo (2015-2019).

Conviene indicar que una parte limitada de las inversiones previstas en el Plan, indicadas más arriba, se han ido ejecutando con cargo a los presupuestos de inversión del INAC desde el año

2015, en el que comenzaron algunas de estas, hasta incorporar todas ellas en los años posteriores, según la ejecución mensual del Presupuesto de Inversión del INAC de los años señalados (<http://www.inac.gob.pa/transparencia/145-presupuesto>).

Un recurso de utilidad para el análisis de las actividades realizadas por el INAC, si bien se refieren a un período de transición entre dos Gobiernos, es el *Informe de aportes económicos y convenios* del año 2017. A través del mismo se puede observar cuáles son las áreas que más apoya el Gobierno económicamente. En 2017 se recibieron un total de 140 solicitudes, 86 de las cuales fueron consideradas. El monto aprobado fue por la suma de B/. 426,830.07, siendo la categoría de música la que recibió el mayor aporte del Programa por un total de B/. 129,515.00, el 30% del total. Las siguientes áreas con mayor apoyo económico han sido el folklore, la danza y el teatro. Las disciplinas menos apoyadas económicamente por el INAC fueron el cine (debido a que la industria cinematográfica es competencia del Ministerio de Comercio e Industrias) y la gastronomía, con porcentajes del 4% y el 1% respectivamente, además de que el patrimonio y la fotografía no tuvieron ningún aporte económico ese año.

Gráfico 60. Distribución de aportes económicos por disciplina. 2017



Fuente: INAC, 2017

Desde 2015, el *Programa Identidad Cultural* (sucesor del programa *Cultura y Desarrollo*) es el que ofrece el INAC relacionado de forma más directa con el objeto de esta investigación, con el que se pretende fortalecer, promover, y desarrollar las actividades destinadas a difundir y estimular la cultura en el territorio nacional. El programa apoya el desarrollo de actividades y proyectos del sector cultural, artístico y creativo que "rinden beneficios sociales y económicos sustentables directos e indirectos a los ciudadanos" (INAC, 2017). En 2018, la cuantía total de estos patrocinios (que se llevarán a cabo mediante una única convocatoria cuyo plazo de presentación de solicitudes cerró el 30 de abril) asciende a USD 150,000.00

Lo cierto es que, con todo, la inversión pública en el sector cultura (0.20% del total) es una de las menores de la región. A pesar del incremento en años recientes de las asignaciones presupuestarias a su ente rector -el Instituto Nacional de Cultura (INAC)- entre 2010 y 2016 únicamente se asignaron US\$193 millones de los US\$530 millones solicitados, nada más que un 36% del total. Estas limitaciones financieras se suman a una gestión institucional deficiente, que ha afectado el mantenimiento de los bienes patrimoniales del país (BID, 2017, p. 3). Por otro

lado, el INAC no posee estrategias o programas que promuevan la generación de recursos financieros para la operación y mantenimiento de los bienes patrimoniales. También ha carecido, hasta el momento, de una estrategia de desarrollo de industrias creativas asociadas a las instituciones y bienes patrimoniales que aporte recursos para su operación y mantenimiento, contribuya al fortalecimiento de la identidad cultural nacional y ofrezca oportunidades económicas para la población. Esta debilidad institucional ha sido un factor clave en el deterioro actual de los bienes patrimoniales del país (Von Bargen, 2017).

El patrimonio cultural panameño está regentado por el INAC con base en la Ley 14 de 1982, la cual dicta medidas para su custodia, conservación y administración. Pero, como se ha señalado anteriormente en el apartado Patrimonio Cultural, la precaria situación de los principales bienes culturales evidencia la falta de recursos y la debilidad institucional del sector (BID, 2017: 3).

A ello se añaden otros problemas relacionados con la coordinación la estructura, la gestión, y la financiación del INAC, de entre los que cabe reseñar su debilidad relativa a la capacidad de sus equipos técnicos y la falta de instrumentos de planeación y gestión. Del total de sus 1,075 funcionarios, sólo 128 ocupan puestos técnicos/operativos y/o directivos, y ninguno de estos ha recibido capacitación en sus áreas de trabajo (BID, 2017, pp. 3 y 5). La distribución del personal de apoyo no responde a los requerimientos de la institución, lo que genera deficiencias en áreas claves como las de compras y contrataciones, administración financiera, entre otras. Adicionalmente el INAC no cuenta con las herramientas tecnológicas que permitan la articulación de los sistemas internos o de la oficina central con aquellas desconcentradas.

El INAC no posee programas que generen, por ejemplo, recursos financieros para el mantenimiento de los bienes patrimoniales. La falta de fuentes de financiamiento ha sido un factor clave en el deterioro de los bienes. No obstante, el patrimonio cultural es una fuente económica desaprovechada. Por ejemplo, se estima que en 2015 San Lorenzo recibió 22,401 visitantes, sin ningún cobro por su visita. Así, la mejora de la infraestructura para visitantes y la implementación de mecanismos de cobros, son prioritarios para la sostenibilidad de este y otros sitios.

Pese al potencial de las industrias creativas culturales para contribuir a su financiamiento y al fomento de la cultura, las industrias creativas vinculadas a bienes culturales son incipientes. Esto se asocia a la ausencia de instrumentos por parte del INAC para identificar el impacto de los distintos subsectores de estas industrias en la economía y para impulsar un ecosistema competitivo para su desarrollo. Se carece también de los incentivos financieros y otros para generar procesos de incubación y aceleración de este tipo de emprendimiento, y de personal técnico para liderar un diálogo con actores estratégicos (BID, 2017: 5).

Tal como señala el documento de Propuesta de Préstamo del BID (2017), esta situación es la que ha justificado un préstamo de 45 millones de dólares que el BID recientemente ha aprobado al INAC para poner en marcha el proyecto "*Apoyo para la conservación y gestión del Patrimonio Cultural y Natural*", cuyo objetivo es contribuir a la preservación y puesta en valor de los bienes patrimoniales culturales y naturales del país. Sus objetivos específicos son: (i) aumentar el acceso de la población a bienes culturales mejorando su gestión y rehabilitando dos sitios de patrimonio cultural; (ii) preservar cuatro áreas naturales protegidas mejorando su gestión e incrementando su sostenibilidad financiera; y (iii) incrementar emprendimientos vinculados al patrimonio cultural y natural del país.

Este programa tiene tres componentes, que a su vez se dividen en subcomponentes; se citan los dos relacionados específicamente con cultura.

1. *Componente I. Modernización de Instrumentos de Gestión Patrimonial* (US\$12,0 millones).

Este componente tendrá dos sub-componentes:

- a. *Fortalecimiento estratégico del INAC* (US\$4,0 millones) financiará: (i) apoyo a la reingeniería organizacional del INAC, incluyendo la formulación y puesta en marcha de un plan estratégico/organizacional, el fortalecimiento de los sistemas de planeación y los instrumentos de monitoreo y evaluación, el fortalecimiento de áreas estratégicas tales como compras y mantenimiento, y el diseño e implementación de una estrategia de gestión del cambio; (ii) diseño e implementación de la plataforma “QueCultura”, un sistema para el manejo de información económica, estadística y programática del sector; (iii) implementación de acciones de promoción de industrias creativas, mediante el fortalecimiento de capacidades técnicas en el INAC, el desarrollo del ecosistema empresarial a través del financiamiento de emprendimientos y la implementación de un plan de promoción y difusión; y (iv) diseño e implementación de un plan de comunicación para el INAC.
- b. *Apoyo a la gestión sostenible de las Áreas Protegidas* (US\$8,0 millones), que financiará: (i) acciones prioritarias para el cumplimiento de las recomendaciones de la UNESCO; (ii) actividades comunitarias de conservación de la biodiversidad, apoyo a la implementación de los esquemas de co-manejo y concesiones y emprendimiento de industrias creativas; y (iii) estrategias de innovación tecnológica para vigilancia, control y monitoreo, de comunicación y promoción y otras actividades identificadas en el Plan de Manejo correspondiente.

2. *Componente II. Rehabilitación y Puesta en Valor de Bienes Culturales* (US\$34,9 millones).

Contempla tres bienes patrimoniales emblemáticos:

- a. *TNP* (Teatro Nacional de Panamá), financiará: (i) el establecimiento del Patronato del TNP con equipos técnicos y administrativos calificados; y (ii) el desarrollo e implementación de un plan de desarrollo y gestión enfocado a consolidar al TNP como la principal institución teatral del país.
- b. *MARTA* (Museo Antropológico Reina Torres de Araúz), incluirá: (i) la rehabilitación y adecuación técnica del edificio y su entorno, y la construcción de un área para el resguardo de la colección; (ii) el desarrollo de la museografía y programación incluyendo la curaduría de la colección y de la experiencia del visitante, y la implementación de programas educativos; (iii) el establecimiento del Patronato del MARTA con equipos técnicos y administrativos calificados; y (iv) el desarrollo e implementación de un plan de gestión.
- c. *Fortificaciones de Portobelo y San Lorenzo*, financiará para ambas: (i) la implementación de las acciones prioritarias dentro del Plan de Emergencia para la preservación de las Fortificaciones (incluyendo actividades para la consolidación de las estructuras, la reposición de materiales y restauración de muros, pisos y cañones, y la realización de obras de arqueología³⁸); (ii) la realización de estudios técnicos y trabajos preventivos para la salvaguardia de los monumentos; (iii) la provisión de infraestructura turística básica (módulo de información, servicios sanitarios, cafetería, oficinas administrativas, entre otros) y la rehabilitación del antiguo edificio de la aduana de Portobelo; (iv) el reforzamiento de las capacidades del PPSL; y (v) el desarrollo del Plan de Manejo de las fortificaciones.

Derechos de Autor

La Dirección General de Derechos de Autor es parte del Ministerio de Comercio e Industrias de Panamá y tiene la misión de “*proteger las obras resultado de la creación intelectual y los derechos que emanan de sus creaciones, para hacer cumplir las exigencias de una sociedad que avanza en materia de propiedad intelectual*” (MICI, 24 de agosto 2016)

Esta oficina tiene el objetivo primordial de la difusión del conocimiento sobre el derecho de autor a través de seminarios, talleres y charlas en universidades, provincias que se dictan a autores, artistas, artesanos, fotógrafos y abogados.-Su visión se centra en “brindarle a todos los usuarios de la Dirección General de Derechos de Autor y Derechos Conexos un servicio de excelencia y cumpliendo con los mayores estándares de calidad establecidos”.

Sin embargo, en 2014 el ingreso total por inscripción de obras fue apenas de B/. 3.326,00.

La normativa de la Dirección General se basa en la Ley nº 64 de 2012 que reconoce los derechos morales de la persona creadora y los agrupa en divulgación, paternidad, integridad (se necesita el consentimiento del o la autora para modificar la obra), acceso y derecho a revocar la cesión o retiro de la obra del comercio. Se incluyen en la ley los derechos patrimoniales de la persona creadora, que comprende la modificación, comunicación pública, reproducción y distribución de la obra. Establece las disposiciones sobre la transmisión de estos derechos, las sanciones y la creación de la *Dirección General de Derecho de Autor*.

La propia Directora General de Derechos de Autor afirma que “*La ley panameña es de las más avanzadas y actualizadas, lo que falta es la ejecución de las normas. La falta de ejecución se debe a que la ley -aunque está aprobada- no fue reglamentada*”⁴³.

Una vez más, se hace visible la insuficiencia de la labor legislativa, no basta con promulgar leyes si no se llevan a cabo o se complementan con labores de fomento que valoricen las profesiones culturales y protejan los derechos de sus titulares:

*“En Panamá ha mejorado el emprendimiento, se escribe mucho, lamentablemente los artistas cuentan con poco apoyo de la sociedad civil, de los medios y de las instituciones. La realidad es que son las asociaciones y fundaciones sin fines de lucro quienes fomentan la cultura en Panamá”*⁴⁴.

Estrategia de Diplomacia Cultural

El Ministerio de Relaciones Exteriores ha comenzado a implantar una estrategia de Diplomacia Cultural dirigida a promocionar la cultura panameña en el exterior (América Latina, Europa y Asia), enfocándose en los ámbitos de cine, gastronomía y música, a través de la participación de destacados artistas panameños en festivales de cine, ferias gastronómicas y eventos musicales internacionales, así como ferias del libro internacionales.

Una estrategia que, según la Directora General de Asuntos Multilaterales y Cooperación del Ministerio de Relaciones Exteriores, ha de permitir: a) facilitar la identificación cultural del país en el extranjero, b) reducir conflictos interculturales y expresiones culturales negativas asociadas al país o su gente, c) aportar en la construcción de una diversidad cultural que cree

⁴³ Entrevista número 4.

⁴⁴ Entrevista número 4.

confianza y credibilidad con las contrapartes internacionales, d) establecer puentes de diálogo intercultural con representaciones diplomáticas en Panamá, e) hacer un uso eficiente y responsable de recursos del Estado y e) construir un modelo de sostenibilidad de las acciones con asociaciones público-privadas.

“El objetivo es alcanzar en el medio plazo, a través de la misma, a) una visión de estado en la proyección de la imagen del país acorde a la realidad intercultural de su historia (ejemplo, Hub logístico y Canal), algo que tanto considero necesitamos; b) actuaciones estratégicas en países o regiones prioritarias definidas, así como de sectores donde deben enfocarse las actuaciones, para definir dentro de esos países y sectores, quiénes deben ser los destinatarios de las acciones de diplomacia cultural; c) posicionamiento estratégico de país a través del Ministerio de Relaciones Exteriores, en foros y espacios culturales internacionales (UNESCO, UNCTAD, PNUD, OEA, SEGIB, CELAC, SICA); d) permitir vincular el desarrollo económico cultural a la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible; e) sensibilización en Panamá sobre la importancia de la cultura en las relaciones internacionales y en la proyección del país y conexión con la ciudadanía en la rendición de cuentas; f) coherencia entre compromisos adquiridos por Panamá en materia cultural internacional y su cumplimiento por instituciones panameñas, pues existe hoy día una dicotomía entre los compromisos adquiridos por Panamá y la realidad del sector en el país”⁴⁵.

En la actualidad se está trabajando en la concreción de políticas y mecanismos estables para la promoción internacional de la cultura panameña, integrando también la Diplomacia Cultural en el currículum de la Academia Diplomática, además de establecer alianzas estratégicas que potencien la marca país a nivel internacional.

"Tras el lanzamiento de este Plan de promoción cultural en el 2017, y en colaboración con el servicio exterior panameño, el Ministerio de Relaciones Exteriores ha invertido unos B/. 86,000 dólares en la promoción del cine, la gastronomía y la música panameña, mediante la participación de destacados artistas panameños en festivales de cine, ferias gastronómicas y eventos musicales internacionales, así como ferias del libro internacionales.

Para reforzar esta rama de la política exterior, en el 2018 se concretarán políticas y mecanismos específicos para la promoción internacional de la cultura panameña, incorporando además la Diplomacia Cultural en el currículo de la Academia Diplomática para fortalecer las capacidades y conocimientos de los funcionarios del Ministerio de Relaciones Exteriores.

Además, se espera concretar ambiciosos proyectos como la exposición sobre los 200 años del Natalicio de Justo Arosemena, y se continuarán apoyando los ejes de cine, música y gastronomía, y además se crearán nuevas alianzas estratégicas encaminadas a potenciar la marca país a nivel internacional". (MIRE, 30 de octubre 2017).

Políticas referentes a algunos de los principales subsectores de la cultura

Panamá cuenta, a su vez, con determinados organismos, instituciones y políticas dirigidos específicamente a algunos de los subsectores culturales.

⁴⁵ Entrevista número 43.

A continuación, se destacan las principales medidas, agrupándolas según el subsector al que afectan:

Patrimonio Histórico

La preservación del patrimonio histórico, dado el peligro de desaparición al que se enfrenta, ha sido uno de los ejes de interés gubernamental dentro del ámbito cultural en los últimos años, algo que se visualiza tanto en la legislación como en algunos de los proyectos llevados a cabo, pero no tanto su efectividad en la ejecución y resultados de los mismos.

En la Ley 14 de 1982 se dictan las medidas sobre custodia, conservación y administración del Patrimonio Histórico de la Nación y se establece el Instituto Nacional de Cultura, a través de la Dirección Nacional del Patrimonio Histórico, como organismo al que corresponde el reconocimiento, estudio, custodia, conservación, administración y enriquecimiento del Patrimonio Histórico de la Nación, así como sus funciones. Se hace referencia a la Dirección General de Patrimonio Histórico como organismo responsable y se establecen sanciones a las acciones que pongan en peligro el patrimonio histórico nacional.

El folklore, se constituye como una expresión cultural que se ha destacado como patrimonio histórico de la nación.

Otras leyes a destacar son: la *Ley N° 91 de 22 de diciembre de 1976*, “por la cual se regulan los conjuntos monumentales históricos de Panamá Viejo, Portobelo y Casco Antiguo de la Ciudad De Panamá” y la *Ley N° 68 de 11 de junio de 1941*, “sobre monumentos históricos nacionales”.

Para llevar a cabo el cumplimiento de la Ley 14 descrita anteriormente, existen tres organismos destacados cuyas actividades se centran en la ejecución de la misma, el primero de carácter público y los otros dos de naturaleza mixta: La *Oficina del Casco Antiguo (OCA)*, está integrada por la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP), el Ministerio de Vivienda y Ordenamiento Territorial (MIVIOT), la Alcaldía de Panamá (MUPA) y el Ministerio de la Presidencia, y el Instituto Nacional de Cultura (INAC), quien la coordina. Se crea en el año 2000, mediante el Decreto Ejecutivo No 192 como el organismo gubernamental encargado de la gestión integral del Centro Histórico y que reconoce la protección de su Patrimonio Humano como uno de sus objetivos fundamentales. Algunos de los programas culturales realizados por la OCA son Veranearte, Cuenta el Cuento en mi Casco, Arte en mi Barrio o el apoyo a festivales que se realizan en el Centro Histórico como Panamá Jazz Festival y Macrofest, entre otros.

En 2005 se renovó la versión inicial del *Plan Maestro de la OCA*, adaptándose a la demanda de la UNESCO de eliminar los problemas de exclusión social y de gentrificación, estableciendo como una de sus estrategias centrales la inclusión social.⁴⁶ Así, pasó de denominarse “Plan Maestro de la rehabilitación y Restauración del Conjunto Monumental Histórico del Casco Antiguo de la ciudad de Panamá” a “Revive el Casco Antiguo”, estructurado en siete ejes de desarrollo agrupables en cinco líneas de acción: 1) Revive la calidad. Mejoramiento de infraestructura y Equipamiento Urbano y de los Servicios Públicos; 2) Revive la arquitectura. Se prioriza la acción habitacional en inmuebles de propiedad estatal en beneficio de la población residente de bajos ingresos; 3) Revive el turismo. Concede un mayor protagonismo a la población residente al llevar a cabo el desarrollo Turístico y de Actividades culturales; 4) Revive la comunidad. Generación de empleos y de formación laboral para la población

⁴⁶ Posteriormente esta modificación será reconocida por PNUD como “totalmente congruente con los señalamientos emanados”.

residente y 5) Revive el orgullo. Se centra en actividades culturales. Los dos patronatos son: El *Patronato Panamá Viejo*. Organización sin fines de lucro y de régimen mixto formada por el Club Kiwanis de Panamá -que lo preside-, el INAC, la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP), Banistmo y la Fundación RILEMO. Se describe como “un ente administrativo independiente y con autonomía propia para la toma de decisiones y el manejo de sus fondos, comprometida exclusivamente con la gestión de Panamá Viejo”. Para cumplir con los objetivos planteados en su Plan Maestro, el cual persigue la transformación del sitio de Panamá Viejo en un parque arqueológico, el Patronato ha llevado a cabo diferentes proyectos de intervención que van “desde las intervenciones a escala urbana que buscan que el visitante comprenda la ciudad histórica, hasta proyectos puntuales de intervención en monumentos que buscan hacer segura, confortable y didáctica la visita a los monumentos (<http://panamaviejo.org/>)”. Y el *Patronato Portobelo y San Lorenzo*. Es una organización sin fines de lucro, de naturaleza mixta (conformada por entidades gubernamentales y empresas privadas) cuyo objetivo es contribuir con la puesta en valor, mantenimiento, conservación, protección y restauración de las Fortificaciones del Caribe Panameño, integradas por el Conjunto Monumental de Portobelo y el Castillo de San Lorenzo El Real del Chagres. Su actividad se basa en la intervención y en la promoción turística cultural.

Algunos de los proyectos desarrollados para el mantenimiento y mejora del Patrimonio fueron el de *Preservación del Patrimonio Histórico de la Ciudad de Panamá*, cuyo principal objetivo ha sido la reubicación de la vía Cincuentenario, que antes atravesaba el sitio arqueológico de Panamá Viejo, así como los diferentes proyectos de mejora del Casco Antiguo/Viejo de Panamá. El proyecto se realizó bajo la supervisión de la dirección del Instituto Nacional de Cultura (INAC) y el Ministerio de Obras Públicas (MOP), con un coste de más de 700 millones de balboas.

Desde el Gobierno de Panamá, también se ofrecen una serie de incentivos legales y fiscales para que los propietarios de negocios asentados en el Casco Antiguo puedan acometer restauraciones en sus edificios.

Pero, a pesar de la importancia formal que se les ha concedido, y de los programas llevados a cabo, el patrimonio histórico del país cuenta con una protección y aprovechamiento dramáticamente insuficiente, algo que se espera paliar parcialmente a través del préstamo del BID al que se ha hecho referencia, pero cuya ejecución efectiva no se espera inicie hasta entrado el año 2019.

Por otra parte, los resultados efectivos de los proyectos no siempre han sido los esperados, no logrando sus objetivos e incluso, en ocasiones, causando desperfectos consecuentes de las obras y dificultando el día a día de la ciudadanía del lugar. (ARTÍCULO, 15 de agosto 2013).

La perspectiva de las personas profesionales del subsector apunta a que no existen políticas culturales definidas en el ámbito del Patrimonio Cultural y Natural, por lo que sería necesario concienciar a las instituciones gubernamentales y a las empresas privadas de los efectos positivos sociales y económicos de las inversiones en cultura, así como crear la necesidad de consumo cultural variado desde la infancia en las escuelas (Guillermina Itzel de Gracia, OMK).⁴⁷

⁴⁷ Entrevista número 23.

Queda, por tanto, un largo trecho para que esta legislación sea realmente garante de la custodia, conservación y puesta en valor del rico patrimonio histórico que alberga el país, parte del cual la UNESCO ha declarado como patrimonio en peligro.

Sector cinematográfico

En el marco legislativo cabe destacar la *Ley 16 del Cine de 2012*, que establece el régimen especial de la industria cinematográfica y audiovisual. En ella destaca: 1) La creación de la Comisión Fílmica de Panamá; 2) La creación del Registro Nacional de Producciones Cinematográficas y Audiovisuales; 3) La creación del *Programa Especial de Protección de la Industria Cinematográfica y Audiovisual Nacional (Pro-EICA)*; 4) El Establecimiento de una cuota de pantalla que no podrá ser inferior al 10% para la promoción de las obras cinematográficas y audiovisuales nacionales e iberoamericanas; 5) Se impone a las salas de exhibición la tarea de reportar informes trimestrales sobre los datos económicos ante el DICINE; 6) La creación del *Fondo Cinematográfico y Audiovisual Nacional* para apoyar actividades, capacitación, educación, producción, distribución, comercialización y exhibición de las obras. El fondo se constituye de un total de 3 millones de balboas. Será la Comisión Fílmica de Panamá la encargada de elegir los proyectos beneficiarios del Fondo; y 7) La creación del *Régimen Fiscal de la Industria Cinematográfica y Audiovisual* que promueve incentivos fiscales y exoneraciones de impuestos.

Este sector está representado y administrado por la *Dirección General del Cine* del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), lo cual sin duda marca una diferencia en su enfoque, al formar parte de un ámbito en el que se sitúan las “políticas duras” y, sobre todo, contar con un liderazgo reconocido y sostenible a lo largo del tiempo. El presupuesto de la Dirección se divide en el Concurso Nacional del Cine (donde se invierte la mayor parte del presupuesto), formación, talleres, seminarios y patrocinios. Algunas de las medidas a destacar en el sector son:

- *Programa Especial de Protección de la Industria Cinematográfica y Audiovisual, (Pro-EICA)*, a través del cual se promueve la colecta, preservación, catalogación, archivo, difusión, estudio e investigación del patrimonio cinematográfico y audiovisual de Panamá.
- *Fondo para el Desarrollo Cinematográfico y Audiovisual Nacional*, a través de un fideicomiso para apoyar las actividades de capacitación, educación, realización, producción, distribución, comercialización y exhibición de las obras cinematográficas o audiovisuales nacionales, así como para la capacitación y educación de personal panameño en esta materia, y la difusión cultural audiovisual, con el propósito de estimular en la población la percepción crítica de los mensajes y contenidos de las obras cinematográficas y audiovisuales nacionales.
- *Establecimiento de incentivos fiscales* a las empresas extranjeras que realicen una obra cinematográfica en Panamá, con la devolución del 15% del total invertido, siempre y cuando tenga un costo mínimo de 3 millones de dólares.
- *Creación de la Comisión Fílmica de Panamá y su Secretaria Técnica, el Registro Nacional de Cine* para los extranjeros, se establece la regulación de la industria cinematográfica y audiovisual en el territorio nacional y se otorgan incentivos fiscales, aduaneros, laborales y migratorios para las producciones extranjeras y áreas especiales designadas para el desarrollo de la industria cinematográfica y audiovisual.

- Creación del *Fondo para el desarrollo cinematográfico y audiovisual (Fondo Cine)*. Se aprobó con la primera Ley de Cine de 2007 y se puso en marcha en 2013 bajo la gestión de DICINE. Se centra en cuatro modalidades diferentes: distribución y promoción de corto, medimetraje, largometrajes y documentales, fomento y formación, proyectos de cortometrajes y proyectos especiales. Actualmente existe polémica al respecto ya que los recursos económicos concedidos en los últimos años no han sido recibidos en su totalidad y aún no ha sido publicada la convocatoria para el último año.

Sin embargo, entre los retos pendientes apuntados por los mismos gestores de estas políticas⁴⁸ destacan algunas limitaciones de la Ley del Cine, la cual debería -bajo su experto criterio- disponer de más recursos para abordar acciones de formación, el mecenazgo, la cooperación entre la industria cinematográfica y la educación; así como en la dotación de espacios y equipos para la creación, producción y práctica cultural.

Artesanía

A nivel legislativo cabe destacar la *Ley 27 del 24/7/97* para la Protección, Fomento y Desarrollo Artesanal, en la que se define qué se entiende por artesanía y artesano, se establece la Dirección General de Artesanías Nacionales como órgano representativo del subsector y las funciones que le competen; entre ellas, las de velar por el cumplimiento de dicha ley, la organización y coordinación de programas referentes a la artesanía, el fomento y la promoción de estudios, así como formación de la misma y la búsqueda de fondos para préstamos.

La *Dirección General de Artesanías Nacionales*, creada en 1983, es parte del Ministerio de Comercio e Industrias de Panamá y entre sus funciones están: a) Adoptar medidas tendentes a lograr el establecimiento de un fondo especial para préstamos a los artesanos independientes y organizados del país y adoptar medidas tendientes al fortalecimiento del mismo, contemplando recursos estatales, de la banca privada y organismos internacionales; b) Promover la formación de planes coordinados entre las instituciones involucradas y encaminadas a la producción, fomento y comercialización de artesanías; c) Velar por el cumplimiento de toda la legislación vigente en materia de artesanías, así como recomendar proyectos de ley que permitan el fomento y desarrollo artesanal; d) Fomentar la creación de asociaciones y agrupaciones de artesanos en todo el país; e) Promover y establecer políticas generales para el desarrollo y fomento de las artesanías nacionales; f) Formular, dirigir y coordinar programas de asistencia técnica y capacitación para los artesanos, en materia administrativa, costos, proceso productivo, mercadeo, ventas y otros pertinentes; g) Realizar estudios específicos para determinar los problemas que afrontan los artesanos en la producción y comercialización de las artesanías, así como proponer las posibles soluciones a dichos problemas; h) Realizar actividades de promoción y comercialización de las artesanías nacionales, con el propósito de incrementar su adquisición, a nivel nacional; i) Llevar un registro nacional de artesanías y mantener su actualización continua; también, expedir la tarjeta de identificación artesanal a los artesanos, de acuerdo con el reglamento que establece el uso de dicha tarjeta.

Los requisitos para registrarse por primera vez como artesano son: Ser panameño, 3 fotos tamaño carnet, Certificación de Residencia emitido por el Tribunal Electoral, 2 fotocopias de cédula (ambas caras) y realizar una demostración en vivo ante los examinadores del MICI del

⁴⁸ Entrevista número 11.

trabajo artesanal. El proceso de acreditación es totalmente gratuito y tiene una duración de 2 años.

La institución dispone de cuatro Departamentos: 1) Fomento y Desarrollo Artesanal; 2) Asistencia Financiera; 3) Asistencia Técnica y Administrativa y 4) Promoción y Comercialización.

La Dirección General de Artesanías Nacionales promueve diferentes proyectos y programas, a destacar: a) *Programa de Sistematización de la Base de Datos de Artesanos*. Actualmente unos 4,000 artesanos panameños se encuentran debidamente acreditados ante la Dirección General de Artesanías Nacionales, representando un 0.3% de la población económicamente activa del país, según cifras proporcionadas por la Contraloría General de la República y los funcionarios de la Dirección General⁴⁹. La Tarjeta de Identificación Artesanal que se proporciona permite al productor/a percibir una serie de ventajas en la protección y comercialización de sus artículos. b) *Apoyo al Productor Nacional de Artesanías*, que tiene como meta inmediata el realizar compras por B/25,000 en mercancías a unos 150 productores de artículos autóctonos. c) *Plan de Promoción de Compras de Artesanías por parte de los Sectores Privado y Estatal*, se basa en la concienciación de la importancia de adquirir productos manuales locales. d) *Programa de Actualización de la Ley de Artesanías*. La DGAN busca la modernización de la actual legislación que regula la actividad artesanal con la intención de que esta se adapte a las condiciones actuales del subsector. e) *Mejoramiento a la Producción Artesanal* a nivel nacional. Proyecto de capacitación a artesanos y artesanas que -en 2015- contó con una inversión de 22,500 balboas para beneficiar a 125 personas. f) *Apoyo Financiero para la Producción Artesanal*, Aunque aún no se ha iniciado su ejecución, se ha diseñado para que beneficie a un total de 180 personas con el fin de fortalecer la actividad artesanal mediante el apoyo financiero a los artesanos y artesanas de escasos recursos económicos, a través de la adquisición de artesanías y que puedan mejorar la producción y comercialización de sus productos.

En un epígrafe anterior ya se han citado las limitaciones de estas actividades, que no disponen tampoco de una orientación estratégica.

Folklore

En Panamá existe una larga tradición y valoración del folklore panameño, existiendo una fuerte identificación de la cultura en general con las expresiones folklóricas. Sin embargo, cuando se habla de folklore en Panamá no se asocia con la pluralidad de manifestaciones existentes en un país tan diverso (incluyendo, por ejemplo, las de las comunidades negras e indígenas y, por qué no, las de las múltiples comunidades extranjeras asentadas hace muchos años en el país). En realidad, cuando se habla de cultura y folklore nacional, la identificación suele limitarse a las expresiones provenientes de las provincias centrales (música, danza, indumentaria, etc.), que son las que, simbólicamente, definen lo que podría entenderse como “rasgos de panameñidad”. Unos rasgos contruados sobre un ideal rural, blanco y con reminiscencias hispano-coloniales. Como sucede con nuestro traje nacional: la muy conocida pollera. Así lo señala una de las canciones más reconocidas del folklore popular panameño”:

*Lo más bonito del Mundo,
no hay quien lo pueda negar
La pollera, el tamborito y*

⁴⁹ Entrevista número 16.

El Canal de Panamá

Es este tipo de folklore el que se reconoce mayoritariamente en la legislación y en la mayor parte de las políticas. Así, en materia legislativa cabe destacar la ley de inclusión de números de folklore panameño en espectáculos vivos de variedades (Ley nº 86 del 22/11/60), que impone la inclusión de actuaciones folklóricas en diferentes espectáculos para el fomento de la misma y su conservación, imponiendo sanciones en caso de incumplimiento.

Otra medida para el fomento del folklore, viene reflejada en la Ley 4 del 28 de enero de 1988, por la cual se fomenta la enseñanza de las expresiones folklóricas tradicionales en las escuelas del país y se dictan otras disposiciones como la obligatoriedad de impartir enseñanza de bailes folclóricos nacionales en las escuelas de danza.

Música

Cabe destacar la *Ley Nª 10* (De 8 de enero de 1974), por medio de la cual se dictan normas para proteger a los Artistas y Trabajadores de la Música Nacional. Con ellas se busca fomentar la contratación de las y los profesionales de la música nacional sobre la extranjera. También se establecen los precios mínimos que tendrán algunos servicios musicales específicos.

En 1988 se aprueba la Ley 11, por la cual se toman medidas de protección a las y los compositores, intérpretes y músicos, en el que se compromete la elaboración de una política de estímulos y beneficios nacionales para este grupo, así como la celebración anual de un festival de música panameña. La ley busca difundir y fomentar la música nacional obligando a que se emita y reproduzcan tres canciones o piezas nacionales veces por cada cinco extranjeras.

A pesar de las leyes que promueven la difusión y el fomento de la cultura musical nacional, no se llevan a cabo esas medidas y parecen –además de ser insuficientes- quedar sólo en el papel. La ineficiencia de las políticas culturales está relacionada, entre otros factores, con el hecho de que “*no hay dentro del programa educativo panameño materias que promuevan los procesos creativos, en el sistema educativo la parte cultural se ha quedado muy atrás en comparación a áreas como la tecnológica que cuentan el SENACYT, por ejemplo como un impulsor importante.*”⁵⁰

Sociedad Panameña de Autores y Compositores (SPAC)

La Sociedad Panameña de Autores y Compositores (SPAC) es una Entidad de Gestión Colectiva sin fines de lucro cuya misión es preservar los derechos de autor y administrar con eficiencia los derechos económicos resultantes de la utilización pública de las obras de autores nacionales, socios de la entidad y/o extranjeros a los cuales representa, en virtud de los convenios con sociedades homólogas.

La Dirección Nacional de Derecho de Autor, del Ministerio de Educación en 1996, le otorgó la licencia de funcionamiento a la SPAC para operar como sociedad de gestión colectiva, constituyéndose en la primera y única sociedad autorizada para representar los intereses de autores y compositores. Inicia su actividad el 29 de enero de 1997 con la publicación de las tarifas que cubrían modalidades de uso de obras musicales en eventos bailables y conciertos con cobro de entrada y máquinas de música y traganíqueles. El resto de las tarifas fueron publicadas a finales del 2000.

⁵⁰ Entrevista número 10.

Dentro de sus objetivos se encuentran: a) Proteger y defender las obras intelectuales de los autores y compositores panameños dentro y fuera del país; b) Procurar los mayores beneficios culturales y económicos para todos sus miembros; c) Hacer cumplir la ley de propiedad intelectual; y d) Fijar, recaudar y distribuir todas las retribuciones económicas correspondientes.

En el año 2014 se pagó \$652,050.81 en regalías al extranjero y apenas \$76,107.11 a nacionales.

Libro

En la industria del libro, cabe diferenciar como organismo relevante la Cámara Panameña del Libro. Fundada en mayo de 1977, es una Institución sin fines de lucro, reconocida como tal por el Ministerio de Educación y el Ministerio de Economía y Finanzas de la República de Panamá cuyo objetivo primordial es unir a todas aquellas personas físicas o jurídicas que trabajen en el país con el libro o para el libro y sus conexos; procurar la defensa de sus intereses comunes y el sano desarrollo de sus actividades; y alcanzar el incremento general de la cultura y la educación en forma permanente y continuada.

En cuanto a legislación, en Panamá no existe una Ley del Libro, ni una Dirección General que se ocupe específicamente de esta materia, algo que los actores de este subsector consideran un instrumento fundamental para su incentivación, en el país que –no lo olvidemos- es el que menos índice de lectura tiene en toda la región latinoamericana.

Turismo

Se incluye el turismo por sus interacciones con las industrias culturales, más en un país como Panamá donde este sector cuenta con una gran potencialidad para propiciar un desarrollo más inclusivo, con beneficios distribuidos en todo el territorio nacional. Dentro de él, la principal medida llevada a cabo ha sido el *Plan Maestro de Turismo Sostenible (2007-2020)* financiado por PNUD, BID y la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP). Surge como una estrategia para fomentar el turismo en Panamá, aumentar el empleo y los ingresos del sector y combatir la pobreza a nivel nacional, provincial y local. Sus objetivos se concretan en: a) Promover el desarrollo turístico sostenible a través de la mejora de la capacidad institucional a nivel nacional y regional (el desarrollo de recursos humanos, el desarrollo de investigación, y mejor planificación de sector y el gobierno), y local (el desarrollo de la comunidad que promueve). b) Asegurar que los beneficios económicos del desarrollo alcance a todos los sectores del país. c) Potenciar y racionalizar el sector turístico en el horizonte temporal de 2020, generando un aumento sustancial de ingresos y empleo en turismo, tanto en el conjunto nacional, como en sus provincias y comunidades locales.

El Plan Maestro, ahora en fase de actualización, incorpora un apartado de turismo cultural, si bien luego su desarrollo práctico es muy limitado, dado que –en realidad- no hay definida una estrategia específica para su promoción ni tampoco productos culturales concretos susceptibles de formar parte de la misma.

A juzgar por las cifras que proporciona la ATP a través de su página web, el crecimiento ascendente conseguido entre los años 2010 y 2012 está comenzando a remitir.

Tabla 44. Aspectos económicos del sector turístico. Panamá. Varios años.

AÑOS	PIB A PRECIOS CORRIENTES	% DE CRECIMIENTO	GASTO TURÍSTICO	% DE CRECIMIENTO	GT/PIB P
-------------	---------------------------------	-------------------------	------------------------	-------------------------	-----------------

2005	15,464.70	9.1	1,104.50	22.7	7.1
2006	17,133.80	10.8	1,445.50	30.9	8.4
2007	21,121.90	23.3	1,799.20	24.5	8.5
2008	24,884.00	17.8	2,217.00	23.2	8.9
2009	25,925.10	4.2	2,268.80	2.3	8.8
2010	28,814.10	11.1	2,620.80	15.5	9.1
2011	33,270.50	15.5	3,604.40	37.5	10.8
2012	37,956.20	14.1	4,575.70	26.9	12.1
2013	42,648.10	12.4	5,078.00	11	11.9
2014 (preliminares)	46,212.60	8.4	5,476.40	6.8	11.9

Fuente: ATP, 2014⁵¹

En relación a este sector, los informantes consultados para esta investigación destacan la existencia de problemas con la ejecución del Plan Maestro, resaltando que en la administración pasada se paralizó, así como el fracaso de la iniciativa de la *Cuenta Satélite de Turismo*, cuyos datos aún son insuficientes (se desconocen datos de los lugares específicos más visitados, los productos que se consumen, etc.).

Con todo, una de las medidas a destacar en el sector turístico ha sido la aprobación en 2012 de la Ley 80 que dicta *normas de incentivos para el fomento de la actividad turística de Panamá*. En ella se menciona la importancia que tiene la cultura para el sector al considerar como productos turísticos los recursos naturales y culturales y los valores simbólicos. En la misma se define un tipo de turismo cultural/étnico relacionado con el patrimonio tangible e intangible del país incluyendo las comunidades indígenas y sus distintas culturas.

No existe, sin embargo, interacción entre las políticas e instituciones turísticas y culturales del país; tampoco medidas que incentiven verdaderamente el turismo cultural. Aún existe una importante desconexión entre turismo y cultura.

Políticas de emprendimiento

Entre el conjunto de actores de las políticas de emprendimiento a destacar en Panamá que pudieran resultar beneficiosas para la actividad emprendedora en el sector cultural, cabe destacar tres organismos principales:

AUTORIDAD DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (AMPYME)
(<https://ampyme.gob.pa/>)

La *Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME)* fue creada mediante Ley N° 8 de 29 de mayo de 2000, y tiene la finalidad de fomentar el desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, mediante la ejecución de la política nacional de estímulo y fortalecimiento del sector, para contribuir con la generación de empleos productivos, el crecimiento económico del país y una mejor distribución del ingreso nacional.

⁵¹ Nota: Existe un informe de la ATP titulado Estadísticas de Turismo 2007-2016. Sin embargo, en una Nota en su página web, la ATP indica: "Aún no se dispone de cifras estadísticas actualizadas ya que dependemos del servicio nacional de emigración para el envío de la base de datos al Instituto de Estadística y Censo ya que posteriormente es enviada después de su revisión y publicación al Departamento de Estadística de la ATP. Una vez recibidos estos cuadros se procede a la actualización de los mismo en la Página web".

AMPYME desarrolla su trabajo, principalmente, en dos clases de programas: los de capacitación y asistencia técnica y los de financiamiento. Además, cuenta con un directorio empresarial gratuito para la promoción de la micro, pequeña y mediana empresa.

Algunos de sus proyectos son: El Programa Fideicomiso para el Microcrédito en Panamá (administrado por COLAC); El Fondo de Capital Semilla (de hasta 1,000 balboas); El Fondo de Garantía; El Programa “Mi Barrio Emprendedor”; Los Planes de capacitación en gestión empresarial (dirigidos, por lo general, a territorios y colectivos vulnerables); y El Registro Empresarial.

AMPYME no cuenta en la actualidad con ninguna línea específica en materia de emprendimiento cultural.

SENACYT (<http://www.senacyt.gob.pa/>)

La *Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SENACYT)* de la República de Panamá es una institución autónoma cuya misión es convertir la ciencia y la tecnología en herramientas de desarrollo sostenible para el país. SENACYT fue creada por la Ley 13 de 15 de abril de 1997, modificada posteriormente por la Ley 50 de 21 de diciembre de 2005 que le confirió autonomía a la institución en sus tareas administrativas. La Secretaría trabaja guiada por los lineamientos establecidos en el *Plan Estratégico Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (PENCIYT) 2015-2019*.

Todas las actividades, proyectos y programas de SENACYT comparten un objetivo principal: fortalecer, apoyar, inducir y promover el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación con el propósito de elevar el nivel de productividad, competitividad y modernización en el sector privado, el gobierno, el sector académico-investigativo, y la población en general.

Dentro de la institución, la *Dirección de Innovación Empresarial* es quien tiene encomendada la labor de potenciar la creación y fortalecimiento de emprendimientos innovadores en Panamá. En ese marco, se llevan a cabo dos tipos de convocatorias:

Convocatorias de Fomento a la Innovación Empresarial (empresa privada). Su objetivo es fortalecer la competitividad empresarial mediante el fomento de la innovación. Va dirigida a personas jurídicas con fines de lucro debidamente registradas en Panamá. Estas podrán participar solas o en conjunto con otras organizaciones nacionales o internacionales. Los proyectos adjudicados pueden tener una duración de hasta dos años. Las áreas temáticas que abarcan son: Ciencias de la Salud, Ciencias Agropecuarias, Acuícola, Pesquera y Forestal, Industria y Energía, Logística y Transporte, Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, Tecnologías de la Información y Comunicaciones, Turismo.

Se otorgan montos de hasta 250,000 balboas, con un financiamiento de hasta el 65% del costo total del proyecto, según las necesidades plenamente justificadas del mismo.

Convocatoria a Nuevos Emprendimientos (personas naturales). Tiene como objetivo apoyar -aportando capital semilla- a la creación de empresas en Panamá basadas en una innovación. Está dirigida a personas naturales. Los proyectos adjudicados podrán tener una duración de hasta dos años. Las áreas temáticas son las mismas que en la convocatoria de fomento de la innovación empresarial. Existen dos categorías: La categoría A. Para estudiantes universitarios de último curso o recién graduados de licenciatura, maestría, postgrado o doctorado, tanto en Panamá como en el exterior. Montos: Hasta el 100% del costo total del proyecto, según las necesidades

plenamente justificadas del mismo hasta un máximo de B/. 100,000. La categoría B. Personas naturales de nacionalidad panameña que propongan crear una empresa en Panamá. Montos: Hasta 80% del costo total del proyecto, según las necesidades plenamente justificadas del mismo hasta un máximo de B/. 100,000.

Por primera vez, SENACYT ha sacado una convocatoria para este año 2018, en el marco del Programa de Fomento a la Innovación Empresarial, en que se incluyen específicamente sectores culturales. Esta convocatoria, dirigida a personas naturales, cuyo objetivo es "Apoyar a emprendedores panameños para que desarrollen proyectos de innovación." Los aspectos a destacar de esta convocatoria está el que entre las áreas temáticas que se consideran, se incluye: Artesanías Nacionales y Emprendimiento cultural. Así como el que se trata de un subsidio económico de hasta el 100% del costo total de la propuesta, según las necesidades plenamente justificadas de la misma, hasta la suma máxima de B/. 60,000.00. Los proyectos adjudicados podrán tener una duración máxima de hasta doce (12) meses.

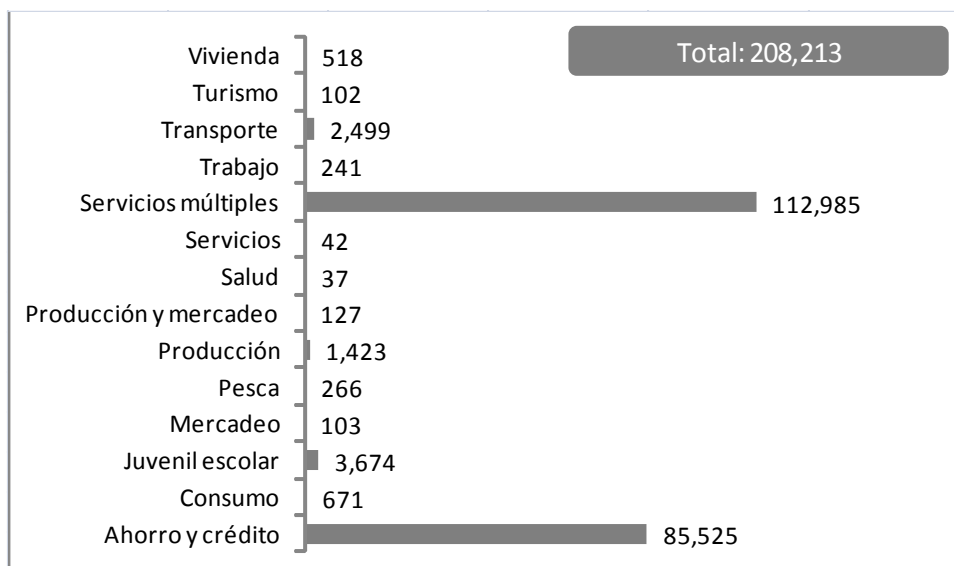
IPACOOOP (<http://www.ipacoop.gob.pa/new/>)

El *Instituto Panameño Autónomo Cooperativo* es la institución responsable de formular, dirigir, planificar y ejecutar la política cooperativa del Estado. Fue creado mediante la Ley 24 del 21 de julio de 1980, promulgada en la Gaceta Oficial No. 19.121 de 21 de julio de 1980. IPACOOOP cuenta con una serie de programas que se centran en temas de gestión socio educativa. Formación empresarial, mujer e igualdad de género, cooperativismo juvenil, tecnología educativa, información y educación y calidad total. Su misión es aplicar métodos modernos de educación, asistencia técnica, supervisión y divulgación, con el fin de impulsar las cooperativas como alternativa socio económica, democrática, solidaria y auto sostenible. En ocasiones, IPACOOOP apoya actividades culturales prestando toldas o insumos. Sus objetivos operativos son: Implementar la modernización tecnológica; el fortalecimiento de la Dirección de Asistencia Técnica, Educación y auditoría, incluyendo las provincias; retomar cambio a la legislación; mejorar la imagen de la Institución de forma integral; impulsar la promoción y fortalecer el cooperativismo juvenil; estandarizar los procesos internos de todas las Direcciones Nacionales y Provinciales; el Desarrollo del Personal, por medio de Educación continua, gestión de calidad, a través de Evaluación del Desempeño; e implementar programas sociales, mediante una participación activa.

Destacan los *programas* siguientes: Programa de gestión socioeducativa; Programa de formación empresarial; y Programa de cooperativismo juvenil.

Ninguna de las actuaciones de IPACOOOP está dirigida al sector cultural.

Gráfico 61. Cooperativas activas en la República de Panamá, por tipo: al tercer trimestre 2017.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Instituto Panameño Autónomo Cooperativo (IPACOOOP).

Políticas dirigidas a la protección de los derechos culturales de los pueblos indígenas

En Panamá hay siete pueblos indígenas que sobrevivieron a la conquista española, ellos son: Ngäbe, Buglé, Guna Yala, Emberá-Wounaan, Naso o Teribe y Bri Bri. Según el Censo del año 2010, la población indígena del país es de 417,559 habitantes, representando un porcentaje del 12.03 % sobre el total de la población panameña.

En materia de diversidad cultural, la legislación más relevante en este ámbito es la *Ley de propiedad intelectual de los pueblos indígenas* (Ley 20 de 26 de junio de 2000), para la protección y defensa de la identidad cultural y de sus conocimientos tradicionales. Exige que la solicitud de registro de los derechos colectivos de los pueblos indígenas sobre su música, danzas, expresiones orales o escritas, etc. deberán registrarse en la Dirección Nacional de Derechos de Autor, el reglamento de uso y comercialización del arte, artesanías y otras manifestaciones culturales basadas en las tradiciones de los pueblos indígenas deberá regirse por el reglamento de uso de cada pueblo indígena, aprobado y registrado en la Dirección Nacional de Derecho de Autor.

El capítulo IV titula: *Promoción de las Artes y Expresiones Culturales Indígenas* que dicta “Las artes, artesanías, los vestidos y demás formas de expresión cultural de los pueblos indígenas, serán objeto de promoción y fomento por parte de la Dirección General de Artesanías Nacionales del Ministerio de Comercio e Industrias”, una promoción y fomento que -en la práctica- es prácticamente nulo.

“Se constata el incumplimiento sistemático de la Ley. Se necesita una modificación urgente de la misma. Hay que reunirse y empezar cada pueblo a poner un granito de arena para cambiar esta norma y, sobre todo, para conseguir que sus preceptos se apliquen. “Si no lo hacemos nosotras ¿quién lo va a hacer?” Se necesita un empoderamiento efectivo para abordar esta revisión”.⁵²

De hecho, el primer permiso solicitado y concedido a nivel nacional en cumplimiento de esta Ley se ha llevado a cabo en 2015. Un hecho que llama la atención poderosamente en un país en el cual la mayor parte de las artesanías –y sobre todo las más características- son realizadas por mujeres de las comunidades indígenas panameñas.

*“Tenemos una marca llamada Franklin Panamá que se dedica a la impresión de Molas Gunas en textiles, contamos con una licencia de exclusividad en donde se nos ha otorgado este permiso, el cual está debidamente registrado en el Ministerio de Comercio. Nuestro permiso es el número 1 que se ha dado en el país conforme a la Ley de protección de propiedad intelectual de los pueblos indígenas”*⁵³.

Políticas locales de emprendimiento cultural

A la hora de identificar las políticas e iniciativas llevadas a cabo en el ámbito local centradas en el sector cultural y con incidencia en el emprendimiento en cultura, destaca -sin duda- la Alcaldía de Panamá (<http://mupa.gob.pa>) como principal (y casi único) agente de las mismas.

Eso no significa que otros municipios del país no impulsen acciones y eventos de carácter cultural (actuaciones musicales, festivales, ferias, etc.) pero, en prácticamente ningún caso, cabe encuadrar estos dentro de las ópticas de la cultura y desarrollo. De hecho, Panamá tiene todavía -como una de sus principales asignaturas pendientes- la puesta en marcha y consolidación de políticas de desarrollo local, hoy prácticamente inexistentes, en un contexto en el cual la descentralización y el fortalecimiento del poder municipal apenas comienza a materializarse con la Ley 66 de 29 de octubre de 2015 para los procesos de descentralización municipal. Y no

⁵² Conclusiones del Taller “Identificación de Desafíos y Oportunidades para el Emprendimiento de Mujeres Indígenas (turismo y artesanía)”, celebrado en el marco del Foro “Autonomía Económica de las mujeres indígenas en el siglo XXI, el reto a nuestro alcance”. Panamá, 28-29 de septiembre de 2017.

⁵³ Entrevista número 17.

puede obviarse que, es justamente en el marco local, donde resulta más viable el despliegue de los derechos culturales, la participación popular, la expresión de la diversidad humana, la promoción de capacidades, la identificación y concreción de oportunidades para los pequeños emprendimientos, en suma, de todos aquellos ingredientes que son indispensables para una agenda cultural engarzada con el progreso económico y humano.

Es en la ciudad capital, y sólo a partir del actual período de Gobierno, donde puede hablarse de la existencia de una estrategia centrada en la cultura como motor del desarrollo social y económico de la comunidad local. De hecho, la actividad desplegada en menos de cuatro años ha marcado ya un antes y un después por su visibilidad, calidad de la oferta y extensión a las áreas populares. Pero, más allá de sus logros hasta la fecha, lo que vale la pena resaltar es el giro que representa la nueva visión que pretende implantarse, y se está implantando ya, en la perspectiva de garantizar el ejercicio de los derechos culturales y la cultura como dimensión del desarrollo y la construcción de ciudadanía en el distrito de Panamá. En esa línea se desenvuelve su Plan Cultural⁵⁴.

Plan Cultural MUPA (2014-2019)

Plan impulsado por la Subdirección de Cultura de la Alcaldía de Panamá bajo el paradigma de cultura y desarrollo, siendo tres los ejes de acción hacia los que dirigen sus actividades: participación, democratización y desconcentración de la cultura. El objetivo general del plan es elaborar una política cultural municipal que garantice el ejercicio de los derechos culturales y la cultura como dimensión del desarrollo.

El Plan tiene como actores principales a: la juventud, dado que representa el 50% de la población del Distrito; las Juntas Comunales; las ONG; los gestores culturales, es decir, las personas que proponen a la Alcaldía actividades diversas, pero de valor para la ciudadanía. Hacia esta figura se dirigen procesos de sensibilización y formación que les haga entender que el papel de la Alcaldía es el del socio, y no de un simple financiador que subvenciona cualquier actividad. Se trata de una capacitación que pueda ir guiándoles hacia las necesidades reales del territorio en materia de cultura; la comunidad organizada.

El plan ha llevado a cabo una serie de programas enfocados al fortalecimiento institucional, a través de la profesionalización de las personas trabajadoras en espacios institucionales como bibliotecas, centros educativos y la misma Subdirección; la creación y mejora de infraestructuras y espacios comunitarios de intervención que buscan un aumento de la participación cultural ciudadana al incrementar el alcance de la misma, así como la creación de redes comunitarias.

La filosofía del plan es promover un tipo de “cultura viva comunitaria” basada en la convivencia solidaria y el uso común de los espacios públicos por parte del total de la población, fomentando el acceso y apropiación de la oferta cultural. Se concibe así la cultura como un bien colectivo que debe estar al alcance de la ciudadanía y haciéndola partícipe de ella. Para llevar a cabo su propósito se desarrollan diferentes programas y actividades en espacios públicos, incluyendo aquellos tradicionalmente excluidos. De las iniciativas llevadas a cabo cabe destacar: 1) *Los Puntos de Cultura*: Promueven la utilización de centros educativos como centros culturales y ciudadanos durante los fines de semana, ofreciendo actividades educativas, culturales y de uso del tiempo libre; 2) *Cerca*: Centros de Recursos Creativos y Artísticos

⁵⁴ Entrevista número 14.

(CERCA), nuevas escuelas de arte de la Alcaldía de la capital, orientadas a niños, adolescentes y jóvenes del distrito, ubicadas en las zonas de Panamá Este y Centro. El primero de ellos fue inaugurado en septiembre de 2017. Su propósito es democratizar la oferta artística y cultural de la Alcaldía, a través de una programación permanente en zonas de la ciudad que no han disfrutado de este beneficio; 3) *Festival MUPA* y África en América, a los que me he referido ya en un punto anterior; 4) *Panamá, Ciudad Creativa de la Gastronomía*: en el contexto de dicha designación por parte de la UNESCO, se ha establecido una programación que pretende potenciar, articular y difundir la oferta culinaria de la ciudad a través, entre otros, de la celebración de corredores gastronómicos en algunos barrios; 5) Los procesos de formación y actualización a través de talleres, seminarios, foros y conferencias para todos los públicos y programas de capacitación para profesionales; 6) La designación de Embajadores Culturales: La intención es crear un censo de las organizaciones, grupos, colectivos o personas que desarrollan actividades culturales en los barrios, para reconocer y promover estas expresiones desde los Puntos de Cultura; 7) La creación de alianzas estratégicas con diferentes organismos para la realización de distintos programas y actividades que se sitúen dentro de uno de los tres ejes de acción. Algunas de las organizaciones son el MEDUCA, INADEH, ACNUR, ONU o la Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín y el Área Metropolitana (ACI); 8) Entre las proyecciones del plan se encuentra la creación de una *Escuela Metodológica de Gestores Culturales y Sociales*, que funcione como impulso para la mejora de la calidad de las intervenciones comunitarias.

La Alcaldía de Panamá está llevando a cabo en la actualidad actuaciones integrales para la recuperación y vitalización de barrios emblemáticos de la capital, en el marco del Plan de Acción para la Ciudad Metropolitana, que tendrán una incidencia importante en la vida social y cultural del centro de la ciudad.

Por último, merece la pena destacar la reciente puesta en marcha del Fondo “Panamá ciudad de 500 años”, un mecanismo de inversión para proyectos que puedan contribuir a la conmemoración y valorización de los 500 años de la fundación de la Ciudad de Panamá. Este Fondo, que en 2017 tuvo una dotación de USD 250,000-, cuenta con el apoyo del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y su propósito es el de “*estimular y fortalecer el sector cultural y creativo del país y la participación ciudadana, en la formulación de proyectos innovadores alineados a los objetivos de la Comisión 500 años de Fundación de la Ciudad de Panamá. En particular, el Fondo apoya proyectos que contribuyan a:* a) La sensibilización, educación, comunicación, divulgación y/o creación de debates sobre los hechos históricos y bienes patrimoniales de la Ciudad de Panamá; b) Documentar y/o analizar los valores que motivaron a la fundación de la ciudad; c) Rescatar los monumentos, documentos y demás bienes que son testimonio de la fundación de la ciudad”.⁵⁵

El Fondo invierte un máximo del 50% de los recursos necesarios para ejecutar los proyectos, hasta una cuantía máxima de USB 20,000- por iniciativa. Estas deben fomentar la participación ciudadana, así como la igualdad de género, la diversidad cultural y la inclusión de minorías.

⁵⁵ <http://fondopanama500.org/>

5.5 Experiencias destacadas

En Panamá, a pesar de la gran deficiencia de la política cultural, existen múltiples agentes clave, además de los ya descritos, en materia de fomento del emprendimiento cultural (asociaciones, universidades, empresas culturales, gestores culturales, artistas. etc.). Algunos de estos agentes han sido, por ejemplo, los impulsores directos del *Proyecto de Ley General de Cultura* presentado en 2012, así como de diferentes vías, programas y herramientas que se convierten en actividades e iniciativas beneficiosas para el fomento de las industrias culturales, aunque sean limitadas en su alcance.

Se apuntan ahora algunas experiencias llevadas a cabo recientemente, o bien programadas para realizar en el futuro cercano. Son muy escasas las relacionadas estrictamente con el emprendimiento cultural, por lo cual se ha ampliado el espectro a algunas otras que tienen incidencia indirecta en él (ya sea por su impacto en el mercado, en el entorno o en la constitución de las bases de un futuro ecosistema), siempre encuadrándolas en los enfoques de “cultura y desarrollo”. Algunas de las más notables son:

“Desarrollo de las industrias culturales en la ciudad de Panamá potenciando la zona del Casco Antiguo” (2009-2012)

Proyecto cofinanciado por el Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo (BID/FOMIN) y ejecutado por la Oficina del Casco Antiguo (OCA) bajo la responsabilidad del Instituto Nacional de Cultura (INAC) y contando con la administración del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Ha sido el primer –y más importante hasta la fecha- proyecto promovido en Panamá específicamente orientado al emprendimiento cultural, si bien se trató de una iniciativa que presentó multitud de dificultades en la ejecución y sólo pudo desarrollarse parcialmente.

El proyecto, con una duración prevista de 42 meses, contabilizados a partir del 19 de marzo de 2009 (fecha de firma de su convenio regulador), tuvo por finalidad la de contribuir a posicionar al Casco Antiguo como un polo de atracción y articulador para la captación y desarrollo de las industrias culturales en Panamá, siendo su propósito la implantación de iniciativas empresariales vinculadas con las industrias culturales en la Ciudad de Panamá (BID, 2009).

Para ello se organizó en los siguientes cinco componentes: I) Estrategia para el Impulso de las industrias culturales, II) Creación y aceleramiento de empresas de base cultural, III) Desarrollo e Implementación de nuevos servicios y productos culturales a través de alianzas empresariales, IV) Capacitación en Gestión Cultural y V) Sostenibilidad, Promoción y Difusión. Fueron sus principales resultados esperados: 90 emprendedores apoyados en el desarrollo de ideas de negocio (70 de los cuales recibirían seguimiento y asistencia técnica para la implementación de los planes de negocio y 50 constituirían empresas perdurables en el tiempo); creación de 200 puestos de trabajo estables y 300 temporales; 120 personas capacitadas en gestión cultural y una diplomatura y/o licenciatura desarrollada en gestión cultural; 4 proyectos empresariales culturales emblemáticos para el impulso del Casco Antiguo; posicionamiento del Casco como centro neurálgico del desarrollo cultural de la ciudad y consolidación del tejido institucional de apoyo a la industria cultural en la capital.

Dentro del Componente II (el más vinculado de manera específica al emprendimiento cultural), las actividades programadas fueron las siguientes: la convocatoria, concurso y selección de potenciales emprendedores culturales; los Talleres de perfeccionamiento de ideas dentro de la

industria cultural; el diseño de la metodología de capacitación y de los materiales: tipologías según sectores; nivel educativo y potencial crecimiento del proyecto; la formación de formadores en aceleración de empresas; la implementación de la capacitación en desarrollo empresarial para emprendedores seleccionados según metodología desarrollada. Incluye en el diseño plan de negocios; la asistencia técnica para la implementación del plan de negocios y/o estratégico institucional; y el desarrollo de proyectos empresariales culturales emblemáticos del Casco Antiguo.

El proyecto fue aprobado con un coste total de US \$1,915,000 de los cuales \$1,291,000 procedían de recursos no reembolsables de BID/FOMIN y \$624,000 correspondían a la contrapartida nacional; dentro de esta última participaron la OCA, Fundación Ciudad del Saber y FUNDES mediante contribuciones en especie.

Sin embargo, finalizado el período programado para su ejecución nada más se había ejecutado un 28% del presupuesto total del proyecto. Según el Informe de Evaluación Intermedia Final, “en parte podría justificarse la demora en el hecho de que al inicio, el Programa requirió casi un año en iniciar su ejecución (febrero de 2010), por la demora en formalizarse el convenio con PNUD para administrar los recursos (se firmó con PNUD recién 9 meses después de la firma del Convenio FOMIN-INAC). Luego, durante 2010 hubo una interrupción por una modificación sustantiva con PNUD, luego una demora por una modificación del Convenio y finalmente, se paralizó 4 meses por la suspensión en la contratación del coordinador de la UEP. En síntesis, el Programa estuvo interrumpido por razones ajenas a su propia gestión, por un período de casi un año y medio. Pero no obstante ello, en los 2 años restantes en que sí estuvo en ejecución, tuvo suficiente tiempo como para haber ejecutado más de la mitad del presupuesto y de las actividades previstas, hecho que no ocurrió” (BID, 2009).

Dos componentes no se ejecutaron (el III y el V), siendo el IV el que –si bien representando un monto pequeño del proyecto, apenas un 2.6%- alcanzó el mayor grado de ejecución bajo el liderazgo de la Universidad Tecnológica de Panamá (UTP), sobrepasando los objetivos marcados (115%).

La evaluación intermedia final destaca que, en relación a las instituciones no gubernamentales de apoyo, *“fue muy positiva la participación de la Fundación Ciudad del Saber, tanto en la eficiencia de su trabajo como en el involucramiento hacia el proyecto, pero no así la de FUNDES que desde el inicio no tuvo una motivación importante en participar y luego cambió su perfil institucional (de ONG a una firma consultora independiente) dejando de cumplir con sus compromisos con el proyecto”*.⁵⁶

En noviembre de 2012, la entonces Directora del INAC solicitó una prórroga hasta el 19 de septiembre de 2013, que no fue concedida, según consta en la comunicación Ref. ATN/ME 11299-PN, de 5 de diciembre de 2012.

Las razones para ello quedan explicitadas en el Reporte final del estado del proyecto, fechado en diciembre de 2012 (FOMIN, 2012).

“La evaluación intermedia se efectuó en octubre de 2012 y se concluyó que debido a múltiples razones tanto internas como externas, tales como la falta de interés por parte del INAC y una débil unidad ejecutora, el proyecto tuvo una baja ejecución y un elevado nivel de

⁵⁶ <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=38161453>

incumplimiento en las metas y actividades originalmente previstas en el Marco Lógico. En el plazo de 42 meses que se tenía previsto para su ejecución, solamente se logró desembolsar un 19% de los recursos del FOMIN y un 49% de los recursos de contrapartida. La conclusión general es que los resultados alcanzados fueron insatisfactorios. Se cumplieron solamente 6 hitos de los 16 planificados y 2 de los 5 componentes no fueron ejecutados. En referencia a los riesgos, 2 de los 3 riesgos identificados durante la fase de diseño de la operación no fueron adecuadamente mitigados y se convirtieron en un problema durante la ejecución. Se lograron 6 de los 23 de los indicadores del Marco Lógico. Mediante la nota n° CPN-2042/2012 de 5 de diciembre de 2012, se procedió a comunicar la cancelación de los recursos no desembolsados del proyecto”.

El documento contiene un apartado sobre lecciones aprendidas, que brindan pistas acerca de los problemas de entorno que existen en Panamá para impulsar proyectos de emprendimiento cultural de largo alcance, liderados en exclusiva desde el sector público.

“De acuerdo con la evaluación intermedia, las lecciones aprendidas fueron: (i) no dio resultado que el proyecto fuera administrado por otro (la OCA) debido al desinterés del INAC hacia el mismo durante todo el plazo transcurrido; (ii) las complejidades administrativas del PNUD contribuyeron a la insuficiente performance del proyecto; (iii) la selección de los emprendedores-beneficiarios debió basarse en otros criterios (experiencia, antigüedad en la actividad y priorizando los ya localizados en el CA); (iv) el Comité Directivo y el Comité Consultivo debieron constituirse desde el inicio asegurando su funcionamiento mensual y semestral respectivamente y ampliando su integración con un representante del Banco para monitorear su funcionamiento, y (v) la integración de los nuevos emprendimientos culturales en el Casco Antiguo estuvo demorada por los trabajos de restauración de calles y edificios y por la especulación inmobiliaria, dos factores no contemplados al inicio del proyecto”.

Un proyecto tan importante como el señalado no pudo llegar a buen puerto. Sin embargo, todavía hoy, sus objetivos y actuaciones siguen respondiendo a una necesidad real. Y, con todo, la iniciativa dejó no sólo aprendizajes de cara al futuro sobre los cuales conviene reflexionar, sino algunos impactos positivos que constituyen una base para continuar avanzando hacia la consecución de los objetivos que el proyecto se marcó. Resaltaré cuatro de ellos: a) la constitución de 20 emprendimientos culturales en el Casco Viejo; b) la capacitación de 170 gestores culturales, muchos de los cuales hoy son quienes lideran los esfuerzos que –tanto en el sector público como privado- se llevan a cabo para impulsar las industrias culturales y creativas en Panamá, c) la generación de abundante información de valor (estudios, diagnósticos, mapeos, etc.) que conforman una línea de base para el impulso de acciones exitosas en este sector y d) una evaluación interna y externa en torno a lo que funciona y lo que no, a los actores que hay que considerar y al tipo de mecanismos que se requieren para la gobernanza de este tipo de proyectos.

Una de las aportaciones de interés de este proyecto fue el estudio realizado para la Línea de Base, debido a su aporte acerca del perfil de los emprendedores y emprendimientos de naturaleza creativa-cultural y que permanecían activos en el Casco Antiguo de Panamá en el año 2010.

Los hallazgos se obtuvieron a través de la realización de un cuestionario estructurado en 85 preguntas realizadas a una muestra de 58 personas. Del total de los resultados obtenidos, cabe resaltar las siguientes características de los perfiles de las personas emprendedoras:

- Género: 50% es la proporción de hombres y mujeres encuestadas.
- Predominancia de personas jóvenes. El 67% del total de la muestra se concentra en la sumatoria de los rangos entre 18 a 29 (29%) y de 30 a 41 (38%) años.
- El 64% de la muestra posee nacionalidad panameña.
- Nivel educativo elevado. El 85% de la muestra posee estudios universitarios o postgrados completos.
- El 55% cumple el cargo/función de dueños(as) o socios(as) de su propio negocio, aunque el 82% del total de la muestra, reconoce encontrarse en una situación de alquiler del local en el que realiza su actividad, frente al 12% que sí son dueños(as) del establecimiento.
- Solo el 36% de las personas encuestadas declaran facturar B/. 3,000.00 o más por mes.
- Casi dos tercios de los emprendimientos (62%) se encuentra formalizado como sociedad.
- Ausencia institucional. El 86% no ha recibido apoyo institucional.

“Consultados acerca de si han recibido algún tipo de apoyo institucional desde el gobierno o de organismos internacionales, el 86% respondió que no. Dentro del 12% de respuestas positivas las experiencias son satisfactorias y se han recibido patrocinios del gobierno, apoyo internacional a la conservación patrimonial y más específicamente del INAC, señalando que la experiencia ha sido neutral, por cuanto el sistema gubernamental utiliza protocolos que requieren tiempos que no son los de los emprendedores” (Neugovsen, 2011).

En cuanto a las características de los emprendimientos desarrollados en el Casco Antiguo, cabe destacar: a) Gran variedad de subsectores en los cuales los emprendedores han decidido desarrollar su actividad, primando la actividad gastronómica (21% de los emprendimientos se concentran en este subsector), además de aquellas que unen gastronomía con música (12%) o las artes plásticas (10%). Tras ellas, se encuentran las actividades desarrolladas en torno a artes plásticas, artesanías y productos típicos (19%). Otros rubros a considerar, que comparten igual proporción (5%), son la arquitectura, el ecoturismo, software y aquéllos relacionados con la producción mediática; b) Alto grado de formalización. La mayoría de los emprendimientos se formaliza en sociedades anónimas (62%), el 26% declara estar constituido como independiente o pequeña empresa, el 5% como fundaciones de interés privado (5%) y el 4% como fundaciones de interés público; c) Experiencia emprendedora. Del total de los emprendimientos, el 50% de ellos podría considerarse como establecidos (más de 3.5 años de actividad), contrastando con el 27% de emprendedores nuevos; d) Pequeñas empresas como protagonistas. El 62% de los emprendimientos están integrados por menos de 5 personas y solo el 12% supera las 16 personas.

Fomento de la Cultura y el Desarrollo en Portobelo (2011-13)

(<http://www.fundacionbp.org>)

Dicho proyecto, cuya primera fase culminó exitosamente hace apenas un par de años, ha sido ejecutado por la Fundación Bahía de Portobelo, contando con una contribución financiera del BID a través de una cooperación técnica, quien aportó USD 400,000.00. La contrapartida de la Fundación fue de USD 180,000.00 que -finalmente- se elevó a USD 373,710.84, lo que significa casi un 50% por encima de lo comprometido.

El proyecto tuvo como objetivo central “*generar desarrollo a través del impulso a la cultura local, la Cultura Congo, como base de la industria cultural y turística que se perfila como el eje de desarrollo natural de un área que es Parque Nacional, Patrimonio Histórico Nacional y de la Humanidad*”.

Sus actuaciones se dividieron en tres componentes:

1. *Creación de la Casa de la Cultura Congo*. La Casa de la Cultura Congo está ubicada en un lugar céntrico de Portobelo y proporciona un espacio público en el que se llevan a cabo talleres de formación cultural, con áreas de interpretación histórica y una galería de expresión artística, en la cual se comercializa la producción cultural de la comunidad basada en el Arte Congo (pintura, artesanías textiles, tambores, mobiliario, etc.).

Anexa a la misma, y con fondos propios, la Fundación ha construido un restaurante de comida local con vistas a la bahía y cuatro habitaciones de turismo solidario, persiguiéndose un doble objetivo: “Por un lado como proyectos piloto para atraer otras inversiones turísticas que tengan cabida en el frágil ecosistema de la zona y por otro fomentar la sostenibilidad de las acciones llevadas a cabo con el proyecto”.

2. *Desarrollo de capacidades artísticas en los jóvenes*. Ello mediante un amplio programa formativo cuya finalidad es, por un lado, mantener viva la cultura local como base para el empoderamiento de sus protagonistas y potenciar la calidad de los productos culturales y, por otro, generar medios de vida alternativos para las nuevas generaciones portobeleñas.

Los talleres versaron sobre multitud de materias: música, pintura/escultura, artesanía textil/madera, danza, construcción de instrumentos musicales con material reciclado, fabricación de tambores congo, circo y teatro, diseño gráfico, informática e inglés.

En paralelo, se construyó y habilitó un espacio diáfano y multidisciplinar, abierto a la comunidad y que contiene un lugar de ensayo para el grupo de comparsa Barrio Fino (proyecto artístico de la Escuelita del Ritmo, otro de los proyectos de la Fundación), junto a un espacio de grabación.

Por último, para impulsar la economía local y fomentar el espíritu emprendedor de los/las participantes, se abrió un pequeño plan de microcréditos, a cero intereses que los beneficiarios devuelven con dinero o en especie.

3. *Promoción de la Cultura Congo*. Por último, en el marco de esta iniciativa se pusieron en marcha diferentes actuaciones orientadas a crear mercado e ir construyendo destino, junto al apoyo prestado a los Festivales de Congos y Diablos y el de la Pollera Conga, una de las principales expresiones de las culturas afrocoloniales panameñas.

La entidad promotora de este proyecto, la Fundación Bahía de Portobelo, es una entidad 100% privada, que nace “*con el compromiso de mejorar la calidad de vida de la localidad con programas que buscan el progreso a través de la cultura*” (<http://fundacionbp.org/webes/about-us/>); con acciones que promuevan un desarrollo con identidad. Se encuentra vinculada, y es heredera, del Taller Portobelo, iniciativa que remonta a los años 70 del siglo pasado, cuando la reconocida fotógrafa panameña -y portobeleña de adopción- Sandra Eleta fundó un espacio para la creación de arte, conversaciones críticas sobre el arte e intercambios de ideas creativas. Hasta allí llegaron (y continúan llegando) artistas de todo Panamá y de otros países para colaborar con

la población local con proyectos audiovisuales, películas, vídeos, teatro, música y danza. Y, a partir de esas experiencias, se fueron impulsando otras tales como el Taller de Pintura Congo (dedicado a la preservación de la memoria de los antiguos cimarrones y la revitalización de sus tradiciones), una cooperativa textil y la organización de distintos eventos de difusión de la cultura local.

En la actualidad el trabajo de la Fundación sigue proyectándose en la comunidad a través de diversos proyectos, con especial incidencia en la música, danza, pintura y gastronomía local.

Terminar señalando que los gestores de la Fundación son, a su vez, los promotores del que probablemente sea el espacio de turismo cultural más singular, atractivo y exclusivo del país (“El otro lado” www.elotrolado.com.pa). cuyo personal (más de 30 personas) procede en su totalidad de la comunidad portobeleña. Una infraestructura que se entiende también como motor para potenciar las estrategias de capacitación y de atracción de demanda cultural al territorio.

Programa de cultura y emprendimiento de la Fundación Ciudad del Saber

La Fundación Ciudad del Saber destaca en Panamá como organismo independiente que apuesta por la valorización y promoción cultural existente en el país a través del desarrollo de eventos, talleres, actividades, estudios y poniendo a disposición diferentes espacios para el fomento de las prácticas y servicios culturales. La Fundación Ciudad del Saber ha puesto en marcha una estrategia de actuación en materia cultural que incluye una rica y variada oferta de actividades artísticas en el Campus, así como proyectos dirigidos a resaltar los valores históricos y patrimoniales del país. Algunos ejemplos a destacar, dentro de las labores realizadas por la organización son:

- *Estudios sobre economía cultural:* Diagnóstico general, Industria de la música, etc.
- *Espacio Ateneo:* un auditorio para cine, artes escénicas, conferencias y otras presentaciones, con más de 700 butacas y equipado con tecnología audiovisual de vanguardia. Esta infraestructura cultural funciona en el antiguo edificio del cine de Clayton rehabilitado por la Fundación Ciudad del Saber.
- *Mercado Urbano:* Busca promover la agricultura sostenible y la producción artesanal, así como crear nuevos espacios de encuentro e interacción ciudadana. Este espacio facilita el intercambio comercial entre la comunidad y fincas de producción orgánica e iniciativas similares.
- *Festivales culturales,* albergando algunos muy relevantes como el Panama Jazz Festival, Festival de Arte Dule, Festival Internacional de Danza Contemporánea PRISMA, etc.
- *Los Jueves de Jam:* La Fundación CdS organiza todos los jueves representaciones de música en vivo, al considerar este subsector como *un poderoso motor para el desarrollo de Panamá.*
- *Exposiciones, talleres y foros* relacionados con diferentes sectores culturales.
- *Promoción* de múltiples y diversos proyectos culturales, ofreciendo espacios, creando encuentros, foros, etc.
- *Apoyo a producciones cinematográficas* (por ejemplo, Historias del Canal).
- *Emprendimiento cultural,* dando inicio en noviembre de 2015 a un programa de capacitación dirigido a emprendedores/as que estén desarrollando un proyecto de base cultural o creativa con el fin de validar y mejorar su modelo de negocio. En el

marco de esta convocatoria se han seleccionado emprendimientos que hayan identificado una oportunidad de negocio y que cuenten con una primera versión o prototipo del producto o servicio que quieren ofrecer. Los talleres de formación son ofrecidos gratuitamente y se llevan a cabo, bajo la coordinación del Centro de Innovación de la Ciudad del Saber, a lo largo diciembre de 2015 y enero de 2016. Esta convocatoria es realizada en el marco del proyecto TRAMA – Cultura, Innovación y Economía Creativa, con el apoyo del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y fondos del Reino de Dinamarca, habiéndose presentado en la primera edición (fase piloto) 63 emprendedores/as, de los cuales han sido seleccionados 38.

- *TRAMA, Encuentro de Cultura, Innovación y Economía Creativa.* El primer encuentro realizado bajo la marca TRAMA se celebró en 2016 con el objetivo principal poner en la agenda de la sociedad panameña la necesidad de desarrollar políticas de apoyo a los sectores culturales y creativos como herramientas estratégicas para el desarrollo social y económico del país. El evento reunió en Ciudad del Saber a gestores, emprendedores y profesionales de la cultura y la creatividad, representantes de ONGs, de organismos internacionales, del campo académico, del ámbito empresarial y del sector público para compartir conocimientos y debatir sobre el ámbito cultural, carencias y necesidades en el país.
- *TRAMA, Encuentro de la gente de la Música en Panamá* (15-18 de mayo 2018). Con TRAMA 2018 se pretende crear un punto de conexión para los actores de la industria de la música en Panamá, generando nuevas alianzas creativas, profesionales y de negocios. El evento, de una semana de duración, tiene el objetivo de favorecer condiciones para una mayor profesionalización del sector, ofreciendo una ventana de posibilidades de ganarse la vida, capacitarse e innovar. TRAMA hará posible la presencia de actores clave de la escena nacional e internacional y facilitará la promoción exterior de la industria musical panameña. Incluyendo todos los estilos musicales, se dirige a todos los actores del sector musical: managers, promotores, productores, *booking agents*, artistas, compositores, arreglistas, técnicos de sonido y de escena, gestores culturales, programadores de festivales, empresas del sector, emprendimientos, ángeles inversionistas, DJs, gente de la radio y la televisión, asociaciones gremiales, ONGs y fundaciones del sector cultural, funcionarios de comercio, innovación y cultura, investigadores en ciencias sociales, disqueras independientes, especialistas en derechos de autor, cineastas, actores, organizaciones de cooperación internacional, estudiantes, profesores, prensa especializada, influenciadores de redes sociales, críticos, historiadores, melómanos y fans. Incluye también 3 noches de conciertos en los que se presentarán artistas y bandas musicales, previamente elegidos a través de una convocatoria pública por un jurado conformado por figuras reconocidas del sector de las industrias creativas, y contará con la presencia de 23 conferencistas. TRAMA es una iniciativa de la Fundación Ciudad del Saber, que cuenta con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) como aliado estratégico. Es organizado en colaboración con Fundación Tocando Madera, Folk Lab Studio, Fundación Afrodisíaco, Contraseñas Production y Show Our Show, y cuenta con la colaboración del Festival Internacional de Cine de Panamá (IFF) la Fundación Danilo Pérez y el Centro Cultural de España.
- *Otras actuaciones del Centro de Innovación que inciden en el emprendimiento cultural* son el *Programa de Aceleración*, el *Programa de Mentores* y el *Proyecto Canal de Empresarias* que-si bien no están focalizados específicamente en los

sectores creativo y cultural- incorporan emprendedoras y emprendedores encuadrados en estos, ofreciéndoles capacitación, asistencia técnica, posicionamiento en el mercado y apoyo en el acceso a recursos financieros.

Canal de Empresarias de la Fundación Ciudad del Saber (2015-18)

(<http://canalesempresarias.org>)

Igualmente en el marco de la Fundación Ciudad del Saber, esta iniciativa, impulsada por el Centro de Innovación de la Fundación y, hasta finales de 2017 por el Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo (BID-FOMIN), tiene por objetivo apoyar el desarrollo de empresas sostenibles y con potencial de crecimiento gestionadas por mujeres, así como contribuir a la creación de un ecosistema empresarial sostenible que promueva la creación y el crecimiento de los negocios de propiedad femenina.

Cuenta con tres componentes: a) Componente 1 (institucional): Fortalecimiento y Mejora de Red institucional de apoyo a mujeres emprendedoras y empresarias; b) Componente 2 (empresarial): Desarrollo y crecimiento de empresas lideradas por mujeres; c) Componente 3 (social): Gestión de comunicación y conocimiento.

Dentro del segundo de ellos, se han puesto en marcha itinerarios integrales dirigidos a apoyar la puesta en marcha y crecimiento de negocios a cargo de un amplio número de emprendedoras ubicadas en tres áreas geográficas del país (Panamá, Provincias Centrales y Chiriquí), mediante un proceso de trabajo dividido en cinco fases: Talleres on-line CREATE, para la mejora del perfil empresarial, Talleres presenciales para potenciar el desarrollo de habilidades creativas y de innovación, en el que generar y filtrar la idea de negocio, Talleres presenciales de emprendimiento y desarrollo de negocio, Mentorías y Talleres y acompañamiento de estrategia de innovación, mercadeo y financiamiento. Estas actividades se acompañan por un directorio de empresarias, la organización de ferias, bazares y foros periódicos, la creación de una comunidad de intercambio de experiencias, 6 núcleos sectoriales y un club que incentiva el comercio de proximidad, mediante tarjetas de fidelización. En la actualidad, el proyecto recibe apoyo de la Unión Europea (Iniciativa Al Invest) y de AMPYME, habiéndose beneficiado más de 1,300 mujeres de todas o algunas de sus fases y servicios.

Al menos un 15% de las iniciativas corresponden con el sector cultural, estimando en unos 55 proyectos de este campo los que han culminado todos los procesos. De entre ellos, destacan los impulsados por un grupo de 20 mujeres indígenas (de las etnias Guna y Emberá) que están siendo acompañadas, con una intensidad especial, para poner en marcha emprendimientos innovadores de turismo cultural y artesanía. Esta experiencia, que ha llevado a la creación del subprograma “Canal de Empresarias Indígenas” y que continúa actualmente en evolución, está suponiendo un cambio de enfoques en la manera de concebir, apoyar y proyectar este tipo de iniciativas, siendo el único dirigido al emprendimiento femenino indígena en todo el país.

Fundación Danilo Pérez. Arte. Educación y Cultura

(<http://www.fundaciondaniloperez.org>)

La Fundación Danilo Pérez –impulsada por el músico del mismo nombre, uno de nuestros grandes exponentes del jazz contemporáneo a nivel internacional- es un referente en la promoción de un entorno favorable para el desarrollo del sector de la música en Panamá. Creada formalmente en 2005, su propósito es incidir en la educación musical desde una perspectiva del desarrollo humano, dirigiendo su labor fundamentalmente a la población más joven, siendo su propósito central “*proveer oportunidades para que los jóvenes desarrollen su máximo potencial y lleven una vida productiva. Los valores y las actitudes que promueve la Fundación son esenciales en la educación e interpretación musical. El estudio, trabajo arduo, comprensión, autoevaluación, expresión, imaginación, disciplina, unidad grupal, respeto por las ideas y culturas del prójimo, voluntariado, son pilares fundamentales en la búsqueda de la excelencia, y los estudiantes de la Fundación trabajan continuamente en edificarlos*” (<http://www.fundaciondaniloperez.org>).

En el área de la Educación, los programas más destacados son: a) el *Programa Creativo-Musical*, que contempla fases de motivación, iniciación en el instrumento y clases de educación e instrumentos musicales; b) el *Proyecto Padrino de un Talento*, que consiste en la vinculación económica y emocional para apoyar a niños/as y jóvenes con talento pero sin recursos; c) el *Entrenamiento de Jazz*, mediante el cual se expone a profesores, músicos profesionales y estudiantes a realizar presentaciones, talleres y conciertos en diferentes espacios (parques, escuelas, etc.); d) los *Instrumentos musicales*, con campañas de reciclaje de instrumentos musicales, recepción de donaciones específicas, eventos para captar fondos para adquirir instrumentos profesionales para becados que demuestren talento excepcional, reconstrucción de instrumentos donados en mal estado, etc.; e) el *Proyecto Al Com Paz Musical* el cual -mediante clínicas musicales, conciertos y otras actividades, orienta a niños, niñas y adolescentes en riesgo social en el desarrollo de proyectos musicales que les permita aumentar la capacidad de memoria, mejorar la habilidad para resolver problemas matemáticos, promover el arte y una cultura de paz. Más de 500 niños/as –con o sin talento musical- de las comunidades de San Felipe, Chorrillo, Santa Ana, Colón, Chilibre, Gonzalillo, Cerro Batea, San Miguelito y a partir del mes de julio Calidonia y San Miguel, se han beneficiado hasta ahora de este programa.

La Fundación promueve también diferentes eventos, de los cuales el más importante (ya citado en un apartado anterior) es el Panamá Jazz Festival que –junto a la agenda de actuaciones- contiene también clínicas musicales, talleres y toda una serie de eventos paralelos. Destacan también el Festival de Percusión de Centroamérica, el Simposium Latinoamericano de Musicoterapia, entre otros.

Finalmente, la labor de la Fundación se complementa con la apertura del Danilo`s Jazz Club, ubicado en un lugar emblemático del Casco Viejo de la ciudad que sirve de ancla a las restantes actividades, tanto por su programación musical como por el hecho de convertirse en un punto de referencia y encuentro para el público interesado.

Prisma

(<http://festivalprisma.com/>)

PRISMA es un proyecto independiente de Escena Contemporánea, impulsado por la Fundación Prisma, entidad creada en 2014 como una organización benéfica y sin fines de lucro dedicada a la difusión y promoción de la danza contemporánea en Panamá mediante diversas actividades tales como espectáculos de artistas nacionales e internacionales, actuaciones de calle, clases maestras, proyecciones, conversatorios y la constitución de plataformas de encuentro entre artistas y promotores panameños y de diversas nacionalidades. Sus objetivos son: a) Promover y desarrollar la danza contemporánea en Panamá; b) Estimular la creación en la comunidad local; c) Generar una plataforma para artistas y promotores para el intercambio de ideas; d) Contribuir en la educación continua de bailarines, coreógrafos y técnicos; e) Contribuir a la creación de una audiencia concedora y crítica.

La selección de piezas se realiza mediante una convocatoria abierta (2016: 258 propuestas / 2017: 453 propuestas, un 52% más que el año anterior), siendo un jurado local el que elige las obras a presentar dentro de la programación.

Su principal actividad es el *Festival Internacional de Danza Contemporánea* que, en 2018, cumple su séptimo año consecutivo. El Festival ofrece, a lo largo de una semana completa, presentaciones de diversas compañías nacionales e internacionales, talleres, clases magistrales, proyecciones, conversatorios y un programa pedagógico, con el objetivo de crear una plataforma de intercambio y encuentro entre el público, los artistas y los promotores de danza. Todas estas actividades se localizan en diversos espacios de la capital: Teatro Anayansi (Atlapa), Teatro Anita Villalaz, Teatro Ateneo de la Ciudad del Saber, Biomuseo (Amador), Gimnasio Kiwanis (El Chorrillo), etc.

Programa Cultura Naranja PTY

(<http://openartspty.tumblr.com/>)

Open Arts PTY es una plataforma que busca crear, unir y articular las industrias creativas y culturales en Panamá, basándose en el Modelo SEI (sostenibilidad, emprendimiento e innovación). En este contexto se ha puesto en marcha la iniciativa Cultura Naranja PTY, que es un programa de incubación de proyectos de emprendimiento cultural y creativo o “emprendimiento naranja”, gestionado por Open Arts PTY, con el apoyo de Banesco Panamá. Este programa tiene una duración de 90 días de desarrollo intensivo y está dirigido a “toda persona que busque desarrollar proyectos e ideas que solucionen problemáticas a través de la cultura o para la cultura”.

Las Categorías Oficiales de las Industrias Creativas y Culturales, en las que se puede participar son: 1. Patrimonio Cultural y Natural; 2. Presentaciones artísticas y Celebraciones; 3. Artes Visuales y Artesanías; 4. Libros y Prensa; 5. Medios Audiovisuales e interactivos; 6. Diseño y Servicios Creativos; 7. Patrimonio Cultural Inmaterial; 8. Educación y capacitación Cultural; y 9. Turismo Cultural.

Proyecto Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI)

Este proyecto es ejecutado a través del MICI desde el año 2011, con motivo de la firma de Panamá en la convención de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la

Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2003) donde los países miembros se comprometen a la custodia, amparo y garantía del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) de las comunidades y grupos tradicionales, así como la sensibilización local e internacional.

El proyecto consiste en la realización de un inventario que registre todas las tradiciones, lenguas y prácticas que conformen la identidad de lugar y grupo de personas del país. La labor consiste en documentar de forma escrita, fotográfica y audiovisual cada hallazgo.

Según las indicaciones dadas por la UNESCO, este inventario debe componerse de cinco temas: 1. Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; 2. Artes del espectáculo; 3. Usos sociales, rituales y festivos; 4. Técnicas artesanales tradicionales; 5. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.

Dentro del programa, existen tres listas diferenciadas en las que se inscribirán las prácticas y expresiones identificadas: Expresiones viables que se están transmitiendo, expresiones en peligro y buenas prácticas de salvaguardia.

En julio de 2015 se realizó un taller conjunto entre UNESCO y el Instituto Nacional de Cultura de Panamá (INAC) para la aplicación de la *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI)*, Participaron diversos gestores, funcionarios y miembros de entidades culturales de Panamá con el objetivo de capacitarse en sentar las bases para la Salvaguardia del PCI a fin de salvar e inventariar el patrimonio inmaterial. Se abordaron temas como los conceptos claves de la convención; las nociones básicas sobre la confección de inventarios de patrimonio inmaterial con miras a la salvaguardia; la necesidad de realizar los inventarios con y para las comunidades portadoras del PCI; métodos y técnicas para la realización de inventarios participativos; el marco normativo para la generación de información, así como la organización de la misma.

Antes del 31 de marzo de 2016 el inventario fue entregado formalmente a la UNESCO con un informe periódico (Oficina Multipaís de la UNESCO para Centroamérica y México, 2015).

5.6 Soportes financieros privados al emprendimiento cultural en Panamá

Además de las ya citadas, en Panamá existen entidades privadas que ofrecen apoyo económico a las personas que desean emprender un negocio, independientemente de su naturaleza, siendo las más significativas las siguientes:

Soluciones de Microfinanzas, S.A. (Microserfin)

Es una Financiera Privada que ha canalizado más de 60,000 préstamos a nivel nacional, a personas dedicadas a actividades empresariales micro.

Microserfin brinda requerimientos financieros mediante mecanismos especiales de cobertura de garantías y análisis de crédito. La oferta de Microserfin incluye préstamos para capital de trabajo, equipos y mejoras a los negocios. Destaca su servicio de microcréditos de ayuda a los negocios emprendedores.

“No existen líneas de crédito para artistas o emprendimientos culturales, uno de los requisitos que exigimos para aprobar líneas de crédito, es que la persona o la empresa debe demostrar al

*menos 12 meses de operación ininterrumpida para poder aprobar créditos.(...) De los sectores de la cultura que más solicitan financiación es el de la música, en especial conjuntos típicos de las provincias centrales que tienen toques con mucha frecuencia y pueden comprobarlo. En las experiencias que hemos tenido hasta ahora, son considerados buenos clientes”.*⁵⁷

Estima que en los últimos años podría contabilizar los clientes músicos en una cifra aproximada de 15 a 20.

Grupo Financiero Delta, Corp (Delta)

Banco Delta, S.A. se crea el 3 de julio del 2006 como el segundo banco de microfinanzas establecido en Panamá. Nace a raíz de la iniciativa y visión de la Junta Directiva de Grupo Financiero Delta Corp., con el fin de ofrecer a los empresarios y empresarias de la micro y pequeña empresa soluciones financieras que les permitan hacer crecer sus negocios y mejorar su calidad de vida. Teniendo como base los años de experiencia en el mercado de servicios y productos financieros como Grupo Financiero Delta Corp., Banco Delta se ha convertido en la entidad financiera líder en microfinanzas en Panamá; ofreciendo productos de crédito y ahorro para el segmento de la micro y pequeña empresa (<https://www.bandelta.com>).

Sin embargo, al igual que Microserfin, no prevé la aportación de capital semilla, debiendo el negocio disponer de al menos doce meses de operación para poder solicitar un crédito, que –por lo general- parte de montos bajos e en la primera ronda.

*"Banco Delta financia algunos proyectos culturales aunque el perfil mayoritario de los negocios a los que se dirige la financiación suelen responder más al perfil de emprendimientos por supervivencia. Asimismo, en similar línea que el organismo anterior, la visión que se tiene de proyecto cultural se encuentra más asociado a temas relacionados con el folklore popular. Con todo, Banco Delta ha manifestado su apertura a atender, con líneas más innovadoras y específicas, a proyectos en este campo".*⁵⁸

Banesco

Banesco ha puesto en marcha en el año 2015 su programa de Emprendedores, que brinda una capacitación y herramientas administrativas, gerenciales y tecnológicas para la creación o desarrollo de pequeños negocios. El programa tiene 40 horas de capacitación que incluyen temas de desarrollo personal, desarrollo de la idea, conocimiento del mercado, cálculo de costos, negociación, etc. No se refiere ni prioriza ningún sector concreto, pero como los anteriores, se orienta fundamentalmente a los micro negocios de subsistencia. Una novedad interesante es que incluye el acceso a una línea de crédito diseñada exclusivamente para atender las necesidades de financiación de quienes hayan desarrollado estos cursos, que se imparten en todo el país.

Costeame

No puede dejar de citarse en este apartado la aportación de las plataformas de micropatrocinio o crowdfunding a la financiación de proyectos de economía cultural. En Panamá, la más importante de ellas es Costeame, una plataforma que ayuda a conectar ideas y proyectos con personas y entidades que pueden aportar recursos para viabilizar los mismos. De hecho, la

⁵⁷ Entrevista número 13.

⁵⁸ Entrevista número 7.

mayoría de los proyectos que apoya Costeame están relacionados con el sector cultural y los emprendedores/as de este ámbito lo utilizan como referente para sacar adelante muchas de sus iniciativas (festivales, obras de teatro, películas, proyectos de conservación y difusión del patrimonio cultural inmaterial, etc.)⁵⁹

5.7 Debilidades y fortalezas para emprender cultura en Panamá

Tras la recogida y procesamiento de información, se ha identificado una serie de debilidades y fortalezas que, aunque no se experimentan de la misma forma en todos los subsectores, sí sugieren la existencia de un conjunto de obstáculos, oportunidades y retos generales compartidos por la mayoría de ellos.

En este apartado se pretende agrupar aquellas carencias y oportunidades identificadas a través de la bibliografía, la información y las experiencias ofrecidas de primera mano por parte de las personas que han sido consultadas para la realización de esta investigación.

5.7.1 Debilidades

En apartados anteriores, se han podido deducir diversos obstáculos para el emprendimiento cultural en el país; del total de los identificados podría establecer la siguiente agrupación según la temática:

Relevancia de "la" cultura y de "las" culturas
Normativa legal y políticas
Datos consistentes y fiables
Acceso-desigual a la cultura
Igualdad de oportunidades para crear/emprender cultura
Educación y capacitación
Mercado cultural
Infraestructuras y espacios culturales
Financiación

Relevancia de "la" cultura y de "las" culturas

PERCEPCIÓN DE QUE LA CULTURA NO ES RELEVANTE

El país se enfrenta aquí a un problema de base, la percepción extendida de que la cultura no es un asunto relevante y la prevalencia de una visión de la misma limitada y carente de valor social y económico.

⁵⁹ Entrevista número 37.

“El problema de las políticas en nuestro país es que la cultura no es una prioridad, ni es tomada en cuenta como eje en un plan de trabajo nacional, ni tampoco es tomada en cuenta por nuestra sociedad en común, hasta que la población en general no lo tome como prioridad o importancia el gobierno tampoco lo hará”⁶⁰

“El mayor obstáculo es la falta de interés real por la cultura, sobre todo por parte del Estado”⁶¹.

“Sigue prevaleciendo el reduccionismo del alcance de la cultura a las meras bellas artes del liberalismo del Siglo XIX. Falta conocimiento y divulgación acerca de conceptos y categorías del trabajo afín al sector en el nuevo milenio, como: patrimonios tangible e intangible, industrias y gestión cultural, responsabilidad social empresarial, aporte del Sector Cultura al PIB, etc. En tanto el Estado, la Empresa Privada y las organizaciones de la Sociedad Civil no articulen estas categorías (y sus contenidos) en su trabajo cotidiano, resultará muy difícil avanzar con éxito en los emprendimientos culturales y, sobre todo, en la cuantificación de sus aportes concretos al desarrollo de las naciones.”⁶²

“Los políticos ven la cultura como algo que les consigue votos o para llenar vacíos cuando no saben qué más hacer... Entonces, se saca la palabra comodín: ‘cultura’. Esa palabra y concepto se ha prostituido al punto de que no entendemos muy bien qué significa”⁶³. (Artículo, 23 de marzo 2018).

“Hace falta rescatar sitios históricos que están en muy mal estado”⁶⁴.

“Mientras las actividades culturales se sigan considerando secundarias y no relevantes, no tendrán una asignación presupuestaria que les permita fortalecerse”⁶⁵.

“Creo que todavía no se entiende muy bien la importancia económica que representa el emprendimiento cultural y el legado que existe y que nos han legado nuestros primeros pintores, fotógrafos y escultores”⁶⁶

IDEA DE QUE LA CULTURA DEBE SER GRATUITA

Una cultura que no se valora a sí misma como un bien –y más aún como un bien económico– naturaliza, por otra parte, la idea de que esta debe ser gratuita (nunca mejor dicho, “por amor al arte”). En ese sentido, los creadores expresan su preocupación por el hecho de que se les pida permanentemente que no cobren, sin tener en cuenta que la realización de sus actividades les supone tiempo y recursos.

En la mayoría de los casos, este tiempo va más allá del que se emplea en su exhibición o realización de los productos, conlleva un periodo de planeamiento, inspiración y creación de la idea. Todo este tiempo tiene un coste y el disfrute/consumo de esos bienes/actividades también.

“Me parece que el Estado sigue entendiendo el apoyo a proyectos culturales de nivel como una caridad, cuando son los proyectos culturales los que están apoyando la labor del Estado, Mientras esto no se entienda, seguiremos en pañales”⁶⁷.

⁶⁰ Entrevista número 31.

⁶¹ Entrevista número 28.

⁶² Entrevista número 20.

⁶³ Entrevista a Mar Alzamora, gestora cultural.

⁶⁴ Entrevista número 12.

⁶⁵ Entrevista número 42.

⁶⁶ Entrevista número 35.

“Cuando hay patrocinadores, a los artistas se les utiliza como un instrumento más en la decoración y en el marketing. Cuando participan en eventos patrocinados, es difícil que directamente revierta en un beneficio para el artista”.⁶⁸

“Hemos notado que hay una percepción generalizada en la población que las personas/empresas, que trabajan en proyectos culturales no son personas “serias” y no tienen necesidades económicas”.⁶⁹

Esta falta de valoración no se refiere solo a las y los creadores, también repercute en quienes trabajan en la gestión cultural, de quienes se esperan resultados inmediatos sin aplicación de recursos, incluyendo el recurso-tiempo:

*“Los políticos siguen viendo a la cultura desde el punto de vista facilista, en vez de verlo de manera ‘transdisciplinaria’ y profunda. Una vez fui parte de un proyecto cultural comunitario y la persona a cargo quería ver resultados en seis meses. Los cambios sociales a través de la cultura son un proceso de relaciones humanas. Lo único que uno puede lograr en seis meses es sembrar la semilla y ganar confianza, conocer a la población. El cambio se ve casi un generación después”*⁷⁰ (Artículo, 23 de marzo 2018).

NO EXISTE RECONOCIMIENTO DE LO PROPIO. VALORACIÓN DE LO EXTERNO COMO SUPERIOR

Un problema central es que la población panameña permanece, en su mayoría, inconsciente de su riqueza multicultural. No existe el reconocimiento de lo propio ni se valora suficientemente lo producido dentro de la nación en materia cultural. De ahí deriva un escaso aprovechamiento de muchas de las tradiciones, eventos y prácticas culturales, dejando que se derroche una fuente importante de producción que podría contribuir a impulsar el desarrollo socioeconómico del país.

*“No existe una valoración de la cultura propia, pero se admira lo ajeno. El “telonero panameño” no cuenta. La población panameña se deja impresionar mucho por lo que viene de fuera: a la vez lo odian y lo admiran, (...). Hay mucho patriotismo, “mi bella Panamá”, pero todo lo que se produce en Panamá la gente no lo quiere.”*⁷¹

*“La poca importancia que se les da a las comunidades indígenas.”*⁷²

Además de encontrar limitaciones para la práctica de sus costumbres, (...) la población afropanameña se enfrenta a la falta de reconocimiento de la influencia de dichas tradiciones en las danzas y los cantos de los grupos culturales de otras regiones (por ejemplo, Tamborito), donde no predomina la etnia negra. *“En Las Tablas, en el Festival de las Mil Polleras, cuando fue la gente de los Congos a bailar les dijeron que no, que los Congos no podían ir.”* (PNUD, 2013: 33).

“Los muchachos practican cualquier cosa porque no tienen idea y las instituciones tampoco ayudan. Hay bautizos que no son bautizos de diablos, festivales y este montón de cosas sin

⁶⁷ Entrevista número 33.

⁶⁸ Entrevista número 21.

⁶⁹ Entrevista número 23.

⁷⁰ Entrevista a Mar Alzamora, gestora cultural.

⁷¹ Entrevista número 15.

⁷² Entrevista número 17.

fundamento que hacen los grupos que administran cultura, pero que son negocios y mercaderes” (PNUD, 2013: 33).

*“Existe un desinterés en los panameños por lo propio, hay que triunfar primero fuera para luego hacerlo aquí”.*⁷³

La Doctora Ana Elena Porras, líder del Movimiento Ciudadano por el Fortalecimiento de la Identidad Panameña explica esa dificultad de definir lo propio, así como la particular manera en la que “lo nuestro” coexiste con una poderosa atracción hacia lo que viene de afuera, ya sean productos de consumo o manifestaciones culturales. Unas razones ancladas en la historia sociopolítica y la economía transitista panameña, que han resultado muy determinantes en la construcción de las identidades y sus representaciones en el imaginario colectivo.

“En el caso de Panamá, la historiografía de la colonialidad afirma que nuestra República fue una invención de Wall Street, que Panamá no es nación y que, en el mejor de los casos, somos apenas un camino, un paso o un canal. Esta narrativa historiográfica, en sus diferentes versiones y autores (casi siempre de origen europeo, estadounidense o colombiano, estados con intereses evidentemente coloniales, anexionistas o neocoloniales sobre Panamá), coinciden en negarnos nuestra identidad nacional. Ahora bien: la mentalidad de colonialidad también es absorbida por los propios panameños, porque es hegemónica, y nos hace sentir que somos inferiores, que no somos una nación, que carecemos de identidad” (Porras, 28 de julio 2013). “La identidad hegemónica es la cultura de la interoceanidad, generada por la historia, la economía y sociedad del transitismo y que integra en su sistema a las identidades del interior y las indígenas, en una estructura jerárquica desigual” (Porras, s/f).

Precisamente por ello, la inmensa diversidad cultural panameña no es reconocida, se encuentra encerrada en islas con escasa interconexión y la identidad nacional, en el imaginario compartido, viene representada por lo blanco y lo campesino, por una “pureza” que no es real.

*“Tampoco la cultura se potencia desde un planteamiento de la diversidad cultural y de la simetría de tratamiento y prioridad a las distintas culturas. Existe una concepción muy estrecha de lo que es y significa una cultura diversa”*⁷⁴.

A la hora de definir qué es cultura, y en particular qué es la cultura panameña, suelen predominar tres tendencias: una la caracteriza en términos de creación o consumo de alta cultura, que marcan una diferenciación social. Otra -mayoritaria la asocia con el folklore tradicional de las provincias centrales (música típica, pollera, tamborito, mejorana ...) y la “cultura de fiesta”. Por último, algunos sectores –minoritarios y, en no pocos casos, extranjeros de elevado nivel cultural que residen en Panamá- reconocen la riqueza multicultural (sobre todo las manifestaciones de las culturas afrocoloniales y afroantillanas y, en menor medida, las indígenas y las procedentes de la multiplicidad de comunidades extranjeras radicadas en el país: las primeras fuera del imaginario colectivo sobre Panamá derivado de la exclusión social de estas comunidades y las segundas, ajenas al mismo por el hecho de que, pese a su fuerza, no han sido integradas en el relato acerca de la identidad y cultura panameña, una identidad y cultura que todavía no se ha asumido que solo se puede construir en plural).

“Las autoridades del gobierno central han adoptado una narrativa hispanista, de la colonialidad. Es una visión que deshumaniza a los indígenas, a los afrodescendientes, a los

⁷³ Entrevista número 15.

⁷⁴ Entrevista número 21.

campesinos, a los trabajadores y a las mujeres. No se rebatió hasta ahora, porque cuando eres colonizado estás excluido del poder, el dinero y la cultura. En consecuencia, serás desnutrido y analfabeta. En el caso de la élite, ella será educada en la cultura de la colonialidad”.

Panamá no solo es pluricultural, sino que también es fundamentalmente mestiza y globalizada, negarlo es una tontería.” (Porrás, 28 de julio 2013).

Leonor Calderón, Ex – Ministra de Desarrollo Social y, hasta el 31 de marzo de 2018, Directora Regional de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) para México, Centroamérica y el Caribe, resume esta realidad con gran acierto y enriquece la visión con nuevos elementos:

*“En Panamá hay muy baja valoración de las actividades culturales, más aún si se las piensa como generadoras de desarrollo económico. Esta sociedad ha sido siempre una sociedad de tránsito, de comercio, de ganancia fácil y rápida. Procesos humanos y sociales de corto plazo. Lo que llega se va, solo pasa. Se fue estableciendo el sentir de que una actividad que no da ganancia rápida no es rentable. Algunos lo llaman economía de caja registradora. Las ganancias tienen que sonar con las monedas cayendo una a una. Lo que no se cuenta rápido, lo que no entra en caja hoy, entonces no tiene tanto valor. Esto claramente va en detrimento de las actividades vinculadas a la cultura. Además está la percepción de la cultura como las artes escénicas y visuales, no de la cultura como un factor de identidad que se construye en la continuidad de nuestra historia y con la actividad cotidiana. Sin embargo, vista así, nuestra cultura se torna gigante: diversa, rica, creada de mil fusiones, multicolor, multisabor, multiaroma”.*⁷⁵

RESISTENCIA A MEZCLARSE

La valoración de lo externo como superior y de mayor calidad que lo producido en el propio territorio no obsta, sin embargo, para que la considerada como cultura nacional muestre resistencias a mezclarse con las manifestaciones culturales extranjeras, incluso con las provenientes de las comunidades de otros países arraigadas en Panamá. En general, la fusión de estilos y la interdisciplinariedad es -paradójicamente- muy limitada, como si esa resistencia constituyera el último bastión para preservar la castigada esencia de lo propio.

*“A nivel de conservatorios ha habido mucho “provincianismo”, miedo a todo lo que viene de fuera. El arte funciona como un muro aquí, y se necesita traer gente de fuera y que se mezcle con lo de Panamá. Estamos en la “autocomplacencia” y algunas dosis de xenofobia. Todo el mundo termina haciendo lo mismo. Por ser tan sensibles a la crítica, por ser tan resistentes a lo exterior, no se hacen cosas nuevas, creativas. Esta es la base de la economía creativa que en la actualidad, gracias a las TIC, si es buena se expande rápidamente.”*⁷⁶

*"Falta de mezcla, Cada artista vive en su propio “gueto”. Si no te reconoces como un país intercultural es muy difícil que reconozcas que el calipso proviene de sus raíces.”*⁷⁷

HOMOGENEIZACIÓN CULTURAL

Aunque Panamá es un país diverso y multicultural, la falta de visión de la cultura por parte de los poderes públicos como generadora de riqueza económica e identitaria, lleva a que los

⁷⁵ Entrevista número 42.

⁷⁶ Entrevista número 14.

⁷⁷ Entrevista número 15.

medios de comunicación y la educación tengan un espacio libre para diseminar un discurso único. Esto merma y empobrece la identidad cultural del país.

“Una de las grandes virtudes, y también de los grandes pecados, de nuestro desarrollo cultural son los agentes homogeneizadores de la cultura que tenemos en Panamá: la educación formal y los medios de comunicación. Ambos disponen de la gran ventaja de tener un “poder de fuego” enorme, en razón a su simultaneidad (por ejemplo, en todas las aulas del país se repiten los mismos mensajes) y alcance (a todos los espacios, urbanos y rurales, llegan los mensajes educativos y mediáticos). Eso les da un grado increíble de cobertura.

Pero ese mismo poder de fuego atenta contra la diversidad cultural que porta cada comunidad, cada barrio, cada persona. Eso los convierte, a la vez y paradójicamente, en agentes promotores y desintegradores de la cultura. Y no sabemos cómo lidiar con ello, cómo aprovecharlos para respetar, potenciar y ponderar la cultura en el nivel micro de los territorios e individuos, y también en la escala macro, es decir, para consolidar el engranaje del mosaico identitario nacional.

Cuando los gobiernos no se dan cuenta del papel de la cultura a nivel micro se permite que esas fuerzas homogeneizadoras operen de acuerdo a su libre albedrío e interés: en el caso de la educación, para reproducir los valores que la sociedad y las instituciones les han encomendado replicar, y de los medios en función de sus correspondientes agendas sociales, políticas o empresariales”.⁷⁸ “Creo que no se hace énfasis en la diversidad cultural que tiene Panamá, hay pocos lugares donde se disfrute la ancestral con lo moderno”.⁷⁹

Normativa legal y políticas

Legislación que no se aplica: Panamá cuenta con una limitada legislación en el ámbito cultural, siendo la que hay no sólo insuficiente sino pobremente regulada y puesta en práctica. Como el tema es tan sumamente amplio, se señalarán solamente algunos ejemplos que reflejan, de manera clara, la recurrencia del problema.

*“(…) aunque hay leyes que regulan la propiedad intelectual, las mismas no son tomadas en cuenta en su totalidad por no decir que no son tomadas en cuenta. No hay regulaciones ciertas, Y el Ministerio de Comercio no cumple su función principal que es la de comercializar.”⁸⁰
“Aunque en Panamá hay una legislación que protege y promueve la cultura, lo cierto es que no hay regulación para que esta se cumpla, esta es necesaria”.⁸¹*

“Ausencia de normativa suficiente y, sobre todo, de desarrollo y regulación de la existente”.⁸²

“Falta de ejecución en el cumplimiento de las leyes”.⁸³

“Existen muchas oportunidades, pero tenemos que trabajar muy duro. El arte y la cultura están muy devaluados por falta de políticas culturales del Estado.”⁸⁴

⁷⁸ Entrevista número 34.

⁷⁹ Entrevista número 40.

⁸⁰ Entrevista número 17.

⁸¹ Entrevista número 15.

⁸² Entrevista número 21.

⁸³ Entrevista número 10.

⁸⁴ Entrevista número 35.

"Se necesita un marco normativo que regule, apoye y desarrolle esas intervenciones y no para ser usado como restricción, si no como guía para el fortalecimiento del tejido cultural." (Estarás, 17 de junio 2013).

También se observan necesidades específicas sectoriales.

En el sector de la música, *"el débil marco legal que fundamenta esta industria incrementa los riesgos para invertir en ella a largo plazo"* (Stanziola y Vernaza, 2017).

Y con respecto a la artesanía, especialmente en los territorios indígenas, *"Se constata el incumplimiento sistemático de la Ley N° 20 del 26 de junio de 2000, "Del Régimen Especial de Propiedad Intelectual sobre los Derechos Colectivos de los Pueblos Indígenas para la Protección y Defensa de su Identidad Cultural y de sus Conocimientos Tradicionales"*.

*"(...) destaca el desconocimiento e incumplimiento de la normativa, junto a la carencia de políticas estructuradas dirigidas a la potenciación y puesta en valor todos esos recursos, apreciándose una falta de consideración de la población (y las mujeres) indígenas como agentes legítimos del sector, así como de coordinación eficaz en el plano institucional/sectorial."*⁸⁵

ESCASEZ DE POLÍTICAS CULTURALES

No existe un marco legal para la cultura, y los intentos por crearlo –como se ha documentado– han sido paralizados e impedidos hasta la fecha, con la esperanza de que 2018 rompa esa triste tradición. La visión política de la cultura es muy estrecha. Faltan políticas eficaces que promuevan la inversión en cultura, que acompañen a los gestores y creadores en sus esfuerzos, que fomenten la industria y que valoricen plenamente el patrimonio cultural material e inmaterial del país. En definitiva, falta una estrategia cultural de carácter integral, respaldada por los diferentes actores del ecosistema cultural, en la que el emprendimiento cultural y creativo tenga un espacio propio.

"No existen legislaciones específicas para el emprendimiento cultural y creativo, ni instituciones especializadas en ello".⁸⁶

*"No hay una línea de actuación definida por los organismos públicos o una forma de actuar ya asumida por la mayoría. Se activan y se desactivan muchos emprendimientos, propuestas, proyectos, etc. que parten directamente de los particulares y de sus circunstancias y que tienen poco apoyo por parte de organismos con posibilidades económicas o posibilidad de influir en políticas de gobierno."*⁸⁷

"En Panamá existen políticas muy pobres en materia de cultura, si vas a los teatros principales siempre están alquilados, por tanto no hay un nivel de programación o llamémoslo control de calidad de lo que se presenta en las salas de teatro públicas".⁸⁸

"No creemos que existan políticas culturales bien definidas, sobre todo por parte del Estado, particularmente en nuestro ámbito: el Patrimonio Cultural y Natural".⁸⁹

⁸⁵ Conclusiones del Taller "Identificación de Desafíos y Oportunidades para el Emprendimiento de Mujeres Indígenas (turismo y artesanía)", celebrado en el marco del Foro "Autonomía Económica de las mujeres indígenas en el siglo XXI, el reto a nuestro alcance". Panamá, 28-29 de septiembre de 2017.

⁸⁶ Entrevista número 26.

⁸⁷ Entrevista número 23.

⁸⁸ Entrevista número 28.

“Existe cero esfuerzo de los gobiernos por cultivar cultura en Panamá. Y la cultura hay que cultivarla como ser vivo que es”⁹⁰.

“Creo que el déficit más importante es la falta de una política cultural de Estado, que sea clara y acorde con las necesidades de un país en pleno desarrollo económico, donde el arte y la cultura están relegadas a último término Si dedicaran más dinero para la enseñanza en general, para la educación integral, que sea inclusiva si nuestros legisladores, pasaran una ley para incluir nuevamente, las materias de arte, música, historia del arte, esto sería un gran paso.”⁹¹

“Siempre voto por un Ministerio de Cultura, pero si no tenemos una Ley de Cultura, políticas públicas establecidas y presupuesto adecuado, entonces sería lo mismo que nada... Necesitaríamos alistarnos para eso y organizar un plan país desde el Gobierno. También cabe recordar que el Gobierno no trabaja solo, el plan necesitaría incluir empresa privada y ONG en la ecuación” (Artículo, 23 de marzo 2018)⁹².

“No hay políticas públicas específicas para incentivar este mercado artístico. No abundan las escuelas especializadas que permitan desarrollar la formación académica de los artistas, y no existen muchas empresas que empleen a este tipo de profesionales” (Artículo, 17 de septiembre 2016).

“¿Qué entidad merece tanto apoyo gubernamental como SENACYT y no lo recibe? “Si yo voy en el último asiento de un metrobús, los de cultura están agarrados del bumper” (Motta, 15 de mayo 2016).

“Se hace notar, una vez más, la falta de una estrategia articulada que, valorizando los vínculos artesanía-cultura, promueva la calidad e innovación del producto, la participación de las mujeres en todos los procesos de la cadena productiva, la defensa de los derechos colectivos, la creación de marca y una presencia activa en los circuitos comerciales de mayor valor, entre otros aspectos.”⁹³

“No hay procesos de consultas con los actores claves y si las hay no se toman en cuenta. No existen normas claras, concretas que permita fortalecer el emprendimiento cultural y creativo de acuerdo a las diversidades de conocimientos.”⁹⁴

FALTA DE VISIÓN DE LA CULTURA COMO ELEMENTO DE DESARROLLO

La falta de legislación y de políticas culturales no es más que el resultado de una visión de corto alcance de la cultura por parte de los poderes públicos. En definitiva, no existe una visión de la cultura como elemento de desarrollo y de generación de riqueza.

⁸⁹ Entrevista número 23.

⁹⁰ Roberto Delgado (arreglista, productor, cantante y director musical panameño, con 45 años de trayectoria en el sector, ganador de Grammy 2016 y de Grammy Latino 2015 y 2017) en el Festival Internacional Caribe 25 años. La creatividad como motor de la economía naranja. Panamá, 25-27 de abril.

⁹¹ Entrevista número 35.

⁹² Entrevista a Mar Alzamora, gestora cultural.

⁹³ Conclusiones del Taller “Identificación de Desafíos y Oportunidades para el Emprendimiento de Mujeres Indígenas (turismo y artesanía)”, celebrado en el marco del Foro “Autonomía Económica de las mujeres indígenas en el siglo XXI, el reto a nuestro alcance”. Panamá, 28-29 de septiembre de 2017.

⁹⁴ Entrevista número 39.

*"Falta de conocimiento de los gobernantes acerca del papel de la cultura en el desarrollo."*⁹⁵

*"No hay valoración suficiente de lo que la cultura supone para el desarrollo económico y sostenible de los territorios".*⁹⁶

*"La cultura a veces resulta amenazante para la política, no hay una visión de la cultura como elemento de desarrollo. Los servicios para el consumo de cultura como receta para afrontar situaciones de crisis económicas y con efecto a medio y largo plazo en el desarrollo económico lo vemos fundamental. Sin embargo, es curioso observar cómo los gobiernos y, con ello, las políticas no parecen no pensar de la misma manera. A veces parece que desde los gobiernos se transmite la idea de que la cultura es algo innecesario, que se trata de un lujo y que, más de una inversión, puede suponer un gasto."*⁹³

*"Es una tarea pendiente y urgente desarrollar el sector cultural en Panamá en la medida en que es urgente la construcción de ciudadanía. Para ser ciudadanos hay que tener sentido de pertenencia, identidad, contar con una narrativa compartida".*⁹⁷

*"No hay integralidad en las actuaciones que se realizan, por ejemplo, la rehabilitación de la antigua infraestructura del Edificio de la Aduana de Portobelo no ha revertido en desarrollo económico para el territorio."*⁹³

*"Al final del camino mucha gente no entiende la rentabilidad de la cultura como producto humano. Al no entenderlo la avasalla. La cultura tiene una rentabilidad no sólo desde el punto de vista social sino económico. Pero de donde parte todo, al final, es de la inversión cultural como soporte de una identidad. Cuando tú creas identidad estableces el condicionante más importante para la cohesión social y territorial. La cultura, en consecuencia, articula la identidad (identidades) y la identidad, a su vez, genera convivencia, seguridad y, por supuesto, economía. Porque si no tienes un país cohesionado no tendrás una economía eficiente".*⁹⁸

*"Hay que comprender que la economía naranja no es un complemento, es un sector que también nos ayuda a proyectarnos en el exterior".*⁹⁹

Particularmente en algunos sectores, como en el turismo cultural, y tratándose de población indígena,...subyace también una asimetría general de partida, retroalimentada a su vez por un estereotipo cultural, que no interpreta sus actividades en este rubro como una parte de la economía del país y que asume, por el contrario, que "la economía es solo para los que tienen plata, no para los pobres".¹⁰⁰

De especial interés en este punto sobre las carencias y enfoques de las políticas es la reflexión planteada en el estudio sobre la industria de la música, perfectamente aplicable a cualquier otra rama de la economía cultural. Y es que no solamente se hace poco sino que lo que se hace no tiene en cuenta los cambios radicales que la cultura y la economía cultural han experimentado en los últimos años, que -tal y como se señaló de manera profusa en el capítulo 2- han roto las cadenas tradicionales de creación, producción y consumo, han redefinido por completo el papel

⁹⁵ Entrevista número 32.

⁹⁶ Entrevista número 21.

⁹⁷ Entrevista número 42.

⁹⁸ Entrevista número 34.

⁹⁹ Entrevista número 38.

¹⁰⁰ Conclusiones del Taller "Identificación de Desafíos y Oportunidades para el Emprendimiento de Mujeres Indígenas (turismo y artesanía)", celebrado en el marco del Foro "Autonomía Económica de las mujeres indígenas en el siglo XXI, el reto a nuestro alcance". Panamá, 28-29 de septiembre de 2017.

de las audiencias y han abierto nuevos espacios para integrar la cultura como baluarte del desarrollo humano y económico.

“La debilidad más significativa es que las leyes relacionadas a estas actividades no consideran las necesidades, roles, derechos y deberes de los consumidores, ni reconocen el valor de los procesos culturales y artísticos en procesos de desarrollo económico sostenible. A nivel de política pública, es limitante pensar en la industria de la música, cultural o creativa solamente, en lugar de enfocarse en un concepto más amplio como el de mercado de la música o cultural que reconoce y considera tanto la oferta como la demanda” (Stanziola y Vernaza, 2017).

En el mismo sentido apunta la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales de la UNESCO (2005), que entiende que los cambios estructurales en curso (tecnológicos y de recursos naturales) obligan a abordar cambios también en el plano cultural orientados a transformar las narrativas, normas, reglas y comportamientos que permitan el mejor aprovechamiento de los nuevos contextos. Asimismo, se entiende que las políticas públicas culturales deben apoyar a los ciudadanos a cerrar cualquier brecha entre los cambios estructurales y la cultura actual (UNESCO, 2005).

DESPROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE AUTOR

Por su lado, normativas básicas para el desarrollo de la industria cultural, como es la referente a los derechos de autor, fallan igualmente en su ejecución. La legislación no es muy conocida por autores/as y artistas, por lo que muchas de estas personas no saben que tienen estos derechos, aunque quienes sí los conocen encuentran trabas para poder beneficiarse de ellos. Además, esta falta de apoyo legislativo al autor, que no ve defendidos en la práctica sus derechos de creación, resulta dañino para la creación de calidad, puesto que no hace de barrera entre lo que bueno y lo que no le es, como constatan nuestros/as informantes:

“Hay un bajo nivel en el registro de obras literarias incluso con faltas ortográficas”.¹⁰¹ “No es fácil cobrar derechos de autor y compositor.”¹⁰² “Los gobiernos son los principales infractores en materia de derechos de autor. Emisoras y televisoras de políticos no pagan un real en derechos de autor.”¹⁰³

Además, al no llevarse a la práctica la ley, las autoras y autores se encuentran desprotegidos ante un problema específico al que se enfrentan todas las industrias relacionadas con los derechos de autor, que es –como se ha visto ya– la piratería.

Por otra parte, en esta línea merece la pena destacar lo inviable de llevar a la práctica, en muchos casos, las sanciones que marca la ley:

“Es más costoso gestionar las cobranzas de multas a restaurantes y bares que lo que se recupera cobrándolas, por la logística que implica.”¹⁰⁴

Todo ello ha llevado a la práctica irrelevancia la normativa y la institucionalidad en esta materia, como señalan las personas expertas entrevistadas:

¹⁰¹ Entrevista número 4.

¹⁰² Conversatorio “El mercado de la música en Panamá” dentro del encuentro TRAMA.

¹⁰³ Conversatorio “El mercado de la música en Panamá” dentro del encuentro TRAMA.

¹⁰⁴ Entrevista número 10.

“En Panamá, el proceso de creación musical está en crecimiento. Las composiciones musicales registradas anualmente han experimentado un crecimiento del 225% en los últimos 16 años. En comparación, en ese mismo periodo la producción literaria registrada creció en un 50% y la actividad audiovisual registrada disminuyó en un 33%. Sin embargo, reflejando los cambios tecnológicos que afectan la industria, el número de fonogramas registrados en la Dirección de Derecho de Autor del Ministerio de Comercio e Industrias ha disminuido considerablemente desde el 2004, cuando se registraron 39. En 2016, solo se registraron 2 obras de este tipo” (Stanziola y Vernaza, 2017).

FALTA DE COORDINACIÓN ENTRE INSTITUCIONES

Desde el punto de vista de la gobernanza, un impedimento expresado sistemáticamente por las personas entrevistadas, se refiere a la falta de coordinación que existe entre las instituciones y organismos responsables de la promoción y fomento de la industria cultural; no existen alianzas ni mecanismos para conseguir logros y avances estratégicos en este campo:

*“No hay coordinación entre las instituciones”.*¹⁰⁵ *“Están dispersas entre ministerios. No hay un solo lugar con el peso político necesario que apoye y respalde estas políticas”.*¹⁰⁶ *“Falta vinculación con las autoridades locales (municipios) de las comunidades”.*¹⁰⁷ *“Falta una mayor coordinación interinstitucional entre la ATP y el INAC”...* *“Existe todavía mucha distancia entre el tema de turismo y cultura”.*¹⁰¹ *“Necesitamos un aval, un apoyo (MEF, MICI, Ministerio Trabajo, INAC, ATP, MEDUCA, MITRADEL, Aduanas, Banco Nacional, UP, UTP, Migración, Secretaría del Metro, Produce, Sindicato de Trabajadores de la Música y Artistas; Municipio...) Estas entidades son claves pero no están,”*¹⁰⁸ *“Mayor trabajo interinstitucional de coordinación, involucrando a la sociedad civil y el sector privado”*¹⁰⁹.

FALTA DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA SOBRE LA CULTURA

A lo largo de esta investigación se han proporcionado diferentes aportes estadísticos tomados de diversas fuentes secundarias que, en algunos casos, han evidenciado carecer de consistencia o nivel de desagregación suficiente.

Puede afirmarse, remitiéndose a la información recogida, que no existe una metodología coherente que pueda visibilizar el aporte y la realidad cultural de las industrias culturales del país, debido -entre otras causas- a la dificultad de delimitar el sector de cara a operativizar los criterios de medición (un problema que no afecta sólo a Panamá) y a la falta de datos específicos o que cuenten con el nivel necesario de desagregación.

“Hace falta un observatorio turístico, pues sólo se tienen datos estadísticos del número de turistas que ingresan al país, pero no se sabe qué lugares visitan, qué consumen, etc.” (Stanziola, 18 marzo 2016).

La escasez de datos consistentes y suficientemente desagregados sobre el sector cultural, impide que Panamá esté representada en estudios culturales de calidad para el conocimiento del aporte del sector en los países como los ya mencionados en esta investigación, incluyendo –sólo por

¹⁰⁵ Entrevista número 16.

¹⁰⁶ Entrevista número 38.

¹⁰⁷ Entrevista número 12.

¹⁰⁸ Nina Tissera en la Conferencia TRAMA de Ciudad del Saber el 17 de octubre de 2015.

¹⁰⁹ Entrevista número 39.

mencionar algunos más- el *Recording Industry in Numbers*, los datos aportados por el SICLA, el SICSUR o el Observatorio Iberoamericano de Cultura ofrecido por la OEI.

Una carencia relevante es el hecho de que Panamá no disponga aún de una *Cuenta Satélite de la Cultura* que lleve a cabo la labor de solventar las deficiencias descritas hasta ahora. Así es como lo ven las personas expertas entrevistadas:

"No podemos encarar más eventos y más diálogos sobre el tema sin investigación seria, indicadores enfocados, y estadísticas válidas que nos revelen las complejas dinámicas entre los creadores y los usuarios, entre el artista y su público, entre los espacios de patrimonio histórico y los ciudadanos." (Stanziola, 18 marzo 2016).

"Es urgente reunir "información sobre la oferta y demanda cultural", para así diseñar el devenir del sector en la dirección correcta... Esto no sería un proyecto de alto costo. Es cuestión de coordinar, enfocar esfuerzos y utilizar la información que está enterrada en gavetas y computadoras de organizaciones culturales." (Artículo, 8 de noviembre 2016).

"En el caso de los pueblos indígenas hemos estado aportando a este desarrollo y crecimiento económico desde el emprendimiento cultural pero al mismo tiempo han estado invisibilizados, no existe estadística del aporte que realizamos, no se valorizan los conocimientos tradicionales como fuente de fortalezas para las comunidades y del país".¹¹⁰

ESCASEZ DE ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN SOBRE LA CULTURA

La escasez de datos supone una barrera importante a la conceptualización, la medición, el análisis o la evaluación de sectores, actividades, factores, proyectos, mercados u cualquier otro aspecto de la cultura y la creación, esto es, al estudio y la investigación. Y ello, no solamente afecta a la pertinencia y calidad de las políticas, sino que también tiene repercusiones para las personas con una iniciativa de negocio de naturaleza cultural. El emprendedor o emprendedora cultural se encuentra a menudo sin referencias estadísticas y bibliográficas, que puedan servirle de guía, experiencia o buena práctica para las decisiones a tomar para su negocio.

"Falta conocimiento y divulgación acerca de conceptos y categorías del trabajo afín al sector en el nuevo milenio, como: patrimonios tangible e intangible, industrias y gestión cultural, responsabilidad social empresarial, aporte del Sector Cultura al PIB, etc. En tanto el Estado, la Empresa Privada y las organizaciones de la Sociedad Civil no articulen estas categorías (y sus contenidos) en su trabajo cotidiano, resultará muy difícil avanzar con éxito en los emprendimientos culturales y, sobre todo, en la cuantificación de sus aportes concretos al desarrollo de las naciones"¹¹¹

Acceso igualitario a la cultura

EL ACCESO A LA CULTURA DEPENDE EL NIVEL SOCIOECONÓMICO

Muy relacionado con los apartados anteriores, se tiene la percepción de la "alta cultura" como una actividad que distingue y segrega, estando dirigida -por tanto- a un público específico, a la élite social. De ese modo, el acceso a los bienes y actividades culturales se subordina a las condiciones socioeconómicas de la población.

¹¹⁰ Entrevista número 39.

¹¹¹ Entrevista número 20.

*“Los precios de las actividades culturales son demasiados caros para la población panameña. Por ejemplo, se está celebrando la 1ª Temporada de Microteatro en Panamá, pero el precio por entrar a ver una obra de apenas 15 minutos es de 7\$. Con estos precios se está dejando fuera al 90% de la población.”*¹¹⁵

Esta concepción de la cultura como un bien desigual, hace que no exista demanda cultural entre las clases “medias-bajas”.

“Esta población considera que la cultura no es para ellos. La cultura es una cuestión “elitista”, que se emite y recibe desde “élites blancas”. ¹¹⁵

La desigualdad no se percibe sólo en el ámbito del consumo, también en la oferta. En el caso de la cultura que se produce en los sectores populares de la población, se incrementa la falta de reconocimiento social, institucional y económico.

*“Muchos gestores culturales que tienen poder, creen saber qué es lo que la gente quiere y le ofrece muchos eventos y situaciones que no son relevantes a nuestra sociedad y sólo sacia el hambre de algunos, muchas veces las mismas personas.”*¹¹²

“Si vives en Panamá, habrás notado que, de 3 a 5 años para acá, la oferta cultural de la ciudad ha crecido notablemente... Además de centrarse en la ciudad y sólo en sectores muy particulares, este supuesto despertar cultural es esencialmente exclusivo: la gente joven del barrio de San Felipe no parquea en los lugares de moda del Casco por más que vivan al lado, y tampoco vemos a la gente de El Chorrillo o El Marañón en una muestra de cine alternativo en algún espacio cool de la localidad.” (Cordero, 31 de agosto 2016).

Además, y como se ha señalado, al ser la mayoría de productos -y los más visibilizados- de origen extranacional, tiende a categorizarse como superior este tipo de productos culturales, considerándose de “segunda clase” aquellos bienes y actividades culturales ofrecidos por profesionales nacionales.

Igualdad de oportunidades para crear/emprender cultura

CREACIÓN/EMPREDIMIENTO CULTURAL

Las posibilidades de emprender con éxito no dependen únicamente –ni mucho menos- del esfuerzo personal, de las capacidades actitudinales y técnicas, de la financiación o de la lógica de los mercados, que suelen ser los factores tenidos en cuenta. Las posibilidades dependen, en mucha mayor medida, del capital social, educativo, económico y cultural previo de quienes se plantean la actividad emprendedora como una opción de vida o como una necesidad. Desde ese punto de vista, el discurso sobre una figura abstracta de emprendedor no tiene sentido, ni tampoco lo tiene plantear políticas que no incorporen medidas que contribuyan a una mínima nivelación de condiciones y a reconocer los puntos de partida e intereses diversos por parte de los distintas personas o grupos interesados, o potencialmente beneficiarios, de estas modalidades de inserción.

Llevo trabajando desde hace muchos años con emprendedores, y sobre todo emprendedoras, tanto de los denominados de necesidad como de oportunidad, una división que -repito- plantea enormes trampas para lograr mayores índices de equidad en el emprendimiento. En primer lugar porque jerarquiza el valor de los emprendimientos, dividiéndolos implícitamente entre “buenos

¹¹² Entrevista número 25.

y malos”; en segundo, porque estima que los de necesidad, al ser “para pobres”, requieren menos estrategia, recursos, capacidades, logística, tecnología y herramientas, cuando sucede exactamente al revés; y tercero porque, una vez te colocan el sambenito de “emprendedor/a de necesidad” es muy difícil que se establezcan pasarelas (las políticas -recordemos que dicotómicas- no suelen hacerlo) para transitar hacia espacios de mayor proyección. En la economía de la cultura este esquema se recrudece, segregando entre emprendimientos pobres y ricos y manteniendo visiones igualmente pobres (mal entendidas como “sociales”) cuando se trata de intervenir sobre las creaciones y emprendimientos propios de la cultura popular.

*“Existen organizaciones de mujeres artesanas, pero falta contar con la capacidad para manejar los recursos que vienen a nombre de las mujeres, que las mismas mujeres se puedan desenvolver como empresarias y líderes asociativas en su sector”... “Se hace notar la falta de una estrategia articulada que, valorizando los vínculos artesanía-cultura, promueva la calidad e innovación del producto, la participación de las mujeres en todos los procesos de la cadena productiva, la defensa de los derechos colectivos, la creación de marca y una presencia activa en los circuitos comerciales de mayor valor, entre otros aspectos”.*¹¹³

*“En cuanto al emprendimiento cultural y creativo es una de las alternativas que las mujeres en especial las mujeres indígenas las tomamos como modelo y referencia para fortalecer esos conocimientos que poseemos para emprender pero que solo se encuentran en ideas.”*¹¹⁴

El emprendimiento cultural pudiera asimismo percibirse, en no pocas ocasiones, como un negocio lucrativo adaptado a las preferencias de un público muchas veces poco interesado en la "esencia" y mucho más en la "presencia", desdibujando así la creatividad de sus legítimos dueños/as.

He aquí la reflexión de una de las voces locales más críticas en torno a una idea de emprendimiento disociada de una ética cultural que tenga en cuenta el valor de lo creado y el protagonismo del creador: *“Lo mismo ocurre con el emprendedurismo: es una cuestión de clases... Esta desigualdad también está en los emprendimientos que se basan en la estetización y el vaciado de expresiones culturales minoritarias... Es un oportunismo que mantiene invisible al verdadero artesano mientras un pequeño-burgués, con su visión romántica y paternalista, toma crédito del trabajo ajeno refinándolo, poniéndole un logo bonito y un precio de boutique neoyorquina, hay que ser conscientes de que toda esta nueva oferta cultural y la moda del emprendedurismo están (la mayoría de las veces) ligados al poder adquisitivo y que, lejos de producir un verdadero impacto, se limitan a la reproducción de discursos y estéticas dominantes para que las capas medias y altas se sientan ambientadas en alguna gran capital”.* (Cordero, 31 de agosto 2016).

“El valor de las artesanías se apropia en otros lugares donde se le añade diseño y funcionalidades que las creadoras indígenas no tienen la posibilidad de incorporar. Perdiéndose así la esencia simbólica de las creaciones artesanales como expresión cultural de sus pueblos y quedándose ellas relegadas del disfrute de los beneficios económicos que en justicia les corresponderían. Muchas grandes boutiques tienen productos indígenas, pero en la mayoría de los casos, las protagonistas no se apropian de su valor, reservándose para ellas

¹¹³ Conclusiones del Taller “Identificación de Desafíos y Oportunidades para el Emprendimiento de Mujeres Indígenas (turismo y artesanía)”, celebrado en el marco del Foro “Autonomía Económica de las mujeres indígenas en el siglo XXI, el reto a nuestro alcance”. Panamá, 28-29 de septiembre de 2017.

¹¹⁴ Entrevista número 39.

exclusivamente la elaboración de la “materia prima” y el comercio directo en espacios muy limitados (puestos callejeros, ferias puntuales, etc.)”.

Retomando a Santos Sousa (2010b), lo anterior refleja con claridad la dicotomía existente entre los territorios del ser y del no ser a la hora de emprender cultura, tratándose de un tema crítico en la región latinoamericana (y en Panamá), donde coinciden los sectores de elevada diversidad cultural con los de menor capacidad de gobernanza. Esto sucede, por lo general, en los entornos de conocimientos tradicionales, arte popular o diseños de pueblos originarios imposibles de proteger como propiedad comunitaria bajo derechos de autor y en los que, por tanto, se produce una notable apropiación de conocimiento.

Otros grupos sociales cuentan con barreras a la hora de emprender, mostrando cómo la estratificación social no solo opera en el consumo sino, con más fuerza aún, en la producción y en el emprendimiento cultural, por no hablar del liderazgo político-económico en el sector, algo que desborda el marco de la presente investigación, pero que sería muy interesante acometer en el marco de los estudios impulsados desde la sociología cultural.

Tal es el caso de las mujeres que, en el mundo del empleo y el emprendimiento se encuentra infrarrepresentada (en Panamá, apenas lo son el 23% de los empleadores), concentrándose en muy pocos sectores productivos, en las empresas más pequeñas, las que limitan su acción al mercado local y los negocios informales (Enred Panamá, 2015). Falta información (y se necesita) sobre la participación femenina en el entorno del emprendimiento cultural panameño; no obstante, un único dato, procedente del estudio sobre la industria de la música en Panamá, es tan reveladora de la situación que no necesita mayores comentarios. *“El 71% de los encuestados masculinos viven de la música, pero solo un 28% de las mujeres encuestadas lo hacen”* (Stanziola y Vernaza, 2017).

Educación y capacitación

LA CULTURA NO SE RECOGE EN LA FORMACIÓN NI COMO SALIDA PROFESIONAL

Otro elemento que debilita el desarrollo cultural del país –y la economía asociada a este– es que no se enseña ni como disciplina, ni como medio de vida, ni tampoco se educa para el consumo. La educación parte de las escuelas, sin embargo, en dichas instituciones se fomentan muy poco las disciplinas artísticas, el arte en las escuelas no es reconocido ni como eje de la formación de la persona ni como una salida profesional. Se identifica, por lo tanto, una carencia formativa generalizada en la sociedad panameña que supone una barrera más al reconocimiento y desarrollo del papel de la cultura desde el punto de vista académico y desde el productivo, como industria cultural. Así lo entienden las personas entrevistadas:

*“El sistema creativo en las escuelas que no ha sido revisado desde 1985. La materia de arte la imparte el profesor de religión o el de educación física. No se reflexiona acerca de la creatividad para todo en la vida, y la base de la creatividad está en lo artístico”.*¹¹⁵

“El principal déficit es la implementación de materias de arte y actividades extracurriculares en las escuelas, ya que han dejado de lado estas materias tan importantes para el desarrollo

¹¹⁵ Entrevista número 14.

humano y cultural del país. El gobierno ha optado por eliminar estas materias aduciendo no necesarias para un campo laboral."¹¹⁶

*"Si la gente aprendiera a apreciar la buena música exigiría buena música"*¹¹⁷.

Si no se trabaja desde el ámbito de la educación y no se modifica el rol y valoración que tiene en ella la cultura, los cimientos de las industrias creativas y culturales serán mucho más endeble, así como el emprendimiento cultural y la elección del sector cultural y artístico como forma de vida.

*"En la actualidad es difícil emprender en este sector y recibir apoyo o ingresos de parte de las empresas y sociedad en general por dos factores: educación y formación cultural."*¹⁰⁵

En sectores concretos, como en el de la música, *"a nivel de conocimientos, hay una limitada o nula inversión estratégica y a largo plazo para desarrollar a los artistas y sus productos"* (Stanziola y Vernaza, 2017).

FALTA DE PROFESIONALIZACIÓN Y ESCASA CALIDAD

Una de las consecuencias directas de la escasa valoración de la cultura y la deficiente educación cultural, que se ofrece en el país, es la falta de profesionalización que existe en el sector. Debido a la resistencia que tiende a considerar determinadas actividades culturales como actividades económicas con valor propio y sujetas a remuneración, no se reconoce tampoco la necesidad de formación para la realización de este tipo de actividades. Así lo expresan las personas entrevistadas:

*"Además, existe una falta de profesionalismo y nivel en las actividades que se realizan, que se excusa bajo la idea de que "estamos tratando de hacer algo por la cultura" y eso me parece sumamente peligroso. Si las cosas no se van a hacer bien y de primer nivel, prefiero que no se hagan. Educar mal en temas culturales es casi peor que ser analfabeta."*¹¹⁸

*"Falta de "profesionalidad" en el sector, No hay educación en la atención al cliente. Hay mucha informalidad en este sentido."*¹¹⁹

"El hecho de ser un campo de formación muy reciente, con una escasa profesionalización, dificulta su posicionamiento como un sector de gran incidencia en el desarrollo social del país. Este reto implica fortalecer en capacidades, herramientas y competencias que diluyan la debilidad de un sector cultural con poco peso en las escasas políticas culturales en Panamá". (Estarás, 17 de junio 2013).

A su vez, la escasa profesionalización de la cultura repercute directamente en la calidad de los productos y servicios culturales, que a menudo se quedan por debajo de los estándares, provocando, como consecuencia, un impacto negativo sobre el consumo y la inversión en cultura. La falta de calidad genera desconfianza y se añade como una barrera más a la puesta en valor de la cultura y sus manifestaciones.

¹¹⁶ Entrevista número 41.

¹¹⁷ Roberto Delgado en Festival Internacional Caribe 25 años. La creatividad como el motor de la economía naranja. Panamá, 25-27 de abril de 2018.

¹¹⁸ Entrevista número 27.

¹¹⁹ Entrevista número 33.

*“El problema en Panamá es la calidad, si ofreces o realizas espectáculos de calidad, las empresas privadas y los mecenas apoyan. Los músicos locales son talentosos, pero no se exponen a públicos porque no tienen apoyo ni recursos, por lo tanto sus estándares de calidad son bajos”.*¹²⁰

*“La artesanía tiene bajos estándares de calidad.”*¹²¹

Pero también existe la opinión contraria, es decir, dependiendo del sector “la calidad no vende”:

*“No hay variedad, solo música urbana (reggaetón). Una realidad frustrante para el que quiere hacer cosas de calidad”*¹²².

ESCASEZ DE OFERTA FORMATIVA

Otra de las consecuencias de la escasa relevancia de la cultura en el país, es que existen pocos centros, organismos e instituciones que capaciten a los y las artistas, así como al resto de profesionales de la cultura. Esta escasez de oferta formativa tiene como consecuencia el desconocimiento –en muchas ocasiones- de las reglas del juego de la actividad económica realizada. Las diferentes manifestaciones culturales son heterogéneas, con reglas de producción, distribución y comercialización diferentes, y con mercados, inversores y consumidores distintos, por lo que la gestión de un negocio cultural exige de capacitación y conocimiento en todos esos aspectos para convertirse, no en un lastre para la persona emprendedora, sino un catalizador del éxito de su iniciativa.

En el panorama cultural panameño, por tanto, resulta difícil encontrar empresas que se dediquen a la cultura, asesoramiento de artistas o a su formación. Las y los artistas se ven obligados a adquirir por sí mismos los conocimientos de la administración y gestión empresarial, los del mercado en el que están involucrados y las estrategias para el buen funcionamiento dentro del mismo.

*“Dada la total ausencia de una política cultural de Estado, toca a los emprendedores culturales y creativos formarse, en la medida de sus posibilidades, como gestores de emprendimientos culturales viables, claramente afines con las estrategias de mercadeo y publicidad de empresas y organizaciones con fuerte presencia local, que estén impulsando proyectos de impacto nacional. Es decir, el artista y el gestor deben hacer propias las herramientas que ponen a su disposición el mercadeo y la publicidad, conocer en profundidad las necesidades de comunicación de sus potenciales clientes y ser capaces de “venderles” (mostrarles las bondades) de la inversión (y no del “gasto”) en “cultura para el desarrollo”*¹²³.

En algunos subsectores de la cultura, la falta de oferta formativa específica agrava la situación. Es el caso del cine, la elevada formación técnica -tecnificación- requerida para el desempeño de la actividad, es uno de los problemas que dificulta la industria cinematográfica panameña.

“No hay escuelas de cine, y no se aprovecha la capacidad humana instalada (por ejemplo, estudiantes universitarios y de formación profesional de las distintas ocupaciones relacionadas con el cine –iluminadores, camarógrafos, etc.) para capacitarles y darles oportunidades de

¹²⁰ Entrevista número 28.

¹²¹ Entrevista número 16.

¹²² Roberto Delgado en Festival Internacional Caribe 25 años. La creatividad como el motor de la economía naranja. Panamá, 25-27 de abril de 2018.

¹²³ Entrevista número 20.

aprender en el contexto de las producciones que se hacen en Panamá. Además de apoyar la industria”¹²⁴

“En general, existe un consenso de que Panamá posee espacios adecuados para la formación inicial de músicos. Sin embargo, aún existe la necesidad de emigrar a países como Costa Rica, Estados Unidos de América y Argentina para recibir un nivel más alto de formación” (Stanziola y Vernaza, 2017).

“El music business se entiende tan solo como una serie de actividades administrativas (por ejemplo, organizar un evento, conseguir fondos). Hay poco entendimiento sobre la necesidad de fomentar las actitudes y comportamientos requeridos para formular e implementar modelos de negocios sostenibles. Falta también conocimiento de las redes de promoción y distribución de la música en general y cómo formular e implementar estrategias comerciales. Los artistas invierten más en producción que en promoción. Falta igualmente actualización con respecto a las tendencias del mercado, en términos de la competencia y gustos de los consumidores, a nivel local e internacional” (Stanziola y Vernaza, 2017).

CREACIÓN Y GESTIÓN

Un último elemento relacionado con la capacitación de gran relevancia para el emprendimiento cultural es la relación entre la creación y la gestión. Las y los artistas son creadores/as y de ahí nace la idea, la iniciativa, el proyecto que se quiere poner en marcha, pero después se hace necesaria la gestión del negocio, el manejo de técnicas ajenas a su actividad cultural, a su profesión. Mantener un equilibrio entre el aspecto creativo del negocio y el aspecto de gestión es realmente difícil para las y los emprendedores culturales, que, por otra parte, han de encontrar en su propio negocio los réditos del esfuerzo de la creación de su obra.

“Los artistas, son artistas y tienen difícilmente resuelto el hecho de manejar su obra como un negocio, con una gestión adecuada y razonable”.¹²⁵

“Los músicos tienden a asumir el rol de managers sin tener los recursos –incluyendo conocimientos y tiempo– para ello” (Stanziola y Vernaza, 2017).

“El arte debe formar parte de la economía y el mercado desde el punto de vista de la participación activa del artista en el mercadeo de su propio producto y también de los beneficios”.¹¹²

FALTA DE CONSOLIDACIÓN DE LA FIGURA DEL GESTOR CULTURAL

Pero no siempre es sencilla la gestión del negocio por parte del creador o creadora. A la limitada oferta formativa para emprendedores culturales, se añade la carencia de una figura consolidada de gestor o gestora cultural en Panamá, es decir, del profesional, cuya labor fundamental es apoyar al creador/a en la gestión de su actividad o de su negocio cultural, con las mismas técnicas de gestión que cualquier otro profesional. Fruto de esta carencia, muchas veces es el/la artista quien ejerce por su cuenta, como se ha indicado anteriormente, las labores que se considerarían propias a desarrollar por los y las gestoras culturales. Las personas expertas entrevistadas así lo reflejan: *“Se necesita recurso humano cualificado, interesado en gestión*

¹²⁴ Entrevista número 11.

¹²⁵ Entrevista número 21.

*cultural”.*¹²⁶“Para vender un producto tienes que ser comercial, no artista.”¹²⁷“Escasa diferenciación entre el “gestor” y el “artista”. Un poco todos son lo mismo. No existen esas figuras intermediarias. No existe el pequeño gestor cultural. El artista va con el producto al hombro, no hay quién te lo venda. No existen las empresas culturales”.¹¹⁵

Mercado Cultural

MERCADO PEQUEÑO

El mercado cultural de Panamá es un mercado pequeño, no sólo por ser un país con escasa población (en 2016 la población panameña superó los 4 millones de habitantes) (INEC, 2016), también por las dificultades que antes se han señalado sobre la escasa educación de la población en materia de cultura, el acceso desigual a los bienes culturales de la población panameña con escasos recursos y los escasos apoyos financieros que las instituciones ofrecen para la producción cultural.

*“Otro problema es que no existe la curiosidad en la gente en temas que tengan que ver con cultura, ese es el principal problema del mercado, eso hace que sea muy reducido”.*¹²⁸

*“Hay un pleno desconocimiento del arte y no se puede demandar lo que se desconoce (...) Como estrategia de mercado, sólo se puede vivir de la cultura si se hace que la gente entienda la cultura, porque no se consume lo que no se conoce.”*¹²⁹

*“Es un tema de percepción, de que las artes son ... un hobby, un decorativo y no algo sustantivo. De ahí su falta de puesta en valor, por lo cual no se da la educación necesaria para hacerlo o para apreciarlo. Si no hay por ende una demanda educada al respecto, tampoco habrá fondos”*¹³⁰

*“El problema es que no hay posibilidad de producir. Hay un nicho de mercado, pero eso no ven los productores. En Panamá no se produce casi nada, solo se comercializa lo que producen terceros (por ejemplo, pasa con el atún. Se pesca en Panamá, se enlata en Colombia y de nuevo se manda a Panamá para comercializarlo. ¿Y por qué no crear una conservera en Panamá?).”*¹²¹

‘En 16 años nunca nadie me pidió la Caperucita roja’. A seis días de cerrar, su dueño, Rodrigo Terán, cuenta lo difícil que es tener un negocio cultural en Panamá. “¿Qué género no lee el panameño? Cultura universal no lee nada. Literatura clásica cero, salvo raras excepciones. Libros técnicos... Lo que más lee. Autoayuda. ¿Y los jóvenes? No quiero poner basura, pero todo lo que leen son sagas de ficción, miedo, fantasmas, cosas irreales y extraterrestres.” (Terán, 24 de abril 2016).

“Como principal es la necesidad de concientizar al individuo en la adquisición de valores por medio del arte, ya que considero que es una fuente principal de recursos para adquirirlos. Luego dejar de promover el pensamiento consumista que tenemos por parte de las empresas,

¹²⁶ Entrevista número 26.

¹²⁷ Entrevista número 15.

¹²⁸ Entrevista número 28.

¹²⁹ Entrevista número 15.

¹³⁰ Entrevista número 38.

promoviendo más el desarrollo cultural y eventos de arte para motivar al individuo en otros aspectos."¹³¹

A esto se añaden las necesidades específicas de algunos sectores.

"A nivel estructural, el crecimiento de la industria musical de Panamá está limitado por el tamaño de su mercado que le dificulta crear economías de escala" (Stanziola y Vernaza, 2017).

*"Mercado para las artesanías culturales e innovadas".*¹³²

"El panameño no lee ¿es una leyenda o una realidad? Es una leyenda urbana. (...) La pregunta es: ¿podemos cubrir los gastos de la compra de libros con frecuencia? Y la respuesta es no (...) Mucha gente está leyendo, pero la pregunta que nos debemos hacer es ¿qué lee? ¿Qué tipo de material está consumiendo?". (Artículo, 23 de marzo 2018)¹³³.

ESCASA ARTICULACIÓN CON LOS MERCADOS Y ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR

Otra de las carencias del mercado cultural panameño es que existen pocos canales de conexión entre creadores y clientes. Pero estos son muy diferentes para cada subsector de la cultura, porque las problemáticas son variadas; desde problemas de distribución según la zona territorial, dificultades en el transporte o faltas de tiendas.

*"Tanto en danza como en teatro no existe intercambio entre ciudad e interior. No hay incentivo para hacerlo. Depende de la empresa privada y el bolsillo del productor".*¹³⁴

*"En todo Panamá sólo hay una tienda de discos. Hay una cultura musical, pero no hay mercado cultural. Lo mismo pasa con el diseño, hay gente muy buena, pero no hay ni un sólo sitio donde la gente se puede informar o comprar"*¹³⁵

*"Grabar un disco cuesta alrededor de 25,000 dólares y las disqueras, salvo las grandes, han desaparecido. Estas, a su vez, solo apuestan por los consagrados, por lo más comercial y sencillo, pero no por los nuevos creadores. En este contexto, hay una gran necesidad de organizarse".*¹³⁶

*"Hay que ser muy brillante para ser escuchado y, ni así. Porque talento hay, pero tienes que encontrar alguien que te promocione el producto en las redes."*¹³⁷

*"No hay buena comercialización de los productos artesanales"*¹³⁸

En el caso de la música, *"... la asociatividad en la industria debiese ser reforzada para convertirse en una herramienta de cabildeo y concientización que ayude a reducir los costes de creación y producción, y de entrada a las redes internacionales de distribución y promoción"* (Stanziola y Vernaza, 2017).

¹³¹ Entrevista número 41.

¹³² Entrevista número 39.

¹³³ Mar Alzamora, gestora cultural.

¹³⁴ Entrevista número 32.

¹³⁵ Roberto Delgado en el Festival Internacional Caribe 25 años. La creatividad como motor de la economía naranja. Panamá, 25-27 de abril.

¹³⁶ *Ibidem*

¹³⁷ Entrevista número 12.

ESCASA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA CULTURA HECHA EN PANAMÁ

En esa misma dirección, otro de los problemas al que se enfrenta el mercado cultural de Panamá es la escasa internacionalización del sector. A pesar de los últimos datos públicos sobre exportación de bienes culturales, cualquier profesional de la cultura con mínimos conocimientos sobre su mercado, afirmarían que Panamá no exporta bienes ni actividades culturales. Las cifras reales, probablemente, se acercarán a las obtenidas y mostradas en el presente informe para los años 2008-2009 de 0.05% sobre el total de exportaciones.

No hay exportación, sin embargo, sí importación. Pero si no se exporta, no se produce y si no se produce no se exporta.

*"No existe internacionalización de la cultura panameña: el "meneito", el "papichulo",.... todos son de Panamá, pero nadie lo sabe, eso no se aprovecha. Hay artistas panameños que han expuesto sus obras en museos internacionales, pero en Panamá nadie los conoce. Hay gente especialmente buena, pero la gente no sabe que existen, porque no se visualizan y promocionan en la Red."*¹³⁸

Con este panorama, se puede describir el mercado cultural panameño como un mercado pequeño y relativamente copado –salvo excepciones- por lo extranjero, donde la mayoría de los bienes y servicios culturales que se consumen/disfrutan no tienen origen en el propio país, desaprovechando la riqueza cultural, la mano de obra y las ideas de calidad que se encuentran en Panamá.

Infraestructuras y espacios culturales

ESCASEZ DE INFRAESTRUCTURAS Y ESPACIOS

En Panamá no hay espacios que promuevan la producción ni el emprendimiento cultural, faltan infraestructuras de orientación, apoyo, promoción y acogimiento de artistas y sus obras. Las actividades culturales y creativas necesitan de espacios e infraestructuras variadas, según el subsector del que se trate, para la producción, la distribución y la comercialización. El acceso a los mismos no es fácil y a menudo condiciona la producción de obra, promoviendo de nuevo una concepción elitista de la cultura. El acceso a salas, escenarios, galerías, estudios u otros espacios donde se pueda ensayar, experimentar, en definitiva, crear. Es un apoyo fundamental para las y los emprendedores culturales, que en muchos casos se enfrentan a necesidades de grandes espacios para desarrollar su actividad, como no ocurre en otro tipo de negocios. Sin embargo, también en este aspecto la cultura panameña en general adolece de carencias y así lo ponen de manifiesto las personas expertas: *"Ausencia de políticas y espacios para promover el emprendimiento"*.¹³⁹ *"No hay suficientes galerías artísticas"*.¹²⁶ *"Infraestructura para desarrollar mi emprendimiento en su forma"*.¹⁴⁰

A lo que se añaden las necesidades concretas de algunos sectores. En el caso de la música, se apunta la escasez de locales que ofrecen música en vivo. Y, si bien hay algunas disqueras locales (Panama Music, Event Music o G Producciones), tampoco se encuentran con facilidad espacios de ensayo, grabación y, en general, recursos para la producción de música grabada.

¹³⁸ Entrevista número 15.

¹³⁹ Entrevista número 21.

¹⁴⁰ Entrevista número 39.

Financiación

Comenzaré este apartado ilustrando algunos datos: De todos los emprendedores culturales entrevistados en la presente investigación sólo un 11.11% confirma que -habiéndola necesitado- encontró financiación pública en el desarrollo de su proyecto; frente a un 55.56% que habiéndola necesitado no la encontró. El 50% del total afirmó haber encontrado financiación privada, frente al 25% que no encontró.¹⁴¹

ESCASA FINANCIACIÓN PÚBLICA PARA EL EMPRENDIMIENTO CULTURAL

Uno de los principales obstáculos –si no el que más- a los que tienen que enfrentarse las personas emprendedoras de la cultura es el económico. En Panamá el apoyo económico público a los proyectos culturales es muy escaso. La mayoría de las personas emprendedoras que fueron entrevistadas admiten haber necesitado financiación pública y sólo una de ellas afirma haberla encontrado. En el caso de la financiación privada, aunque en varios casos tampoco se encontró en el grupo de artistas entrevistados, sigue siendo más frecuente que la de naturaleza pública.

El aspecto de la financiación es uno más de los reflejos de las limitadas políticas culturales que existen en Panamá. A la escasa dotación presupuestaria para la capacitación y promoción cultural, se une la escasez de recursos económicos para el apoyo directo a la creación y crecimiento de negocios culturales, situación que además se agrava por la falta de estrategia cultural global de los poderes públicos, que dispersa y dificulta el acceso a las escasas ayudas existentes. La cultura y las actividades propias del sector permanecen invisibilizadas en el ámbito de la financiación y abandonada por los créditos y fondos públicos.

"La falta de comprensión de la importancia demostrada, y la falta de voluntad de parte de organismos estatales como el INAC para financiar proyectos de este tipo. En fin, desprecio de parte de quienes deberían apreciar nuestra labor."¹⁴² "El mayor obstáculo es el financiamiento."¹⁴³ "No tengo financiamiento, utilizo lo que gano de mi trabajo formal para realizar las remodelaciones y conseguir los materiales que necesito. Poco financiamiento para emprendimientos informales, las instituciones de financiamiento están dirigidas para emprendedores formales ciertos años de operación y legalidad."¹⁴⁴

ESCASEZ DE INVERSORES CULTURALES

Al escaso apoyo público se une que apenas existen inversores culturales, ni incentivos por parte del gobierno para animar a las empresas privadas a apoyar este tipo de emprendimientos. Las empresas, al igual que el resto de sectores institucionales, no perciben la cultura como una inversión y un factor de desarrollo, por lo que la financiación procedente de este sector para el emprendimiento cultural va más de la mano de los intereses y sensibilidad cultural de la empresa, que de una "cultura" corporativa de apoyo al sector. En medio de esta situación, los proyectos culturales se encuentran a menudo a expensas del patrocinio de grandes empresas, a través de mecenazgos y del desarrollo de sus programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), lo que condiciona y limita la promoción cultural y genera sesgos en el desarrollo de los diferentes subsectores culturales.

¹⁴¹ Puede encontrarse toda la información referente a las necesidades de las y los emprendedores entrevistados en el Anexo 1.2.

¹⁴² Entrevista número 24.

¹⁴³ Entrevista número 35.

¹⁴⁴ Entrevista número 40.

“En Panamá, la cultura se mueve toda por mecenazgos, apenas existe apoyo por parte del sector público. Los proyectos salen en función de redes de contacto, de patrocinios entre las “élites.”¹⁴⁵”Necesidad de apoyos de aliados tanto privado y público.”¹⁴⁶

Las y los emprendedores culturales, por lo tanto, se encuentran abocados a la consecución de recursos económicos por sus propios medios. Esta situación restringe no solamente la capacidad de emprender en su fase inicial; también dificulta la posibilidad de mantener los proyectos y actividades a medio y largo plazo, pues en muchas ocasiones se parte de una financiación propia pero no con un respaldo económico futuro.

El fallo en los sistemas de financiación, que a la vez son resultado directo de la falla de las políticas públicas y –como efecto de estas también- de la limitada apuesta de las empresas (ya sea como inversión o como parte de su RSE) por el sector de la cultura, afecta notablemente, pues, a los pequeños emprendimientos y, a la vez, limita la expansión y sostenibilidad de las iniciativas más ambiciosas y consolidadas. Así, la iniciativa cultural en el país se mantiene gracias al esfuerzo artístico y creativo de los propios agentes culturales, habiéndose naturalizado la idea de que todo el aporte debe recaer sobre sus hombros...y sobre sus bolsillos.

Para cerrar este apartado, considérense como ejemplo significativo de la afirmación anterior, algunas reflexiones realizadas por Danilo Pérez, en una reciente entrevista concedida a la Revista Escapes (Pérez, 2015).

“El problema que tenemos no es la falta de gente, es la falta de recursos, tenemos mucha más demanda que la que podemos suplir. Ese es el gran reto que tenemos”... “Lo que falta para que se mantenga el proyecto es crear una ley para que el festival se haga sostenible, de alguna manera encontrar los recursos y fondos de diferentes entidades”... “Mi sueño es que el Proyecto de Panamá Jazz Festival se haga sostenible y perdure en el tiempo. Poder extender este programa a todas las provincias y crear grupos de apoyo, hacer festivales e intercambios nacionales, eso sería maravilloso. Creo que es importante la perspectiva que presentamos para el país porque desarrolla el turismo cultural, genera intercambios a nivel internacional y crea mucha mística entre los grandes artistas del mundo, sin duda ese es un proyecto muy querido”.

5.7.2 Fortalezas

Diversidad y creciente dinamismo cultural

Cantera de emprendedores/as culturales

Aumento de interés por la cultura

Penetración de las TICs

¹⁴⁵ Entrevista número 15.

¹⁴⁶ Entrevista número 39.

Diversidad y creciente dinamismo cultural

Entre las fortalezas con las que cuenta el país para establecer un ecosistema favorable a la economía cultural y al emprendimiento dentro de la misma se encuentra, en primer lugar, la amplia diversidad cultural, que es una fuente de productos culturales con un fuerte sello diferencial si se reconoce y valora adecuadamente.

“Consideramos que el mundo de la cultura en Panamá tiene mucho potencial, pero está en conformación”.¹⁴⁷

*“Somos un crisol de razas. Panamá tiene una diversidad espectacular que es el escenario perfecto para los creativos, para el cultivo de lo tradicional y la mezcla del mismo con lo innovador.”*¹⁴⁸

*“Hay una oportunidad en el fomento de la cultura étnica, como es el caso de la música de tradición afroantillana de Colón, que sirve no sólo para abrir oportunidad de mercado, sino también como mecanismo de empoderamiento de estas comunidades.”*¹⁴⁹

“Si podemos “aguantar” hasta que logremos poder vivir de esto se va a dar muchas oportunidades. Estamos seguros de ello”.¹⁵⁰

“Tenemos una fuerte tendencia en talentos nacionales que deberíamos promover y darle más apoyo ya que gracias a nuestra posición geográfica tenemos mezclas de muchas influencias culturales y sociales que debemos explotar. Debemos enseñarles al individuo y a las diferentes clases sociales que somos capaces de emprender en este ámbito (la música)”.¹⁵¹

*“Panamá ofrece la oportunidad de hacer visible las capacidades y los valores culturales en el caso mío pertenecer a un pueblo indígena que permite demostrar los conocimientos tradicionales e identidad que mantenemos, de manera más cercana.”*¹⁵²

Igualmente, se identifica una creciente efervescencia creativa como, también, la aparición de nuevos actores (privados, pero también públicos, sobre todo a nivel local) que están dinamizando el sector.

“Panamá ciudad se encuentra en una era privilegiada, con la gestión de la Alcaldía alineada y comprometida con el desarrollo cultural. Aunada a un buen plan de gestión social que toma la cultura como pilar integral y enterada de los procesos culturales a nivel mundial”... “Economía en auge, bajos índices de problemáticas sociales”.... “Ecosistema en desarrollo. Panamá es punto de encuentro e intercambio, esto aplica también al comercio de la Industria Creativa y Cultural”... “Existen muchas oportunidades de creación por tratarse de un tema novedoso localmente”... “Panamá es pequeño, lo que nos permite hacer conexiones efectivas rápidamente”.¹⁵³

¹⁴⁷ Entrevista número 23.

¹⁴⁸ Entrevista número 38.

¹⁴⁹ Entrevista número 15.

¹⁵⁰ Entrevista número 23.

¹⁵¹ Entrevista número 41.

¹⁵² Entrevista número 39.

¹⁵³ Entrevista número 26

Cantera de emprendedores/as culturales

Panamá dispone de un buen número de artistas de calidad que en muchas ocasiones no son valorados hasta que tienen la oportunidad de exportar sus obras, bienes o actividades al exterior, donde sí se les ofrece una mayor oportunidad de avanzar en sus proyectos.

Pero no hay olvidar que también existe una importante cantera de emprendedores y emprendedoras culturales a la espera de una oportunidad para desarrollar sus ideas.

"Los y las jóvenes artistas, los muchachos que ahora tienen entre 20-25 años, (...) Son jóvenes muy buenos, realmente brillantes. Estos jóvenes viven otro Panamá, que es "invisible", pero que está ahí. El problema es que aún no están en la cultura "oficial".¹⁵⁴

"Tenemos la ventaja de contar con profesionales con deseos de trabajar en temas de emprendimiento cultural"¹⁵⁵

Visualizar y otorgar voz pública a artistas y creadores/as puede ser un medio de dar a conocer, extender y poner en valor la cultura local y los emprendimientos dentro de ella.

Aumento del interés por la cultura

Poco a poco está aumentando el número de iniciativas culturales, se están creando redes de acción dispuestas a llevar a cabo propuestas de calidad, ideas serias que puedan tener impacto en la comunidad. Además, la llegada de personas extranjeras que han fijado su residencia en el país, con preferencias, hábitos y gustos nuevos, abre un abanico de posibilidades al impulso de la oferta cultural local.

"Definitivamente, existen empresas y entidades nacionales e internacionales con fuerte presencia local, conscientes de la importancia de la cultura en la comunicación y el fomento del cambio de actitudes, que invierten en proyectos relacionados con el sector en la medida de sus presupuestos y programas, o que contribuyen a viabilizar las contribuciones de empresas y entidades correlacionadas."¹⁵⁶

"La alta migración hacia nuestro país, llegando extranjeros con un modo de pensar diferente y consumidores de cultura".¹⁵⁷

"Los líderes en gestión cultural en Panamá han ayudado a los distintos sectores del sector cultural a tomar conciencia de su valor para lograr sus propios recursos económicos y no estar a expensas del sector público".¹⁵⁸

En el caso concreto de la industria de la música, *"esta cuenta con el respaldo del público local, como lo demuestran las cifras de playcount de música típica de las emisoras de radio y las visitas a los canales de YouTube de reggaetón."* (Stanziola y Vernaza, 2017).

Penetración de las TIC

La constante evolución de las TICs representa una fortaleza potencial para la expansión de los emprendimientos culturales, más en un país como Panamá, que cuenta con una elevada

¹⁵⁴ Entrevista número 15

¹⁵⁵ Entrevista a número 40.

¹⁵⁶ Entrevista número 20.

¹⁵⁷ Entrevista número 31.

¹⁵⁸ Entrevista número 24.

penetración de Internet. Internet ofrece herramientas indispensables tanto para la co-creación como para la difusión de las creaciones, también para establecer redes y alianzas, aprender, innovar, gestionar, organizarse, reivindicar o compartir conocimientos y experiencias entre profesionales y emprendedores de la cultura. Actualmente ya se están produciendo demandas para constituir comunidades on-line de creadores culturales. Una de ellas, que si bien no es específica al sector sí que comprende muchas actividades enmarcadas en él, es la plataforma de economía colaborativa Minka (<http://minka.me/>), un espacio virtual iberoamericano constituido como banco de redes, en el que se comparten conocimientos, financiación, proyectos, equipamientos, infraestructuras y contactos. Uno de sus espacios, por ejemplo, (denominado Escambo) está orientado concretamente a los intercambios entre puntos de cultura (artesanos, colectivos culturales, bandas, grupos de teatro, etc.).

No obstante, queda mucho camino pendiente para convertir toda esta potencialidad en acto, pues no puede olvidarse el *“limitado uso de la tecnología para la promoción y distribución de manera estratégica”* (Stanziola y Vernaza, 2017).

Finaliza aquí este recorrido -un tanto abrupto a mi pesar- por los datos, políticas, experiencias y voces que conforman el panorama de creación y emprendimiento cultural en Panamá. Son muchas las reflexiones a las que mueve toda la información recopilada y analizada, pero dado que estamos ya acercándonos al cierre de esta tesis y con el fin de no resultar reiterativa, he optado por abordar la recapitulación y conclusiones de este capítulo en el siguiente, que es el que pondrá el broche final a mi trabajo.

6. Conclusiones y algunas propuestas

“Eso es lo que dice la observación del mundo actual. No solo no hay perspectiva a largo plazo; ni siquiera a corto. En la Casa Blanca todo cambia cada día. Y la Unión Europea se resquebraja. Los mercados financieros siguen siendo volátiles, cuando ya se había anunciado su estabilización. La nueva ola de revolución tecnológica -la inteligencia artificial- sacude industrias fundamentales como la del automóvil, y desestructura los mercados laborales. Y los políticos profesionales sobreviven como pueden, apurando sus últimas oportunidades. Lo que queda no es lo local, que también está carcomido por la lucha entre lo viejo y lo nuevo. Lo que quedan son las personas. De lo que hagan los humanos como humanos, no como clase, o creyentes, o votantes, depende en último término que seamos capaces de convivir”.

Manuel Castells (Castells, 26 de febrero 2018)

6.1 Presentación

Quiero empezar las conclusiones de esta tesis con una reflexión de Manuel Castells -extraída de una reciente entrevista- que resuena en el punto de llegada que logré alcanzar tras el recorrido teórico, político, estadístico y práctico que he realizado en el transcurso de esta tesis. Un recorrido lleno de conceptos, propuestas, experiencias y datos, a veces tan abrumadores que resulta fácil perderse en ellos si no es apegándose a algún tipo de brújula orientadora, que para mí son las personas entendidas como medio y fin de la praxis social.

Me interrogaba al inicio sobre *qué cultura se emprende, en qué economía y para qué desarrollo*, pues estos son los términos que constituyen el núcleo central de mi trabajo, junto a *Panamá* como territorio de referencia. Cinco palabras difíciles de desentrañar por separado, pues cada una de ellas porta múltiples significados atendiendo a su carácter polisémico. Más complejo todavía es intentar relacionar las unas con las otras de un modo coherente, tarea sin embargo indispensable en el caso que nos ocupa. Cultura-desarrollo pero, también, cultura-economía, cultura-emprendimiento o economía-emprendimiento. Y, cómo no, cultura-Panamá, economía-Panamá, desarrollo-Panamá o Panamá-emprendimiento.

El marco en el que se despliega todo lo anterior, y que no puede estar por tanto ausente de mi análisis, se refiere al *mercado* y a las *políticas públicas*. Y en este caso, sin desdeñar la enorme relevancia del mercado, pero viéndome obligada a delimitar mi objeto de estudio, he puesto mi principal foco de atención en las políticas públicas.

Corroboré, por otra parte, que sobre todo lo anterior (ideas, hechos e intervenciones) planea un contexto -temporal y geográfico- que impacta con fuerza en todo lo que se piensa y acontece alrededor de estas -y ya van siete- palabras. Un contexto que se resume en la palabra *cambio*, cambio radical y acelerado -marcado hoy por la globalización, la inteligencia artificial, la robotización e internet- que permea todos los significados, todas las dimensiones y todas las formas en que se modela la creación y experiencia cultural, la economía, el desarrollo, el emprendimiento, las políticas, los mercados y los territorios.

En el camino, por otra parte, me fue quedando claro que estas conjunciones no se pueden construir, ni siquiera interpretar adecuadamente, sino es asumiendo que -como telón de fondo de las ambigüedades, contradicciones, oposiciones y yuxtaposiciones apreciadas al acercarme tanto a las ideas como al terreno- subyacen visiones muy distintas sobre el *modelo de sociedad* al que

se aspira. La cultura, la economía, el desarrollo y el emprendimiento son campos de batalla en los cuales las palabras dibujan horizontes y valores muy diferentes entre sí y hasta ferozmente contrapuestos.

Al alcanzar, desbordada, este punto me di cuenta de que cualquier pretensión de integrar lo anterior resultaba para mí inviable si no encontraba, detrás de las teorías, cifras, acciones y relatos que fui manejando, un hilo conductor que me ayudara a ordenar lo que para mí era una auténtica maraña, consciente -ya en ese momento- de que me había embarcado en una aventura demasiado compleja y ambiciosa. Y, entonces, mis preguntas bascularon *del qué al quién*; es decir, hacia *el sujeto que emprende cultura (o al que no puede, aunque lo desee)*, indagando en por qué, dónde y cómo lo hace, qué beneficios obtiene, qué apoyos encuentra o deja de encontrar y por parte de qué tipo de actores. Al referirme, por cierto, al emprendedor o emprendedora lo he hecho en un sentido amplio, incorporando asimismo el mundo de los *creadores y gestores* en su vertiente de agentes económicos, puesto que en el mundo del emprendimiento estas figuras se encuentran, -en buena parte de las ocasiones- unidas o superpuestas. Sobre todo, dentro del *espacio local*, que es en el que pueden visualizarse mejor los agentes y sus dinámicas y donde, por tanto, se ha concentrado mi mayor interés.

Ir del qué al quién, y viceversa, me posibilitó ajustar mejor la lupa en las *brechas* que intuía existen entre las diferentes propuestas que se cobijan bajo las nociones de cultura, desarrollo, economía o emprendimiento, pero por encima de todo, entre lo que se dice y lo que se hace. Y encontré, así, una serie de discrepancias entre los discursos y la situación de las y los creadores/emprendedores/gestores reales, al menos la de aquellos que desenvuelven su actividad en el espacio local, que es a la que me pude -y quise- acercar.

Centrarme en *Panamá como estudio de caso* demostró ser una decisión acertada. Y lo fue porque me dio la oportunidad de situar todo el marco de conceptos, datos, políticas y experiencias que había previamente analizado en un territorio concreto; pudiendo, de ese modo, contrastar y profundizar los hallazgos. Así, ello me posibilitó interpretar el conocimiento “mapeado” telescópicamente, ubicándolo a la luz de un microscopio que registraba -con mayor nivel de riqueza y detalle- los fenómenos que me había propuesto analizar. Una mirada que mostró, como era de esperar, similitudes y conexiones extrapolables a entornos más amplios, pero que también puso en evidencia realidades socioeconómicas, institucionales y culturales muy específicas de Panamá, que no tienen por qué darse en otros países, incluyendo los geográficamente más próximos, como es el caso de sus vecinos Colombia y Costa Rica.

En las siguientes páginas realizaré un breve repaso por las conclusiones más importantes de mi análisis, intentando no ser reiterativa en relación a lo ya (suficientemente) expuesto y eludiendo, en esa medida, la tentación de hacer una nueva recapitulación, que entiendo ha sido ya recogida a lo largo de los anteriores capítulos. Mi intención es dirigir la atención selectivamente hacia aquello que considero aporta un valor particular a mi objeto de estudio.

He dividido las conclusiones en cuatro partes, tres de carácter general (*conceptos, hechos y políticas*) y una última de carácter específico (*Panamá*). Quiero añadir que, para esta última, no me he circunscrito a la tarea de concluir, sino que quise plasmar el resultado del análisis en unas cuantas recomendaciones que esperaba pudieran representar un granito de arena para la mejora de las políticas de economía y emprendimiento cultural del país. Recomendaciones que me permito realizar desde la convicción de que hay que utilizar, siempre que sea posible, el conocimiento para la acción transformadora.

6.2 Conceptos: cultura, desarrollo y emprendimiento

La sociología de la cultura aporta claves importantes para comprender la evolución de las políticas de economía cultural. Rescato algunas que me parecen centrales para mi trabajo. La primera es la evolución de las *definiciones de cultura* (clásica, antropológica, sociológica), así como las distintas corrientes que brinda el análisis sociológico de la cultura (en particular su extenso e intenso debate planteado en torno a la cultura de masas), junto a la forma en que las aportaciones de la sociología cultural han ampliado el foco de atención desde el producto (obra) al proceso (de creación) cultural.

Desde distintas voces de la sociología de la cultura se nos recuerda, también, *el modo en que las estructuras sociales condicionan la oportunidad de participar como actores culturales*, en función de aspectos como la clase social, la edad, el sexo, el nivel educativo, la etnia o el entorno urbano/rural, lo cual no solamente es aplicable al comportamiento de las audiencias sino, de manera muy patente también, a la creación y el emprendimiento cultural desde una doble perspectiva: la constatación de las *distintas manifestaciones e intereses* que resultan de la diversidad de la experiencia humana tamizada por dichas variables (diferenciación) y, lo que más me interesa recalcar, la existencia de *distintas posiciones de partida* a la hora de disponer de las condiciones y oportunidades necesarias para insertarse como agentes activos de la economía cultural, disfrutando equitativamente de sus beneficios (estratificación). Esto es clave al trasladarse a la realidad de países como los latinoamericanos, buena parte de ellos caracterizados por notables desigualdades sociales y en los que, por otra parte, las intersecciones de brechas de clase, etnia y género son muy patentes. Todo lo cual influye fuertemente en la experiencia cultural y, en el caso aquí tratado, en el acceso y disfrute de las riquezas económicas que pudiera aportar la cultura y, en general, el ejercicio de la creatividad humana en todas sus acepciones.

Algunos autores de la sociología de la cultura (en el mundo hispano Castells, Ariño o Rodríguez Morató, por citar tres de los referentes principales que he utilizado para mi tesis) brindan, por otra parte, una atinada caracterización de los *disruptivos cambios* que atraviesan los contenidos, prácticas, espacios de producción/distribución, mercados, institucionalidad, modo de consumir (y de crear y emprender) cultura. Todo ha cambiado y va a continuar haciéndolo, cada vez más rápido además, lo que hace que las rígidas y tradicionales fronteras entre unos subsectores y otros, entre producción y consumo, entre el condicionamiento social y el margen de maniobra personal, entre lo local y lo global, por citar apenas algunos ejemplos, hayan perdido su antiguo sentido. La *hegemonía del lenguaje digital* produce “*metacultura*”, que integra en una pantalla todas las formas culturales pasadas y presentes, convirtiendo el medio virtual (de forma inconexa, desordenada y confusa, pero muy real) en el espacio de toda la realidad. Y ello a través de la convergencia de los distintos medios y la consiguiente apertura hacia nuevos marcos de experiencia cultural, donde la síntesis y tensiones entre el condicionamiento social y la autonomía personal se hace cada vez más difusa y compleja. Por otro lado, la cultura desborda y democratiza sus espacios, convirtiendo desde las calles hasta las cocinas en la nueva geografía de la creación, una geografía en la cual alta cultura, cultura popular y cultura de masas se entremezclan.

“En la sociedad contemporánea, las artes –sus valores, sus obras y sus prácticas características- están en todas partes, no solamente en las instituciones propiamente artísticas, sino en los lugares más diversos, algunos relativamente insospechados, como las cocinas de los grandes chef, los talleres de los artífices de la moda o el espacio urbano intervenido por los

creadores del arte callejero. La expansión y diversificación de los espacios sociales del arte ha sido una constante desde hace décadas. Como es sabido, los sucesivos desbordamientos vanguardistas dieron paso a una dinámica posmoderna que dinamitó las barreras entre alta cultura y cultura popular, sus mundos y sus repertorios simbólicos”...”Pero así también los eventos artísticos de todo género, en lugar de concentrarse y aislarse, se proyectan hoy hacia todo el espacio social y se ubican en todos los rincones de la geografía” (Rodríguez Morató, 2017).

Estos fenómenos nos interpelan, en relación a las políticas de cultura y economía cultural, en varios aspectos relevantes: a) la imperiosa necesidad de *redefinir -más bien de reinventar- los contenidos y gestión de las políticas culturales* al hilo de los nuevos retos del presente; b) la oportunidad de los gobiernos de países y comunidades locales para ejercer un nuevo rol en la *potenciación de la esfera pública y los flujos de significado como bienes públicos* (lo cual significa poner en marcha nuevas estrategias que protejan y empoderen lo propio, pero conectándolo también con el *mainstream*) o, por el contrario, dejar las dinámicas en manos de un mercado dominado por las grandes corporaciones y hasta ponerse a su servicio; c) *el estímulo y facilitación del uso de las TIC en todos los procesos relacionados con la economía y emprendimiento cultural* que se gesta en los espacios locales (acceso a la oferta, aprendizaje, co-creación, producción-consumo, comercio, visibilidad, articulación de la demanda, generación de redes de personas creadoras/emprendedoras/gestoras, impulso de intercambios y redes institucionales a nivel nacional e internacional, etc.), y d) la sistemática consideración de *la inclusión digital como un ingrediente esencial de la inclusión cultural* (ya sea en sus facetas de consumo, participación, creación y emprendimiento) en tanto que *criterio básico para favorecer la equidad* e integrar en los circuitos culturales a aquellos sectores de población cuya riqueza, como portadores de valor simbólico y diversidad cultural, no se acompaña de las mínimas oportunidades necesarias para consumir, aprender, expresarse, visibilizar, intercambiar experiencias, organizarse colectivamente y comerciar en los mercados culturales.

Adentrarme en la sociología del desarrollo desveló cuestiones, en mi opinión, escasamente abordadas por la sociología de la cultura que -si bien se había adentrado en determinados aspectos de su economía (recordemos que el concepto de industria cultural lo acuñó Adorno y Horkheimer ya en 1947)- no ha llegado a profundizar lo suficiente en varios de los campos objeto de mi tesis, tales como la relación entre cultura y desarrollo, las interacciones entre cultura, empleo y mercado -más allá de las grandes compañías-, la diversidad cultural, el enfoque territorial o el modo en que se incardinan fenómenos micro (como el emprendimiento) dentro de las dinámicas económico-culturales del presente.

El recorrido por los conceptos y debates de la sociología del desarrollo nos aportan, pues, una interesante mirada sobre todos estos aspectos y ofrecen una rica reflexión acerca de los modelos socioeconómicos subyacentes en los que se asienta la vida cultural en general y la economía cultural en particular, visualizándose tres grandes corrientes contrapuestas, aunque no siempre de forma nítida: a) las que siguen poniendo su acento en el *crecimiento económico por encima de cualquier otro objetivo*, primando criterios cuantitativos (medidos especialmente por el Producto Interior Bruto) a la hora de valorar los criterios de éxito de una política; en ellos la cultura se ha llegado a entender, incluso, más como obstáculo o lujo prescindible que como condición para el progreso; b) las que cuestionan, cada vez más, estos reduccionistas parámetros y abogan por enfoques más integrales, que se orienten a *poner en el centro a los seres humanos*, su bienestar, libertad, empoderamiento e igualdad como medida de un desarrollo auténticamente inclusivo. Y llaman la atención, igualmente, sobre los graves riesgos que el crecimiento

ilimitado conlleva para la *sostenibilidad ambiental* y, en consecuencia, para la viabilidad y desempeño de la vida humana en el planeta. En esos enfoques se ha introducido (o intentado introducir) una mirada sobre el rol de la cultura como el eje que articula la creación, expresión, identidad y convivencia humana, comprendiendo también nuestros modos de relación con la naturaleza; de ahí que se cite a la *cultura como cuarto pilar del desarrollo sostenible* (junto al social, económico y medioambiental); y c) las que propugnan *nuevos paradigmas que “descolonicen”* unas visiones del desarrollo que, ya en sus propias narrativas, han sido construidas desde el euro-centrismo, el patriarcado, el desprecio por los saberes ancestrales y otros sistemas de dominio social. Sistemas que tienen en el “pensamiento abismal” (a decir de Boaventura Sousa Santos), en los modelos dicotómicos, en una falsa universalidad excluyente y en la invisibilización de los procesos recurrentes (cuidado de las personas, culturas cotidianas...) su justificación para dejar fuera del pensamiento y de la construcción del desarrollo, en calidad de sujetos protagonistas, a amplias mayorías de población (por ejemplo, mujeres, jóvenes, afrodescendientes, indígenas o migrantes) susceptibles de aportar otras voces, conocimientos, talentos, necesidades, intereses y modos de hacer en el objetivo de procurar a la gente (no solo a un grupo limitado de ella) vidas buenas, vidas vivibles, vidas sostenibles.

En los intersticios de todo este debate aparece en el escenario el enfoque de “Cultura y Desarrollo” como una propuesta que incorpora la cultura como eje central de un desarrollo que solo tiene sentido si está centrado en las personas. Este enfoque, impulsado sobre todo por la UNESCO (desde el lado de la cultura), y complementariamente por el PNUD (desde el del desarrollo), bebe de las aportaciones de Amartya Sen, Martha Nussbaum y otros autores claves del enfoque del desarrollo humano, reforzando la idea de un progreso que solo puede ser concebido desde una dimensión ético-normativa. De ese modo, surgen y se extienden conceptos que propugnan el acceso a la oferta y bienes culturales por parte de quienes no tienen actualmente oportunidad de beneficiarse de ellos (*democratización cultural*); promueven la participación activa de las personas y el empoderamiento de las comunidades en todas las cuestiones que les afectan (*democracia real*); impulsan la necesidad de reconocer el valor, potenciar y visibilizar las culturas no hegemónicas con el mismo estatus que las hegemónicas (*democracia cultural, derechos culturales, diversidad cultural*); y estimulan una economía basada en la cultura que produzca fuentes de ingreso y nuevas opciones de progresar a las y los creadores y portadores de valor cultural, quienes atesoran dentro de sí mismos y de sus comunidades los ingredientes creativos en los que se basa toda la obra y expresión de las culturas. Desde esta perspectiva, no queda duda alguna de que la cultura no forma parte sino que ES el desarrollo.

“La cultura constituye una dimensión fundamental del proceso del desarrollo, y contribuye a fortalecer la independencia, la soberanía y la identidad de las naciones, el crecimiento se ha concebido frecuentemente en términos cuantitativos, sin tomar en cuenta su necesaria dimensión cualitativa, es decir, la satisfacción de las aspiraciones espirituales y culturales del hombre.” (UNESCO, 1982).

“Administrar, desde el nuevo paradigma, nuestras riquezas culturales -sus cualidades y sus carencias- para convertirlas en motores de desarrollo” (UNESCO, 1997).

“Hay pueblos que han sobrevivido sin territorio, ninguno ha sobrevivido sin identidad cultural.” (Lacayo, 2013).

El interés y potencial transformador de este enfoque es enorme. Y se encuentra vivo, sin dejar de crecer en los espacios contra-hegemónicos del desarrollo, en especial en algunos entornos locales. Sin embargo, su ideario no ha prosperado, como esperaban sus artífices, en las políticas globales (el caso más claro es el de los ODS 2030, la principal agenda mundial de desarrollo), y en las nacionales (iberoamericanas) lo han hecho de forma limitada y/o puntual en el tiempo.

A ello no ha sido ajena, pese a sus grandes aportes, la debilidad de la UNESCO, el exceso de ambición de esta política y su complicada contextualización en las realidades políticas e institucionales de los países en desarrollo, factor al que me referiré con mayor detalle un poco más adelante.

En ese sentido, parece difícil que puedan prosperar estas ideas en el marco de modelos de desarrollo excluyente. Porque lo que aquí se propone es, ni más ni menos, recuperar el sentido profundo de un desarrollo centrado en la sostenibilidad de la vida y en la centralidad de las personas, donde la cultura y la creatividad -indisociables de sus protagonistas- tengan un espacio central en la construcción de nuevos horizontes civilizatorios y de nuevas economías con superior capacidad redistributiva. Hay que asumir, por tanto, que la cultura para/por/en el desarrollo representa una propuesta de transformación de gran calado, que necesita de estrategias, tiempos, capacidades, herramientas y alianzas mucho más potentes para lograr el cambio de modelo económico, de convivencia social y de institucionalidad que esta lleva aparejada.

Esto no ha sucedido. Lo que sí ha ido pasando en cambio es que, pese al empeño de integrarse en la corriente principal o *mainstream* de las políticas, muchos planteamientos de las propuestas de Cultura y Desarrollo han ido desgajándose ineludiblemente de su ambiciosa y holística propuesta inicial, pero manteniendo su bandera en determinados espacios de la acción cultural.

Y de esa manera fue produciéndose en el camino, de forma no demasiado perceptible pero sí eficaz, una *disociación creciente entre el enfoque integral y transversal de la cultura y la consolidación de una visión limitada de esta como un sector económico* con opción a integrarse en las “grandes ligas” de las políticas (bajo la denominación de industrias creativas y culturales, etc.), pero cada vez más alejada de su inestimable carga política y de su vertiente social (“lo cultural” queda devaluado y, como mucho, encerrado en instituciones empobrecidas y aisladas). Con el riesgo de diluir así, de paso, el papel de los Estados en el desarrollo de políticas que incidan en la equidad social como condición previa para el disfrute de los derechos culturales, para la promoción de los talentos locales, para la constitución de bienes públicos culturales, para el respeto y promoción de la diversidad cultural y para su inserción en las corrientes principales.

No puedo dejar de aludir aquí mi inquietud y convicción de que la desorientación que se aprecia en las ideas y en la intervención sobre la economía cultural y creativa no solamente parece producto de las derivas propias de la acelerada transición socioeconómica y tecnológica que experimentamos, sino de la dificultad de superar un pensamiento dicotómico que se resiste tercamente a morir y que continúa imponiendo categorías para analizar la realidad que no sirven, hasta el punto de hacernos ciegos a ella. *Frente a una propuesta compleja, la respuesta ha sido segregar la dimensión cultural en dos campos separados entre sí: el social y el económico*, encerrados cada uno de ellos en compartimentos estancos dotados de planteamientos, objetivos, capacidades y herramientas diferentes y segregadas. Pero, como ello al final no es posible (la realidad se revela más terca que nuestras mentes), quienes se mueven en el campo social miran constantemente al económico y lo mismo sucede en dirección

contraria. Por eso faltan con urgencia nuevas herramientas conceptuales e instrumentales que ayuden a derribar unos muros que todavía permanecen muy altos. Unas herramientas sustentadoras de una teoría del desarrollo humano del siglo XXI que permita abordar la complejidad, pero igualmente, *hacer más sencillo -que no más simple- lo que es y seguirá siendo complejo*, más todavía si el empeño consiste en tratar de unir lo que previamente hemos falsamente compartimentado. Creo, en ese sentido, que si se quiere avanzar al ritmo que impone la realidad no quedará otro remedio que viajar al origen para *deconstruir un edificio conceptual que está asfixiando la oportunidad de crear nuevas categorías* que contribuyan -volviendo a la cita de Sousa Santos que abre el capítulo 2- a encontrar esas respuestas fuertes que nos exigen las fuertes preguntas que tenemos hoy encima de la mesa sobre cómo crear, relacionarnos, trabajar, cuidar, incluir y, en suma, vivir. No hay absolutamente nada más central que eso.

Tengo la impresión, por ejemplo, de que las abundantes referencias a la diversidad cultural o, secundariamente a otras como el género (estas citadas en un plano más bien retórico), no se han llevado ni mucho menos a sus últimas consecuencias lo que, en mi opinión, pasaría por *incorporar decididamente a “los desiguales y diversos” como objetos, y sobre todo sujetos, de estos debates y políticas*. Se apela continuamente a ellas y ellos, pero luego apenas se les ve y apenas se les escucha, algo que he podido comprobar empíricamente a través de esta tesis, pues el recorrido de ideas que esta ofrece se compone casi exclusivamente de voces masculinas blancas. Utilizando un símil, se trata de una ruta trazada por ingenieros, pero muy poco transitada por las y los caminantes que supuestamente tienen que recorrerla y quienes no pudieron opinar ni siquiera sobre los planos. Cerrar esa brecha es lo que permitirá producir nuevas ideas, narrativas y prácticas (interculturales e interdisciplinarias) que propicien una mayor pertinencia, apropiación, vitalidad, equilibrio y, por consiguiente, poder transformador de estas propuestas.

Quiero llamar la atención en este punto sobre un concepto a mi modo de ver crucial: la economía creativa porque, en torno a ella, se dirimen hoy tan confusas como relevantes batallas. La economía creativa, como hemos podido observar, se interpreta por algunos como un sector productivo (“industria”) que produce bienes y servicios delimitados por el hecho de estar sujetos a los derechos de autor. Ello ha permitido hacerlo tangible a través de cifras y comparaciones, que le han otorgado un lugar con reconocimiento en la macroeconomía, ganando así una visibilidad anteriormente negada. Pero, igualmente, lo ha reducido a una categoría economicista, desproveyéndolo de su carga social, transversal y de cambio, aparte de que el propio esfuerzo de delimitación se ha revelado difícil, provocando no pocas distorsiones en la información resultante de lo medido.

Hemos visto también que la economía creativa se entiende, por otro lado, como fuente ilimitada de oportunidades para emplearse, emprender y hacer negocios a partir de la materia prima que representa la creatividad, un democrático recurso en manos de todas las personas. Pero, pese a la creciente popularidad de estas ideas (plasmadas, entre otros, en el ideario de la denominada economía naranja), hemos visto que existen riesgos derivados de que las oportunidades no son tantas como parecen y el ejercicio de la creatividad (y más todavía el aprovechamiento de sus beneficios) está, además, notablemente condicionado por estructuras socioeconómicas y psicoculturales que inciden en el acceso a las oportunidades y en los resultados que unos y otros obtienen a partir de ellas.

Otros enfoques aportan una definición muy diferente sobre la economía creativa: no es estrictamente un sector productivo ni tampoco proviene de un recurso ilimitado repartido por

igual. Se sustenta en una creatividad instalada en el ser humano, pero que necesita explícitamente ser reconocida, cultivada, potenciada y canalizada para maximizar así su aportación de valor a la economía, comunidades, redes y personas que la ejercen. Una creatividad que es susceptible de ser usurpada, no en su fuente pero sí en sus beneficios, lo cual requiere ser concebida -en su vertiente económica- desde un *binomio inseparable creación/distribución*.

La economía creativa, así interpretada, tiene un sustrato ético y transversal, cuestionando la idea de una economía separada de su dimensión social.

“La noción de «creatividad» se debe utilizar en un sentido amplio, no sólo para denotar la producción de un nuevo objeto o forma artísticas, sino también la solución de problemas en cualquier terreno imaginable. Lejos de estar referida únicamente a las artes, la creatividad es vital para la industria y la empresa, para la educación y el desarrollo social y para la comunidad” (UNESCO, 1997).

“No existe un espíritu creativo separado de un grupo humano particular, de instituciones y valores sociales específicos, incluso de ciertas limitaciones políticas. De ahí que la creatividad sea un bien intangible, que puede y debe ser cultivado, pero no dilapidado. Al no poderse enseñar o imponer, la creatividad se debe cultivar” (UNESCO, 1997).

“Cultivar la creatividad significa encontrar los medios para ayudar a las personas a concebir nuevas y mejores maneras de vivir y trabajar juntos” (UNESCO, 1997).

Dando un paso más, en la sociedad y la economía del conocimiento, la economía creativa -hoy más que nunca- no puede visualizarse encerrada dentro de un único sector, ni siquiera en el cultural o el tecnológico, sus ejes centrales. Desde ese punto de vista, que comparto, la cultura y la tecnología han de ser hoy (y de hecho en buena parte ya son) *transversales a cualquier actividad, sector, empresa, institución, territorio o causa social*. Porque, de hecho, la creatividad constituye el factor diferenciador de nuestras respuestas a la hora de resolver problemas (igual productivos que de empoderamiento y convivencia) y apropiarse de oportunidades (para generar ingresos, participar, transformar o auto-transformarse). Ello cambia el prisma de un modo radical, desplazándolo *desde la noción de sector o industria creativa a la de talento creativo*. Talento creativo indispensable para afrontar el cambio de paradigma socioeconómico, que el Foro Económico Mundial define como *“la Cuarta Revolución Industrial”*, una revolución que se define por la convergencia acelerada de tecnologías digitales, físicas y biológicas que modificará fundamentalmente la forma en que vivimos, trabajamos y nos relacionamos. *“En su escala, alcance y complejidad, la transformación será distinta a cualquier cosa que el género humano haya experimentado antes”* (Schwab, 2016).

En términos de empleo, el Foro Económico Mundial prevé que el 35 por ciento de las competencias profesionales más solicitadas cambien de un modo significativo para 2020, al igual que la demanda de los roles de trabajo, siendo la resolución de problemas complejos, el pensamiento crítico y la creatividad las tres habilidades más requeridas por las empresas ya en un par de años (Schwab, 2016). Este contexto no solamente saca a la creatividad, y a la cultura que la propicia, de las rígidas fronteras sectoriales en las que ha sido encerrada sino que la sitúa en un nuevo rol que engancha centralmente con las demandas de los nuevos tiempos, particularmente en lo que atañe al futuro del trabajo, tal y como apunta Ana Carla Fonseca:

“La base de una política pública vuelta a la economía creativa tiene que mirar hacia las habilidades del futuro: análisis sistémico, raciocinio crítico, visualización, pensamiento abstracto, capacidad de establecer conexiones improbables, inteligencia emocional, entre otras. Habilidades útiles y de valor añadido, en cualquier carrera presente o futura” (Fundación Santiago Creativo, 2018).

Partiendo de esta óptica, la relevancia del sector creativo y cultural no está tanto en la especificidad de sus contornos y en la cifra mágica de sus aportaciones al PIB (una tarea, además, inacabable), sino en su rol de palanca indispensable para abordar las transformaciones que el conjunto de la sociedad y la economía, los territorios y las personas, han de llevar a cabo para posicionarse frente a los complejos retos del mundo actual, sean o no trabajadores culturales en sentido estricto o tengan la suerte de poder vivir de ello. Porque, *hoy más que nunca, la cultura vale infinitamente más de lo que vende* (aunque muchos no se hayan percatado todavía de ello). La cultura, pero igualmente, la filosofía y las humanidades en general porque, si se piensa por ejemplo en la educación, el modelo de separación tradicional entre las ciencias, las tecnologías y las humanidades está resultando cada vez más cuestionado por su incapacidad de producir los líderes y profesionales que la economía del conocimiento y las propias empresas reclaman de manera creciente.

“¿No sería más conveniente pertrechar a las generaciones futuras con las competencias necesarias para focalizar su atención, solventar conflictos, gestionar la diversidad de un mundo globalizado, sugerirles cómo afinar sus mecanismos de decisión, educar el corazón de los ciudadanos y no sólo su mente?” (Punset, 2011).

Instituciones decanas en la formación de perfiles técnicos, como el *Massachusetts Institute of Technology (MIT)*, señalan por ejemplo que muchos de los proyectos de ingeniería fallan porque no tienen en cuenta lo suficiente el contexto cultural. Por eso, su alumnado está obligado a dedicar el 25 por ciento de sus horas de clase a asignaturas como literatura, idiomas, economía, música o historia (Torres, 2016).

Esta óptica supera, además, las habituales narrativas basadas en la *economización de la cultura*, para pasar a propugnar la *culturización de toda la economía*, en tanto que condición para poder responder a los desafíos de una sociedad del conocimiento que, como hemos visto ya, requiere la incorporación creciente de la creatividad en todas sus actividades no automatizadas..

“Algunos alegan que las industrias culturales y creativas no solo impulsan el crecimiento a través de la creación de valor, sino que también se han convertido en elementos clave del sistema de innovación de toda la economía. Según este punto de vista, su importancia primordial radica no sólo en la contribución de las industrias creativas al valor económico, sino también en los modos en los que estimula la aparición de nuevas ideas o tecnologías, y los procesos de cambio transformativo” (UNESCO, 2013).

“Cabe hacer la observación que las personas que son portadores de un oficio creativo no solo se desempeñan en áreas culturales o artísticas, sino que son transversales a la economía del país, contribuyendo con su creatividad al éxito de otros sectores como el de la construcción, el automotriz o el turístico, por mencionar solamente algunos, que son importantes motores de desarrollo para Chile” (Carlos Villaseñor, en Fundación Santiago Creativo, 2018).

Desde este enfoque, *el territorio (el territorio o ciudad creativa) vuelve a ocupar un espacio central* como entorno que posibilita la tarea de promover ecosistemas favorables, identificar

problemas y soluciones, propiciar diálogos e intercambios para impulsar, compartir y hacer fluir la creatividad, así como para no verse enajenada de sus beneficios.

Pero es un territorio que no puede entenderse como antaño, anclado -como señala Castells- en la confrontación entre lo viejo y lo nuevo, sino un “*territorio red*” abierto y articulador de sinergias, donde lo global y lo local, lo público y lo privado, lo femenino y lo masculino, lo adulto y lo joven confluyen en personas concretas concebidas como sujetos creativos de pleno derecho, con sus necesidades, aspiraciones, diversidades, redes, poderes y contrapoderes. Ambientes creativos (híbridos) para trabajos creativos (híbridos también), partiendo de la relación simbiótica que existe entre la economía creativa y la ciudad creativa, de cara a mantener, preservar, estimular y atraer el talento, asegurando también una equilibrada distribución de los beneficios que este genera.

Lo anterior me sugiere igualmente (tratándose este un tema recurrente en mis conversaciones con el especialista mexicano Carlos Villaseñor), la necesidad de recuperar la dimensión geopolítica de la economía cultural, a través de la creación de *bienes públicos culturales* que contribuyan a la circulación del capital simbólico en el *mainstream*, un aspecto clave del empoderamiento de la diversidad, de la preservación de la riqueza regional y del fortalecimiento de su papel en el mundo, frente a la homogeneización que produce la cultura de masas. El emprendimiento cultural y creativo puede servir, en este marco, al objetivo de ganar presencia simbólica en el mundo, conectado igualmente con las políticas de “*marca país*” y *diplomacia cultural*.

La cultura y creatividad local (o nacional y regional) no pueden concebirse como islas separadas de las dinámicas globales, pero esa es una tarea que no puede dejarse exclusivamente en manos de las y los creadores y emprendedores; los poderes públicos han de desempeñar en ello un papel central, *impulsando plataformas para la circulación simbólica y asegurándose de que los contenidos simbólicos circulen por ellas y sean elementos significativos*. Elementos significativos que han de concretarse en estrategias que prioricen el rescate y fortalecimiento del patrimonio material e inmaterial; la dinamización de una oferta cultural viva y accesible en los territorios; una inserción plena de las competencias culturales, creativas y tecnológicas en el currículum educativo; la integración en las corrientes principales de la creación y emprendimiento cultural y creativo de los desiguales y diversos/as (que es decir mucho más que hacerlo con la desigualdad o la diversidad citadas como categorías abstractas) y el impulso de industrias de contenido que inserten la riqueza de lo que es propio y original dentro de los mercados culturales nacionales, regionales y globales, entre otras. Lo que está claro es que *emprender cultura para el desarrollo resulta literalmente inviable sin que el sector público ejerza un papel motor*, tanto en su función de liderazgo como de cauce y facilitación de las propuestas que surjan de la sociedad.

Aquí es donde se incardina también la realidad y labor de las y los creadores y emprendedores culturales y creativos, figura igualmente polisémica que refleja las contradicciones y vacíos de los modelos desde los cuales se les ha dado nombre. Realidad y labor que ha de ser potenciada no desde la promesa incierta de un maná que espera a la vuelta de la esquina, ni tampoco circunscribirse a un grupo de élite que encaje en un patrón de éxito pre-establecido, ni menos aún estabularse en un solo rubro verticalizado, sino conjugarse dentro de toda la dinámica social y económica de la que son parte, bajo un paraguas estratégico coherente. Por otro lado, *la cultura del siglo XXI, savia de la creatividad, es eminentemente híbrida* y requiere de continuos puntos de encuentro y diálogo entre personas, comunidades y disciplinas que, sin contar con el

poder de la tecnología, no se podrán desplegar. Un tema no menor aquí se refiere a la tradicional división de disciplinas artísticas, que sigue primando discursos, políticas y articulación de los agentes culturales cuando la realidad está demostrando que las disciplinas cerradas y organizadas en torno a criterios verticales (la música, por un lado, la pintura por otro, el teatro, el audiovisual...) son ya una realidad del pasado y mantenerlas en islas (creativas, políticas u organizativas) representan un freno a su expansión e innovación. Por ello, cambiar en profundidad el modo de crear/emprender cultura y de desarrollar el talento creativo es ineludible porque, si no se hace, la relación entre esfuerzo y resultado continuará siendo por sistema desequilibrada y frustrante.

En este marco, es menester romper también la *clásica dicotomía entre lo personal y lo colectivo* (la idea del emprendedor está construida desde un patrón eminentemente individualista), pues la creatividad hoy se alimenta del intercambio, las redes y la construcción común. Pero, igualmente, no de un colectivo cerrado (pienso, por ejemplo, en la noción de las comunidades indígenas como “localidades museo” que no han de interactuar con otras culturas, so pena de perder su exótico encanto) sino abierto a influencias, diálogos y contaminaciones fructíferas. Contaminaciones basadas, no hay que olvidarlo, en el ejercicio de unas capacidades, libertades y agencia que hay que propiciar y que, en el siglo actual, no pueden dejar por fuera la *inclusión digital* como un componente a integrar en la nueva “canasta básica” de los derechos.

No podemos seguir categorizando tampoco a los emprendedores bajo tipologías rígidas que los dividen en los de *oportunidad y necesidad* porque eso, automáticamente, establece una jerarquía entre los de primera y los de segunda o tercera. ¿Forma parte del imaginario de la economía naranja, por ejemplo, una artesana indígena tanto como un joven ingeniero urbano especializado en software? me he interrogado a lo largo de este trabajo. Desde la perspectiva de una política pública, ¿no habría que trabajar más para nivelar las oportunidades y abrir espacios “de primera” que proyecten la enorme creatividad y originalidad que portan tantas personas y grupos que las jerarquías sociales, étnicas y de género han dejado atrás? Nuevamente se aprecian aquí dos entornos diferenciados (el de la creatividad vs. el de la diversidad real) que, implícitamente, convierten a la economía creativa no solo en el sector productivo que no es (cuando menos no lo es solo) sino, además, en un *sector “distinguido”* e instalado en el imaginario social e institucional como algo propio de varones jóvenes, blancos, urbanos, de clase media-alta y dotados de competencias digitales avanzadas. Éste es un punto importante al que regresaré.

En el marco descrito, no solamente resultan porosas las fronteras sectoriales y disciplinares sino también, a mi modo de ver, las que separan *emprendimiento y empleo creativo*. En primer lugar, porque se ha visto que el talento creativo ha de *cultivarse en todos los espacios educativos y laborales* (y en todos los estratos sociales, sobre todo en los más diversos y afectados por inequidades, que suelen ser coincidentes), y no solamente en los dedicados de manera concreta a la creación cultural o el emprendimiento de negocios. En segundo lugar, porque, en especial en la región latinoamericana, demasiadas veces se utiliza el emprendimiento (el de necesidad, en este caso) como una (falsa) alternativa al no empleo, incentivando supuestos emprendimientos que, en realidad, no son otra cosa que mero *trabajo informal*. Emprendimientos a los que, por otra parte, tampoco se dedican muchos (ni buenos) recursos porque se conciben como menores y sin recorrido, retroalimentando así la precariedad y penalizando a los sectores poblacionales más pobres, lo que consolidaría de ese modo una nueva colección de “*brechas creativas*”.

Es esencial, bajo este prisma, hacerse consciente de estas brechas visualizando la creatividad como un bien intangible cuyo uso y aprovechamiento depende, al igual que los tangibles, de las *relaciones de poder*. El discurso de la creatividad no puede despojarse, por tanto, del trabajo constante en pro de la existencia de un sujeto con capacidad de agencia, contextualizado en su entorno, con necesidades (por ejemplo, la de ganarse la vida dignamente) y dotado de espacios de crecimiento. Desde ese punto de vista, una visión ampliada del papel del emprendedor/a cultural puede ser, no solo el de generar/aprovechar oportunidades económicas que tengan como materia prima la cultura y la creatividad, sino el de garantizar su apropiación por el sujeto (individual o colectivo) generador, el mantenimiento de un cierto poder y beneficio en relación a la obra creada. Aunque, por otra parte, ¿puede hoy aislarse la obra creada de los canales por los que esta circula, transformándose a su vez? Desde luego que no, y eso lleva por cierto aparejado el espinoso tema de los derechos de autor. Pero, pese a ello, lo que me parece indiscutible es que la apuesta por extender las capacidades y herramientas creativas entre la población, por ayudar a articular las ideas y proyectos resultantes en iniciativas más ambiciosas e innovadoras y por abrir canales que les faciliten la agregación de valor, junto a su circulación en los mercados globales, es una apuesta correcta.

En todo caso, y ya para cerrar este apartado, considero que el concepto “economía cultural y creativa” es, en medio de su desorden, el que mejor contribuye a organizar el complejo debate que tenemos por delante, así como a darle una nueva orientación a las estrategias y políticas en esta materia. De hecho, asumo que yo misma, al pensar sobre ella en el marco de estas reflexiones, he saltado directamente de los conceptos a las políticas, adelantándome parcialmente al apartado en el que tengo previsto referirme a estas. Y es que -aunque cada cual lo interprete a su manera- la economía cultural y creativa es un término que tiene ya un recorrido práctico, en el cual unos pusieron su granito de arena para intentar visibilizarlo (y rescatar su importancia) por medio de la medición (y es que no podemos renunciar a medir, lo que tenemos es que hacerlo mejor); otros lo han popularizado y le están poniendo una tracción impensable hace unos años; los hay que están llenando el término de vida a través de las experiencias que impulsan en el terreno, mientras que otros se están ocupando -mientras ejercen en paralelo como “practitioner”-de repensarlo de una forma actualizada a nuestros tiempos, pero intentando construir un cuerpo teórico coherente, sin el cual no es viable avanzar integral y estratégicamente. Ni, por supuesto, ensanchar la base social y política de la cultura y la creatividad como motor de un desarrollo sostenible e inclusivo basado en la ecología de saberes.

6.3 Los hechos: contraste entre los datos y las realidades

Las estadísticas y la bibliografía, ya centradas concretamente en la economía cultural y creativa, nos ofrecen un acercamiento al terreno, un acercamiento de mucho interés, pero también sesgado, producto de lo expuesto en el apartado anterior. En este punto no me queda otro remedio que retomar el lenguaje más convencional sobre el sector cultural y creativo, que en el epígrafe anterior me permití cuestionar, pues es desde él desde donde se ofrece la información que ha posibilitado mi análisis.

En primer lugar, una reflexión sobre las definiciones aportadas por los unos y los otros, me lleva a concluir que existe una notable confusión en torno a lo que comprenden estas actividades, cuyos contornos no se encuentran definidos de manera universalmente aceptada y, por lo tanto, operativizarlos (incluso desde la lógica más tradicional) es muy difícil. De ahí, la inestimable ayuda que sería el establecimiento, de manera urgente a ser posible, de un consenso entre las

distintas definiciones, por lo menos a nivel de América Latina. Es cierto que, de cara a la elaboración de las cuentas satélites de la cultura, prima la clasificación ofrecida por la UNESCO, pero el que se hayan extendido otras referidas al sector cultural y creativo (como, por ejemplo, la utilizada por la OMPI basadas en la propiedad intelectual) hace, por una parte, que cualquier lego en la materia (entre los que pueden encontrarse fácilmente los funcionarios públicos que han de producir o utilizar esa información) necesiten de un exhaustivo manual de uso para entender las diferencias entre qué es lo que se está midiendo en cada caso e, igualmente, cuál es el criterio de medición que se aplica. Confunde también el que, en el empeño de extender las fronteras de este sector de sectores a fin de hacer visible su potencia, puedan caber en él desde los juegos de azar hasta los planos de un arquitecto, lo cual termina por convertir estos datos en un todo que termina por no representar nada. Esto afecta especialmente, como hemos podido apreciar, a los intentos de establecer una clasificación nítida de las porosas actividades que conforman las denominadas industrias creativas y culturales, que se rebelan así frente a los empeños reduccionistas. Quizás por ello esté pendiente un consenso mínimo que, partiendo de marcos teóricos más sólidos, luego aterricen en el establecimiento de categorías pertinentes y aplicadas con un enfoque abierto, sentido práctico y capacidad pedagógica. Este consenso debería establecerse sobre un análisis profundo que reconozca las tensiones y discrepancias (conceptuales y estratégicas) que planean sobre los sistemas de clasificación, ya sea por el modelo de desarrollo subyacente o bien por el foco elegido de análisis (transversalidad o sectorialización, economía de la cultura o cultura de la economía). Simplemente el “ponerse de acuerdo en el desacuerdo” sería ya un gran paso y posibilitaría diferenciar los campos con mayor solidez.

En segundo lugar, una referencia a los datos, me lleva a reconocer el esfuerzo habido a lo largo de estos años por aportar información, intentando con mayor o menor éxito su comparabilidad internacional, lo que ha representado, sin lugar a dudas, un mayor reconocimiento de estas actividades como parte de las economías iberoamericanas.

Los datos brindados sobre el peso del PIB cultural (que suele oscilar entre el uno y el cuatro por ciento en función de los países), el gasto público en cultura, las importaciones y exportaciones (superiores las primeras que las segundas), el empleo que absorben estas actividades, etc. aportan a grandes rasgos un panorama agregado de la situación de la economía cultural latinoamericana (o iberoamericana en algunos casos) desde una perspectiva cuantitativa, permitiendo apreciar también las muy notables diferencias por países, no solo en cuanto al peso de la economía cultural sino en lo que se refiere a la relevancia de unos sectores sobre otros.

Hay, asimismo, un valioso informe puntual (la Encuesta Latinoamericana de Hábitos y Prácticas Culturales, que la OEI realizó en 2013 y de la que no se han lanzado ediciones posteriores) que contribuye al conocimiento de las actividades y el mercado cultural desde el punto de vista de las audiencias, que deja patente que la escucha de *música grabada* (no adquirida, en su mayoría, a través de circuitos formales) y la visualización de *videos* son las dos principales prácticas culturales que se llevan a cabo en la región, realidad a la que no podemos dar la espalda. Encuesta, por cierto, en la que Panamá fue uno de los dos países que no participó, por inconsistencias metodológicas de los datos aportados.

Pese a estos reseñables esfuerzos, hay vacíos importantes en la materia, entre los que destaca la extensión de una perspectiva estrictamente economicista a la hora de delimitar las actividades del sector, con *el PIB como principal patrón de medida de su valor e importancia*. Asimismo, se registran problemas de comparabilidad derivadas de la carencia de una metodología

homogénea, la desigual calidad de la información aportada por los países y algunos clamorosos sobredimensionamientos que distorsionan la posibilidad de disponer de una visión realista acerca del peso de estas actividades. Recordemos en este punto el caso de Panamá, con una supuesta contribución del 6.4% de las industrias de derechos de autor al PIB nacional (WIPO, 2014), que, tras un análisis más afinado, ha quedado reducida a menos de la mitad. Y la inexplicable evolución de las exportaciones panameñas de bienes culturales (según se recoge en fuentes oficiales), que pasaron de cifrarse en 400 mil dólares en 2008-2009 (situándose en los puestos de cola de la región) a 238 millones de dólares en 2011-2012 (colocándose en los primeros lugares del ranking latinoamericano).

La disposición de datos que permitan medir en detalle las *realidades del empleo y la empresa cultural*, así como analizar su evolución, es otro punto central. No solo cuántos empleos sino qué tipo de empleos, en qué actividades, con qué niveles de ingresos, con qué grado de estabilidad. No solo cuántas empresas sino de qué tamaño, facturación, subsector, antigüedad o ubicación territorial. Datos que deben poder segmentarse en función de perfiles sociodemográficos también, tales como el sexo, la edad, el estatus social, el nivel educativo, el lugar de residencia (rural/urbano) o la etnia. Un pequeño, pero muy significativo, ejemplo de lo vital que resulta contemplar sistemáticamente estas variables es el que nos aporta el estudio de la industria de la música en Panamá, y me permito traer nuevamente el siguiente dato a colación: si bien un 42% de los emprendedores encuestados para este estudio declaran vivir de la música, esto es así para el 71% de los hombres pero solo para el 28% de las mujeres. Un exponente de que los promedios no nos aportan información suficientemente válida para conocer la situación real de los protagonistas de la economía cultural y para poder, en consecuencia, diseñar intervenciones pertinentes para un desarrollo equilibrado y exitoso de estas actividades, tanto para las economías como para las personas.

Por ello, no debería renunciarse en primer lugar a afinar y completar el tipo, la calidad y la comparabilidad de la información, para lo cual unas cuentas satélite con criterios ampliados continuarán siendo claves a la hora de lograr los consensos y convergencias necesarios.

Otro asunto reseñable se refiere a la información de la que no se dispone, que implica estar dejando fuera del radar dimensiones fundamentales (tanto económicas como sociales) de la cultura, consolidando de ese modo una narrativa empobrecida sobre la misma. De ahí que sería sumamente relevante, para abarcar realmente las dimensiones de la economía cultural y creativa en su justa medida, ampliar la matriz de información hacia otras cuestiones que afecten aspectos como la realidad de los creadores/emprendedores creativos y culturales, sus características (de edad, sexo, estatus social, territorio, condición étnica...), la caracterización de sus empleos y emprendimientos, los hábitos y consumo cultural de la población y la evaluación de resultados de las iniciativas, como datos registrados con periodicidad regular y, en la medida en que se pueda, comparables.

En tercer lugar, mis reflexiones me llevan a destacar la brecha entre esta visión macro de la economía cultural y creativa y la realidad micro de los creadores/as y emprendedores/as que conforman la base de la misma. El prototipo de emprendedor/a cultural que se desprende de estas visiones macro luego se vislumbra en escasa medida en los entornos micro. Incluso personajes consagrados como Roberto Delgado y Danilo Pérez (y la mayoría de las personas entrevistadas para este estudio) exponen una realidad diferente, plagada de retos y dificultades que se abordan con pasión, entrega y, a ratos, desesperación. El valor del emprendedor/a

cultural visto desde una perspectiva amplia e inclusiva va mucho más allá de la monetización de su actividad, pero a la vez, hay que preocuparse porque puedan generar ingresos a través de ella.

“En primer lugar, para que en el futuro exista una sólida Economía Creativa en Chile se debe comenzar reconociendo el nivel de precariedad y la enorme brecha que hoy presentan quienes hacen posible que esta economía exista. Nos referimos a los emprendedores y empresarios de la industria creativa, de cualquier sector que la integra (...) y sin emprendedores, sin empresas, trabajadores y talentosos creativos, no hay industria y no hay economía creativa” (Fundación Santiago Creativo, 2018).

La *precariedad* de este oficio aparece ampliamente documentada cuando se pone el foco en las y los trabajadores y emprendedores de la cultura. Recordemos que en Panamá, sin ir más lejos, los artistas, creativos(as) e interpretativos(as) constituyen el subgrupo de ocupación peor remunerado de entre los quince que conforman la categoría ocupacional de profesionales, científicos e intelectuales, recibiendo apenas un tercio de los ingresos percibidos por el subgrupo mejor pagado (ingenieros). Y esto es algo que no puede obviarse tras los discursos grandilocuentes que circulan sobre las bondades del sector. Tiene que haber consistencia entre ambas visiones porque lo contrario es sumamente peligroso. Y solo asumiendo el punto de partida real se podrán tomar medidas para resolver la situación y acercarse al horizonte aspirado, que significa -por otra parte- comprender que las actividades culturales no pueden ser tratadas como cualquier otro tipo de actividad económica pues el hecho de portar valor simbólico las diferencia, en muchos aspectos, de las demás.

(...) Esto plantea una fuerte contradicción y un reto. ¿Cómo convertir el “ocio/creatividad, patrimonio/identidad/ diversidad” en “negocio” sin que pierda por ello su naturaleza de creatividad, diversidad, identidad?” (Lacayo, 2013).

En este sentido, sería necesario y útil, por tanto, migrar hacia discursos y propuestas que eliminen el triunfalismo que está acompañando los reclamos sobre el sector y que, como he señalado, exacerba las expectativas sobre las opciones laborales que brinda esta economía. Así, igual que merece la pena impulsar el fortalecimiento de la creatividad, la dimensión local y la capacidad de agencia de las personas, mediante la extensión de las capacidades y herramientas creativas entre la población para que puedan impulsar sus proyectos e ideas, hay que explicitar de la misma manera las *dificultades existentes para emprender en la cultura*.

Por último, me gustaría insistir en que una aportación crucial para seguir avanzando en el conocimiento de esta economía, sería *evaluar rigurosa y sistemáticamente* los resultados de lo que está sucediendo en la práctica, superando así la brecha de conocimiento que existe entre la apariencia y la realidad del sector, de modo que puedan corregirse las narrativas e intervenciones, superando el actual divorcio entre ambas.

6.4 Las políticas: grandes esfuerzos, algunos resultados, muchas debilidades

Desde la perspectiva de las políticas, hemos apreciado la cantidad y diversidad de intervenciones que -a nivel global, nacional y local- se han llevado a cabo en los últimos años en los países iberoamericanos, para desarrollar sus economías culturales e incentivar la participación y fortalecimiento de los actores involucrados (personas creadoras, emprendedoras y gestoras, comunidades, gremios, redes, etc.).

Con mayor o menor alcance y resultados, son numerosas las estrategias e iniciativas que se han puesto en marcha, destacando el rol de lo local como campo de acción. Organismos internacionales como UNESCO, SEGIB, OEI y la banca multilateral han dinamizado estas intervenciones mediante distintas facilidades, que comprenden también la financiación. Hay, como cabe esperar, diferencias sustantivas entre países, estando en la cabeza los de mayor potencia cultural tales como Argentina, Chile, México y Perú, si bien el que cuenta con una trayectoria más reconocida y sostenible en el tiempo, a nivel regional, es Colombia.

En el plano nacional, la panoplia de medidas es bastante diversa, comprendiendo incentivos, ofertas de formación, articulación de la oferta, celebración de mercados culturales, organización y/o participación en ferias, patrocinio de experiencias y, en determinados casos, disposición de marcos legislativos. En el plano local, se detecta también una gran riqueza de experiencias muy variadas, con algunas ciudades (Medellín, Buenos Aires) con programas de resonancia mundial por su ambición y resultados.

No obstante, los mismos artífices de estos logros manifiestan también la existencia de cortocircuitos y obstáculos que no han permitido que las políticas de economía y emprendimiento cultural se desplieguen con la profundidad, impactos e integralidad esperada.

Indico a continuación algunos de los motivos que considero pudieran estar detrás de ello, acompañados de unas pocas propuestas.

6.4.1 Propósito (para qué)

La UNESCO, como hemos visto, ha desempeñado un papel decisivo como inspiradora y orientadora de las políticas de economía cultural en la región.

No obstante, sus planteamientos -alienados en torno al eje “Cultura y Desarrollo”- han aterrizado literalmente en entornos políticos (exceptuando las grandes potencias culturales de la región) con una patente debilidad institucional, hondas brechas socioeconómicas y perspectivas culturales muy polarizadas entre los enfoques humanísticos (apropiados por parte de las élites) y los antropológicos y sociológicos (tomados como bandera por -una parte de- las vanguardias de los sectores más conscientes de las desigualdades).

El enfoque de “*Cultura y Desarrollo*” es, como hemos podido apreciar, de compleja aplicación debido a su gran carga política, y si no viene acompañado de una ambiciosa estrategia centrada en cómo llevarlo al terreno, irá perdiendo su horizonte y fuerza por el camino. Así, bajo su paraguas caben actualmente programas nacionales o locales muy sólidos (en lo conceptual, estratégico, operativo y temporal) pero, igualmente, otros que son un mix superficial hecho a base de juntar trozos inconexos de aquí y de allá, sin un hilo conductor claro y sin que se perciba ningún objetivo transformador. (El caso de Panamá -donde las acciones del Instituto Nacional de Cultura utilizan esta denominación como reclamo- es un buen ejemplo de ello).

El concepto (ampliado) de *economía creativa* es, por otro lado, un concepto nuevo y emergente que, salvo excepciones, no ha sido llevado aún al terreno de las políticas. El debate y las decisiones que entraña poner en marcha esta perspectiva habrían de insertarse en las *políticas nacionales de desarrollo* y eso, por ahora, no parece estar previsto.

Pero parece evidente que la necesidad apremia y que no se puede plantear hoy una política cultural y creativa consistente sino se revisa el paraguas de las estrategias país (no solo de cultura, sino de educación, empleo, tecnología, industria, descentralización, competitividad

territorial o inclusión social), a la luz de los nuevos paradigmas y necesidades que marca el entorno global, que conllevarán forzosamente la *transformación radical de la propia matriz productiva de los países*. No estamos en este punto todavía, pero más temprano que tarde, tocará abordarlo y sería interesante que las propuestas sobre economía creativa apunten también a crear conciencia en esa dirección. Qué decir, asimismo, acerca de los grandes cambios que las propias prácticas culturales están experimentando y que obligan a una urgente reinención de las políticas culturales pensadas también desde sus límites más estrechos.

Esto requiere esforzarse (incluso pedagógicamente) por instalar *una nueva visión* entre los actores. Hay que entender, por ejemplo, que políticas como las de educación, inclusión digital, pymes, igualdad de género o desarrollo de los pueblos indígenas han de tener un fuerte componente cultural, del mismo modo en que la política cultural y creativa del presente es inconcebible sin sumar estas dimensiones y agentes en su estrategia y gestión. Estas políticas, por tanto, deben formar parte desde el inicio de los espacios centrales donde se piensa y organizan las apuestas en pro de la economía creativa. Pero la realidad es que estamos sumamente alejados de eso y un ejemplo reciente y cercano nos lo demuestra: el Banco Mundial acaba de aprobar (en diciembre de 2017) un préstamo de 80 millones de dólares al Gobierno de Panamá para poner en marcha el Plan de Desarrollo Integral de los Pueblos Indígenas (PDIPIP), y en él, no hay un solo componente cultural. Es un ejemplo que da que pensar, en medio de tanto discurso sobre la importancia de la diversidad cultural.

Lo anterior evidencia también la conveniencia de abrir espacios amplios y reconocidos para generar *conocimiento y reflexión sobre las tendencias* (sociales, económicas, laborales, tecnológicas, y transversalmente a todas ellas, culturales) que están marcando -y van a marcar todavía más- el futuro, porque solo desde esos espacios público-privados de pensamiento y decisión compartida podrán vislumbrarse nuevos horizontes y acercarse a ellos. Es ahí donde los debates sobre el papel de la cultura y creatividad pueden empoderarse y marcar la diferencia. En este marco, habría que repensar también el rol de la academia, poco presente por lo general en los territorios de la política y la acción cultural, pero que -hoy más que nunca- tiene contribuciones muy valiosas que realizar para una mejor orientación de las estrategias y gestión de la economía cultural del presente.

6.4.2 Contenidos (qué)

Bajando unos cuantos escalones en el análisis, se constata por otra parte que los esfuerzos realizados para poner en marcha un marco de políticas pertinentes, diversificadas y más innovadoras en el campo específicamente cultural no están obteniendo suficientes resultados, pues suele carecerse (en la mayoría de los países de la región) de una mirada integral que ordene en torno a ella estrategias sectoriales –ambiciosas, a la vez pragmáticas y dotadas de una visión u hoja de ruta compartida- asociadas a este campo concreto. Y que clarifique cuál es la cultura que hay que potenciar y emprender.

“Esto significa que los esfuerzos del Estado para fomentar las actividades culturales deberían, ante todo, situarse en un marco más abierto. Esto implica abandonar la noción monolítica de «cultura nacional» y aceptar la noción de «diversidad»” (UNESCO, 1997).

“La irrupción afortunada de esa riqueza de contenidos que guardan los países emergentes y de economías intermedias en el mercado mundial de productos culturales pasa por el dominio de nuevas prácticas económicas. Y el primer paso en esa dirección es la concepción y puesta en marcha de una política nacional de industrias culturales y creativas dotada de estrategias y

actividades eficaces, capaces no solo de hacer brillar la cultura local, sino también de convertirla en fuente de riqueza para los creadores y demás agentes culturales” (UNESCO, 2010a).

Ana Carla Fonseca propone, como principios estratégicos para estas políticas, los siguientes: 1) ampliar la matriz productiva, 2) descentralización, 3) vinculación con la ciencia, innovación y tecnología, 4) fase de instalación: emprendimiento, empleo y exportación; 5) intervenciones sobre áreas estratégicas relacionadas con la economía cultural y creativa: Educación, Política Exterior, Trabajo, Agricultura, Desarrollo Social, Hacienda, Economía y Cultura (Fundación Santiago Creativo, 2018).

Mientras que Leonardo Ordóñez pone el acento en unas estrategias pensadas para su país - Chile- que contemplen: 1) políticas de subsidios (por ejemplo, *vouchers* culturales...), 2) políticas tributarias (rebajas o exoneraciones del IVA...), 3) revisión del marco regulatorio, 4) fortalecimiento de las políticas de acuerdos internacionales y su implementación, 5) políticas que traten el empleo, el mercado laboral y el capital humano; 6) fomento del emprendimiento creativo y cultural a través de procesos de largo plazo y consistentes metodológicamente, 7) políticas de educación (talento y desarrollo humano), 8) una institucionalidad dotada de un sólido modelo de gestión, que instale en el Estado un modelo de desarrollo no sustentado en subsidios concursables sino que genere agregación de valor a través de un modelo de sustentabilidad y sostenibilidad en alianza público-privada con fundaciones y corporaciones expertas, 9) la integración de territorios en una red de ciudades y mercados territoriales y 10) la promoción del uso de las TIC y la inclusión del fomento de esta particular economía en la agenda digital (Fundación Santiago Creativo, 2018).

6.4.3 Sujetos (quiénes)

Más allá del papel de liderazgo de algunos países en la reflexión y acción sobre la política cultural, y salvando también la existencia de iniciativas de gran valor, no se han planteado en términos generales intervenciones cuyo punto de partida sea el talento cultural de los países y territorios, es decir, las personas en su faceta creadora y emprendedora en la cultura. La falta ya señalada de un *horizonte estratégico* que conjugue los activos tangibles e intangibles bajo un propósito único y articulado, junto a la carencia de *información consistente* sobre la realidad de creadores/as y emprendedores/as, está ejerciendo de freno importante al respecto. Sin contar con el tradicional *desprecio por lo micro, lo humano y lo social* que se respira en determinados entornos económicos e institucionales de la región, alineados en torno a las denominadas élites extractivas.

Tres son los temas en los que quisiera incidir en este punto. El primero se refiere a *los sujetos que no están*, a quienes participan débilmente (o no participan sin más) en la creación y emprendimiento cultural, debido a las elevadas barreras estructurales que -en la región más desigual del mundo- les excluye de estas actividades, si no se trabaja con ambición, rigor y constancia para incorporarlos. Estos sujetos que no están, o lo están apenas, hemos apreciado que coinciden justamente con los principales portadores de la diversidad cultural de los países de la región y tienen que ser visibilizados y priorizados, pero no mediante las tan típicas y nefastas “acciones pobres para pobres”.

El segundo atañe a *los que sí están*, es decir, a las y los creadores y emprendedores reales, cuyas realidades son, asimismo, poco conocidas y tenidas en cuenta.

Esos que sí están son, como se ha indicado ya, en su mayoría trabajadores y emprendedores precarios, ubicados -en no pocos casos- en la *economía informal*, bastantes de los cuales no obtienen retorno de su aportación de valor.

Son, asimismo, promotores o empleados en micro, pequeñas y medianas empresas (*pymes*), lo que hace pensar que cualquier estrategia de economía cultural y creativa ha de concebirse de forma mucho más especializada, partiendo de que trabajar en el mundo pyme necesita enfoques, capacidades y herramientas acordes con la condición y tamaño de estos emprendimientos y negocios. E, insistiré, una decidida inversión en el uso de la tecnología para todos los procesos de creación, producción y comercialización.

“La microempresa es más común en este sector que en otros, sobre todo en los países en desarrollo. Pero incluso allí, hallamos tres niveles: productores independientes de pequeña escala; sucursales semi independientes que trabajan para empresas más grandes; y compañías muy grandes (a menudo, multinacionales) en ámbitos como el cinematográfico y el editorial, dos en ritmos, movimientos, relaciones e intercambios de recursos” (UNESCO, 2013).

“La economía creativa está simultáneamente vinculada a los sectores público, no lucrativo e informal, por lo cual se convierte en un complejo híbrido... Muchos trabajadores creativos, incluidos músicos, artesanos, intérpretes e incluso diseñadores y técnicos profesionales, se encuentran fuera del alcance de la medición y regulación oficial. Muchas empresas culturales operan en la economía sumergida”.

Viene a cuento aquí la reflexión que aporta en una reciente entrevista Mercé Oliva -profesora de Comunicación en la Universidad Pompeu Fabra- en relación a los participantes del programa español Operación Triunfo, una reflexión que se aplica como un guante a la cuestión abordada en este punto. Precariedad (de nuevo), mezclada con *expectativas grandes e incertidumbres* de una proporción y tamaño similar, propias de las nuevas realidades del empleo. Un cuadro que retrata muy bien el horizonte de muchos jóvenes talentosos que ven este sector una panacea... que puede tanto serlo como no.

“Tenemos que reflexionar un poco qué valores transmite Operación Triunfo, porque por un lado siempre se valora bien la idea del esfuerzo, del trabajo duro como fórmula del éxito, pero en realidad de lo que nos habla OT también es de entornos laborales precarios, en los que se pide al trabajador que sacrifique un poco la vida personal a favor de la profesional, esta mezcla de ocio y trabajo que tiene que ver con estos trabajos culturales contemporáneos, la idea de la flexibilidad, la idea de tener que adaptarte continuamente a lo que te piden, es como una metáfora del ámbito laboral, un poco la idea de la pasión, de no quejarte nunca, de subordinarte a lo que te pide el programa o la empresa, todo eso tiene que ver con los entornos contemporáneos. A estos chicos se les promete un futuro muy incierto, quizá exitoso, pero sobre todo incierto. Y esta incapacidad de predecir cómo será el futuro laboral capta muy bien el que sería el espíritu de la época” (Oliva M., 2018).

Tener en cuenta a fondo todas estas realidades significa dejar a un lado las entelequias para trabajar -con estrategias, herramientas y mensajes apropiados- a favor de las y los creadores y emprendedores reales, que es el reto principal. Hay que recordarlo hasta el cansancio: el sujeto siempre es lo primero.

En tercer lugar, como ya se ha apuntado, es importante ampliar la visión de los sujetos de estas políticas aplicando criterios de transversalidad, lo que significa trabajar en pro de la inserción

efectiva de un mayor número de sujetos en la dinámica cultural y creativa, como consumidores y co-creadores, mediante propuestas educativas, artísticas y la apertura de espacios abiertos al encuentro y creación en ciudades y barrios.

6.4.4 Institucionalidad y gobernanza (cómo)

Abordar los retos enumerados en los apartados anteriores es impensable si no se afronta un proceso gradual, pero profundo, de fortalecimiento y transformación de la institucionalidad de la cultura, que tendría que comenzar por una serie de cuestiones básicas.

Centralidad

En primer lugar, ha quedado en evidencia que las políticas culturales no son centrales en las políticas de los países.

“Se constata un avance importante en las relaciones entre desarrollo y cultura gracias al trabajo realizado desde el terreno hasta los organismos internacionales para la construcción de este marco. A la vez que se perciben dificultades, dudas, constataciones, contrastes, por lo que no se ha recorrido todo el trayecto posible y es necesario avanzar hacia una nueva dinámica que encuentre más sinergias con las políticas de desarrollo general” (Martinell, A., 2010).

Al margen de las condiciones endógenas que han sido apuntadas en otros epígrafes, la propia dificultad que experimentan las políticas internacionales de cultura a la hora de insertarse en la agenda global (ODS, por ejemplo) no contribuye a sintonizar el esfuerzo de los Estados, comunidades locales y sector privado en materia de desarrollo.

“Los avances en este proceso y las reflexiones procedentes del sector cultural y de la UNESCO no coinciden, o no tienen influencia, en las agendas de otros organismos multilaterales y nacionales encargados de las políticas de desarrollo” (Martinell A., 2010).

Sostenibilidad

En segundo lugar, las políticas culturales no son estables, sino que siguen siendo frágiles, dependiendo de quién gobierne. En el contexto de la institucionalidad de la región de Latinoamérica y Caribe, la incertidumbre política derivada de los ciclos políticos asociados a procesos electorales (e incluso dentro de los períodos de gobierno los titulares y sus equipos cambian con cierta frecuencia) genera inseguridad e inestabilidad en la continuidad de las políticas en general y de las políticas culturales en particular. Pero también en España, la política de Cultura y Desarrollo casi desapareció, con el cambio del partido político en el poder, tras un momento fecundo a nivel conceptual, de experiencias y recursos.

“A pesar de estos avances no se percibe una relación profunda entre los esfuerzos en gobernanza y reforzamiento institucional de la cultura como política pública, con la consecuente creación de ministerios o secretarías de cultura en los diferentes países y su inclusión como elemento importante en las agendas de las políticas al desarrollo” (Martinell A., 2010).

Por otra parte, si bien algunos países cuentan con legislación y/o estrategias de cultura, en el resto prima la realización de actuaciones atomizadas que no suman sus efectos entre sí, naciendo y muriendo -sin dejar apenas huella- por falta de continuidad.

La creación de nuevas plataformas institucionales que integren a otros actores (empresariales, sociales) en la gobernanza de estas políticas no solo incidiría en su pertinencia, calidad e impacto sino, también, en su sostenibilidad en el tiempo, al situarse por encima de las dinámicas y tiempos electorales. Regresaré de nuevo a este punto.

Capacidades

En tercer término, las estructuras culturales públicas de los países no cuentan con las capacidades necesarias para llevar a cabo su labor con pertinencia, eficacia y calidad, otro signo de su debilidad institucional. En muchos países latinoamericanos y caribeños, no existe un cuerpo profesional de funcionarios públicos, siendo lo común nombrarlos con criterios de clientelismo político. La cultura, como rama menor de la institucionalidad del Estado, se ve particularmente afectada por la carencia de competencias, sistemas de planificación y herramientas acordes a la labor que deben realizar.

“A la falta de conocimiento, de experiencia y de eficiencia institucional, se suma la falta de visión estratégica, la ineficiencia en la ejecución del presupuesto público, el débil impacto en la ejecución de acciones, todo ello en un entorno emprendedor precario, lo que hace perder el verdadero foco en el desarrollo” (Fundación Santiago Creativo, 2018).

“Brechas que son comúnmente compartidas por los integrantes del entorno emprendedor, como lo son la falta de preparación del sector público para el fomento del sector, la debilidad de los gremios para el trabajo asociativo colaborativo y la creación de redes, falta de formación para el diseño de modelos de negocios, ausencia de estrategias para la internacionalización, débil marco regulatorio, por nombrar algunas” (Fundación Santiago Creativo, 2018).

Evaluación

Relacionado con lo anterior, se carece de una cultura y de sistemas de evaluación. Evaluación de lo que se hace, de su pertinencia, resultados e impactos. Solo incorporando esta perspectiva se puede retroalimentar una política que parta de información real sobre lo que funciona y lo que no.

Coordinación

A esto se añade, en quinto lugar, que las políticas culturales suelen tener severos déficits de coordinación interna y externa, dependiendo en cada caso de los modelos de organización intrainstitucional, interinstitucional y territorial, así como las tradiciones respectivas de cada Estado. Una verticalidad en los modelos de gestión enraizados en un paradigma que, si no se transforma, continuará siendo un freno para el logro de políticas pertinentes y abarcadoras.

“El desarrollo de políticas de fortalecimiento de las industrias culturales y creativas exige una cuidadosa concertación, diálogo y consulta permanente no solo con los protagonistas del sector privado sino también con las múltiples instancias del Estado –educativas y culturales, económicas y fiscales– llamadas a intervenir en su aplicación” (UNESCO, 2010a).

Transversalidad

En relación con lo anterior también, y como ya se ha indicado, las políticas culturales se encuentran en la práctica repartidas en distintos ministerios, dependiendo del subsector de que se trate. De esa forma, las relacionadas con el cine, el libro o los contenidos digitales, por

ejemplo, suelen estar ubicadas en los departamentos de industria o economía, con mayor reconocimiento, marco legal, presupuesto y resultados, pero bajo ópticas que no suelen recoger la especificidad de estas actividades, ni tampoco insertarlas en los enfoques de cultura y desarrollo. Algo similar sucede con las de turismo cultural, ubicadas en organismos específicos. En este marco, los Ministerios o Secretarías de Cultura disponen de competencias y recursos cada vez más limitados respecto a lo que representa su campo de acción. Y se configuran, así, políticas “de primera” (ubicadas en los ministerios relevantes) y de “segunda” (las que se gestionan desde el área cultural), sin que existan tampoco instancias de articulación entre ellas que se enmarquen en una estrategia compartida. Y, si esto no cambia, la atomización y debilitamiento del campo institucional de la cultura no hará más que hacerse cada vez más patente, independientemente de que algunos de sus subsectores descolen respecto al conjunto.

Es una tarea urgente, pues, crear *espacios formalizados de trabajo interinstitucional* que sirvan para propiciar intercambios y constituir una visión común que aborde estas políticas de una manera más integradora. En este contexto, unos Ministerios o Secretarías de Cultura reforzados deberían disponer de un papel de liderazgo en el logro de esa articulación.

“Estimular la creatividad y trabajarla también en favor de la economía y del bienestar requiere una composición de estrategias y programas entre los ministerios encargados de cultura, ciencia y tecnología, educación, turismo, desarrollo, desarrollo urbano, trabajo, entre otros. Una composición ni siempre fácil, pero crucial para aprovechar la abundancia de talentos creativos en nuestra región y hacer de ellos el triunfo para vencer desafíos de los siglos 19, 20 y 21”. (Fundación Santiago Creativo, 2018).

Esta articulación hay que extenderla, igualmente, al sector privado. Tanto si se pretende fortalecer la economía cultural y creativa (incluyendo el emprendimiento cultural), como si se desea potenciar el rol socialmente inclusivo de la cultura, las *alianzas público-privadas* son indispensables y ello significa prepararse para planificar y gestionar desde parámetros diferentes, basado en la lógica del desarrollo de *ecosistemas de economía creativa y cultural*.

Lo mismo cabe señalar acerca de la articulación entre *el espacio nacional y el local*.

Dimensión local

Respecto a esto último, queda bastante tarea para -en el marco de los procesos de descentralización- potenciar el rol de las instancias locales en las políticas de economía cultural, conociendo que se trata de un espacio preferente para la implantación exitosa de las mismas.

Los ejemplos positivos de la región así lo confirman y las exigencias de mantenimiento y atracción de talento creativo para las economías creativas no pueden prosperar si no se insertan en una política de ciudad, donde las necesidades y las oportunidades puedan confluír de manera natural y concreta.

El caso de ciudades como Medellín o Buenos Aires son paradigmáticos en ese sentido: hay eclosión de proyectos culturales porque existen estrategias de desarrollo que comprenden hasta qué punto la cultura es un ingrediente importante para la economía (no tanto con una visión sectorial estrecha sino -fundamentalmente- por su relevancia transversal para otras actividades: turismo, atracción de talento y empresas para su radicación en el país, etc.) y, asimismo, para la cohesión social, para la participación y convivencia ciudadana y para la apertura y potenciación de la creatividad de un país o una ciudad.

“Pese a la importancia de la intervención de políticas a escala nacional, está claro que la siguiente frontera de la generación de conocimientos se basa en comprender las interacciones, particularidades y políticas en el plano local y en cómo promover la economía creativa de forma práctica en comunidades, ciudades y regiones del mundo en desarrollo” (UNESCO, 2013).

“El enfoque que existe en este ámbito sigue siendo demasiado uniformizador, lo que perjudica la particularidad local y regional” (UNESCO, 2013).

“Entender este campo creativo local como un impulsor de desarrollo exige una perspectiva analítica distinta a una perspectiva basada en la nación-estado. Factores específicos moldean los desafíos y fomentan capacidades a nivel local. Por tanto, políticas hechas a la medida de la índole presentada en el caso de estudio 2.1 son necesarias para desarrollar un entorno posibilitador en cada contexto local” (UNESCO, 2013).

6.5 Panamá: una potencia cultural con capacidades que apenas conoce y gestiona

El contexto descrito sirve para valorar con mejor criterio la situación en Panamá. Y de este análisis se extraen cinco grandes fortalezas y nueve debilidades principales.

Panamá dispone de numerosos activos para el desarrollo de su economía cultural, que lo sitúan en condiciones óptimas para enfrentar los retos que tiene por delante en este sentido: a) una rica *diversidad cultural*, que combina siete culturas originarias, dos afrodescendientes (afrocolonial y afroantillana) y otras múltiples que se derivan de una migración fuertemente enraizada en el país, procedente de todas partes del mundo; b) una notable cantera de *talento artístico, altamente comprometido con proyectos* que autogeneran sus artífices (traducido, por ejemplo, en una amplia gama de festivales en todas las disciplinas); c) la existencia de *organizaciones públicas y privadas de referencia que están dinamizando con tesón estas actividades* (Dirección General de Cine, Fundación Ciudad del Saber, Alcaldía de Panamá, Fundación Danilo Pérez, Fundación Bahía de Portobelo, Banco Interamericano de Desarrollo, Museo del Canal Interoceánico, Centro Cultural de España en Panamá, etc.), materializándolo en un interesante núcleo (aunque disperso aún) de propuestas de valor; además, el sector privado manifiesta un interés cada vez mayor en este tipo de iniciativas; d) la reciente aprobación de un préstamo del BID al Gobierno de Panamá para poner en marcha el proyecto *Apoyo para la conservación y gestión del Patrimonio Cultural y Natural*, una iniciativa emblemática que puede resultar catalizadora de dinámicas e inversiones culturales en el país enfocadas hacia el patrimonio, el emprendimiento y la mejora de la institucionalidad; y e) pese a los altos costos de conexión, las y los panameños muestran gran *interés por las tecnologías de la información y la comunicación*, si bien faltan capacidades, disponiendo el país también de una tupida red de más de 200 “*infoplazas*” públicas, repartidas por todo el territorio nacional.

Por el lado de las debilidades las barreras son, sin embargo, muy considerables, pudiendo destacarse las siguientes: a) se trata de *un país que no se ha pensado a sí mismo* y que carece de autoconsciencia del valor de su patrimonio y capital intercultural y de cómo gestionarlos/potenciarlos, la doble colonialidad (española y norteamericana) se mantiene aún viva en el imaginario de sus élites; b) la actividad eminentemente logístico-comercial del país ha marcado la preeminencia de culturas que valoran lo transaccional e inmediato (*economía de*

“*caja registradora*”), dificultando la instalación de procesos de largo plazo en cualquier ámbito; c) Panamá está atravesado por *severas brechas socioeconómicas*, que la hacen una sociedad desigual y excluyente (impactando negativamente justo en la población con mayor riqueza y diversidad cultural), así, los mundos urbano, rural e indígena transcurren por caminos paralelos; d) pese a existir planes nacionales de desarrollo (gubernamentales, de la concertación, etc.), no puede decirse que haya una *estrategia integral de desarrollo* y, en los planes que existen, la cultura y la gestión de la creatividad brillan por su ausencia; e) el crecimiento económico sostenido durante los últimos años (por factores que es probable que no se repitan a futuro) no ha hecho fácil -salvo en entornos muy concretos y limitados- un *debate en profundidad sobre los desafíos asociados al cambio económico* y sus consecuencias en cuanto a las demandas de reciclaje de su capital humano y las carencias endémicas (cuantitativas y cualitativas) de su sistema educativo; ahora es cuando ese debate comienza a extenderse un poco más, lo que podría representar una oportunidad para reivindicar el valor de la cultura y la creatividad en el fortalecimiento y diversificación de las competencias y de la matriz productiva del país; f) la *institucionalidad en general es débil, inestable y poco profesionalizada*, dándose además una escasa tradición de cooperación inter e intrainstitucional en la mayor parte de las instancias gubernamentales; g) salvo la de la capital, *la administración local cuenta con un escaso rol en el desarrollo*, si bien se encuentra actualmente abierto un proyecto de descentralización que pudiera revertir esto si se establecen medidas concretas en esa dirección; h) los *marcos legislativos, políticos, estadísticos y presupuestarios de las políticas culturales y de emprendimiento/pymes* son muy pobres, se trata de políticas consideradas de cuarto nivel. En el primer caso, además, no se encuentran alineadas con los planteamientos de la cultura para el desarrollo, transitando entre los preceptos de la alta cultura y una visión antropológica de la misma, e i) los actores con un papel en esta economía trabajan desarticuladamente, *no existen plataformas de coordinación interinstitucional* (turismo/cultura, cultura/tecnología, cine/música, por ejemplo) que contribuyan a crear visiones comunes y establecer sinergias; tampoco alianzas público-privadas y de articulación de los distintos gremios. Cada uno camina por su cuenta.

Considerando lo anterior, me permitiré -para finalizar la tesis- la realización de una serie de conclusiones y propuestas, tanto de carácter general como enfocadas expresamente al emprendimiento.

6.5.1. Conclusiones y propuestas de carácter general

A pesar de que mi tesis tiene como principal foco el emprendimiento cultural, me resulta casi imposible aislar este propósito específico de las condiciones del entorno (educativo, institucional, empresarial, financiero...) en la medida en que -como ha quedado patente- este juega un papel clave en su favorecimiento u obstaculización. Tal y como recogen la bibliografía y la experiencia en el terreno, el emprendimiento (en este caso el cultural) necesita de un caldo de cultivo propicio para crecer y desarrollarse, lo que pone de manifiesto la necesidad de impulsar alternativas desde un enfoque sistémico. Así, trabajar con éxito el emprendimiento cultural implica promover, en paralelo, una mejora sustancial del entorno, impulsando legislación, marca, incentivos fiscales, estrategias, financiación, masa crítica, visibilidad, nuevos mercados...

En este apartado expondré algunas recomendaciones de carácter general, relacionadas con aquellos factores que presentan particular incidencia en el mayor o menor impacto de las iniciativas de emprendimiento cultural en Panamá, pero sin abordarlas en detalle.

Reconocimiento

Como hemos podido apreciar, la primera de las carencias puestas de manifiesto en torno a la cultura en Panamá es que gobiernos, empresas y la propia sociedad no alcanzan todavía a comprender la importancia económica, social e identitaria de la cultura. De hecho, la cultura no existe como área reconocida ni se menciona su interrelación con otras actividades, lo que limita su visibilidad. La mayoría de la población -con un nivel socioeconómico medio-bajo- no es visualizada ni como creadora ni consumidora de cultura. Además, la cultura no se entiende como elemento de desarrollo, por lo que no resulta prioritaria en la agenda política y social.

Por otra parte Panamá no ha construido una *narrativa asociada a su naturaleza multicultural*, menos aún en su economía.

Todo ello me lleva a la reflexión de que la potenciación de la economía cultural en Panamá pasa por un reconocimiento de la multiplicidad y dinamismo de las identidades culturales panameñas, conformadoras de una meta-identidad poderosa, plural y compleja; abriéndole a cada una de ellas un espacio de respeto, promoción y apropiación colectiva, desde su entendimiento como ingredientes indiscutibles del rico acervo común (social y cultural) del país. Porque solo conociéndose y reconociéndose es posible generar una economía robusta que genere, a su vez, una integración sociocultural plena de la población.

“Ahora que existe tanta preocupación alrededor de los aspectos que hacen la "marca de patria" en un país, su folklore, artesanía, arte popular, cine, formas de expresión en redes, etc. es preciso poner en valor el papel del emprendimiento cultural también como generador de identidad territorial y natural "abre-puertas", en el mercado exterior e interior”¹⁵⁹.

Reconocer el valor de lo propio (recreando su concepción) abre el camino para cuidarlo y fomentarlo, superando una situación en la que “la cultura importa poco”, inclusive la riqueza patrimonial. Pero, de igual modo -y aunque pueda resultar paradójico- contribuye igualmente a abrir nuevos caminos de experimentación, apertura, hibridación y trascendencia de un ideal de pureza que no se corresponde con la realidad mestiza panameña.

Desde esta perspectiva, sería posible dar un gran salto en el aprovechamiento de todos los talentos, recursos y oportunidades existentes para forjar una economía cultural próspera e inclusiva en el país; creando también las condiciones para que se valore a los creadores y creadoras, alentándolos, abriéndoles espacios, visibilizándolos, enorgulleciéndose de su contribución al desarrollo económico y humano de Panamá; y promoviendo, asimismo, una nueva marca, que se proyecte internacionalmente, a partir de todo el universo creativo y cultural que Panamá brinda.

Sería útil para avanzar en la ampliación de la oferta y demanda de productos y servicios culturales, por tanto, disponer de una visión más abarcadora de la creación, del consumo y, por ende, del mercado cultural panameño. Habría que “remirarse” con nuevas ópticas y reconstruir las narrativas para, a partir de ahí, poner en valor lo que se es y se tiene. Derivado de ello, sería más fácil que fluyera todo lo demás.

¹⁵⁹ Entrevista número 29.

Conocimiento

El conocimiento sobre la realidad de la economía cultural panameña es dramáticamente escaso y ese es otro de los problemas a contemplar.

Para generar consensos, captar el interés, sensibilizar a los actores y desarrollar intervenciones pertinentes que dieran un impulso al conocimiento de la cultura y su entorno, sería de gran utilidad establecer un *sistema de información estadística sólido y actualizado* como base para la formulación de políticas públicas y para la actuación articulada de todos los actores implicados en la economía cultural y creativa.

La falta de información estadística suficiente, confiable y relevante condiciona de manera marcada el desarrollo de la investigación, el diseño, la formulación y evaluación de las políticas públicas en Panamá; la rendición de cuentas sobre los resultados del uso de los recursos públicos y los alcances de la discusión pública en esta materia. La base de un sistema estadístico cultural debería ser la metodología de ganancia de datos básicos, asegurando la transparencia y confiabilidad de la información que se genere, la viabilidad y la sustentabilidad del esfuerzo y, de manera primordial, la relevancia de la información que se obtiene. Sin embargo, la importancia de datos básicos radica en su capacidad de asociarse dentro de cierto contexto para convertirse en información real y aprovechable. “Per se” los datos recopilados, considerándolos de manera aislada, no pueden comunicar un significado e influenciar el comportamiento de los receptores. Su utilidad se manifiesta cuando, al ser analizados, se convierten en indicadores y ellos nuevamente en información para proveer la base de acciones públicas en materia cultural (Enred Panamá, 2016).

En el caso de Panamá, como he señalado en el quinto capítulo de mi tesis, las estadísticas culturales accesibles se concentran en los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), cuya clasificación responde a agrupaciones en categorías muy amplias que dificultan el seguimiento de esta economía. En este sentido, el análisis realizado nos permite confirmar que no existe ninguna agencia en Panamá que esté trabajando de forma activa en la creación o unificación de indicadores culturales que permitan obtener un conocimiento firme sobre el ámbito cultural del país, pero sí que se aprecia una disposición por parte del INEC para abordar esta tarea.

En este contexto, ayudaría a avanzar en este campo, la desagregación de los datos sobre las actividades culturales y creativas dentro de la Encuesta de Mercado Laboral y de otras estadísticas relevantes bajo la responsabilidad del INEC (PIB, importaciones, exportaciones, gasto público, directorio de establecimientos comerciales, etc.), junto a la realización de explotaciones específicas de datos procedentes del Censo de Población, de manera que se pudiera disponer de un perfil básico de esta actividad en términos económicos que constituyera una línea de base consistente y fiable para las políticas públicas y la inversión privada; de ser posible, sería también de utilidad la disposición de datos de naturaleza sectorial, desagregación de los correspondientes a emprendimiento cultural dentro del Global Entrepreneurship Monitor (GEM); asimismo, la recogida de información sobre el gasto y consumo cultural de los turistas que visitan Panamá, lo que podría realizarse mediante la inclusión sistemática de indicadores al respecto en las fuentes de información que maneja la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP); sería también de relevante utilidad el relanzamiento del proyecto de “Cuenta Satélite de la Cultura”. A ello ayudaría que todos los proveedores de fuentes primarias y secundarias de información (INEC, INAC, MICI, ATP, Direcciones Sectoriales (Cine, Libro, Artesanías...), Dirección de Derechos de Autor y sociedades de gestión, Cámaras, gremios, municipios, CNC,

la Ciudad del Saber, etc.) pudieran involucrarse activamente en este proceso, generando y aportando datos básicos de calidad, con el fin de alimentar un sistema que funcionara bajo criterios metodológicos sólidos, contrastados y compartidos por todos los actores; en el intertanto, también sumaría positivamente la producción o mejora -por parte de los distintos gremios del sector cultural- de indicadores de base acerca de sus actividades (producción, eventos, ventas, etc.), de modo que pudiera avanzarse en caracterizaciones más afinadas de las mismas. El ejemplo brindado por la Asociación de Teatristas de Panamá y la Cámara Panameña del Libro constituyen una buena práctica a seguir.

De la misma manera, sería sumamente útil levantar a corto plazo una *línea de base sobre la situación concreta de los distintos subsectores culturales panameños* a fin de disponer de una radiografía -lo más consistente posible- de sus realidades y retos (como el que se acaba de realizar sobre la industria musical).

En el campo internacional, ayudaría a *un reposicionamiento de la producción estadística sobre la cultura en Panamá*, la incorporación de Panamá en próximas ediciones de la Encuesta Latinoamericana de Hábitos y Prácticas Culturales, subsanando los problemas que han excluido al país de la misma; asimismo, el fortalecimiento de la coordinación con los organismos internacionales que producen o aportan datos sobre las industrias culturales y creativas, particularmente a nivel regional (CEPAL, OEI, BID, OMPI, SEGIB, etc.). Esto ayudaría a garantizar de forma común la participación sistemática de Panamá en los estudios o recopilaciones que dichas instituciones realizan en este campo, asegurando también la consistencia, calidad y proyección de los datos referidos al país.

Toda la información anterior debe ser fortalecida bajo el criterio de conocer a fondo el *perfil y situación de los sujetos que crean y emprenden cultura*, en la línea ya apuntada en la primera parte de estas conclusiones. Esto resulta esencial. Como igualmente lo es *evaluar los resultados* de las intervenciones que se dirigen a estos colectivos, conociendo los impactos positivos y negativos que se producen. De particular importancia sería considerar su realidad y evolución económico-laboral, tanto para intervenir en la mejora de las condiciones de los creadores/as y emprendedores/as, como para dar un mensaje correcto a quienes muestran interés por estas actividades. *“Es, en efecto, poco aconsejable mandar un mensaje a futuros estudiantes universitarios sobre el potencial infinito de estas industrias para generar empleos, sin hablar de expansión de mercados y costes de oportunidad, en un país tan pequeño y en un sector que tiende a favorecer monetariamente a un número limitado de trabajadores y emprendedores* (Stanziola, 30 de enero 2017).

Más allá de esta información de base, sería conveniente consolidar un *mapa de manifestaciones, actores y recursos* que contribuya a identificar, visibilizar y poner en valor los activos con los que cuenta Panamá para impulsar su economía cultural y creativa. Podría tomarse como referencia para ello, la plataforma *emprendimientocultural.org* o el *Mapa de Emprendimiento Creativo* perteneciente al programa Santiago Creativo; ambas experiencias destacadas en el punto 4.2. La socialización del Inventario del Patrimonio Inmaterial de Panamá (PCI), una vez esté disponible, será una herramienta de interés en este sentido.

Por último, la disposición de un espacio estable de investigación, debate y difusión sobre las tendencias y cambios experimentados en los campos de la economía cultural, que funcionara como un *sistema de inteligencia política y de mercado* tendría una enorme utilidad tanto para las políticas como para los agentes culturales panameños. Sería relevante abrir ese espacio al

sector público, al privado, a los creadores/emprendedores/gestores, a expertos nacionales e internacionales y a la academia. Además de la producción y divulgación de conocimiento, este centro de estudio de la economía creativa panameña tendría que conectarse de un modo permanente con los entornos en los que se diseñan las *estrategias-país*.

Hace poco se presentaron mejores argumentos sobre el valor de la cultura en la economía, fundamentados en la teoría y evidencia. Partiendo de que ahora el mayor valor agregado de nuestra economía se genera desde la creatividad y la innovación y no en la manufactura o industrias, el sector cultural y artístico apoya el desarrollo sostenible, facilitando procesos de aprendizaje y la generación de conocimientos. La creatividad no es, entonces, un asunto que solo atañe a los artistas, sino una necesidad imperante en cada rincón de la economía” (Stanziola, 30 de enero 2017).

Equidad y diversidad

Hay que incorporar a organizaciones y personas que trabajan en áreas relacionadas con la *igualdad de género, juventud, población afrodescendiente, comunidades indígenas y migrantes* dentro de los espacios transversales de conocimiento, reflexión y construcción de intervenciones en materia cultural, identificando también sus movimientos, experiencias y redes. Los discursos de igualdad y diversidad se harán reales en la medida en que estos grupos y sus experiencias se integren activamente como arquitectos y arquitectas de las políticas culturales y creativas del país. Rompiendo, igualmente, su propia segregación en espacios separados y sin puntos de conexión mutua (afrodescendientes por su lado, indígenas por el suyo, etc.). Por otra parte, dentro de estos colectivos (que representan, no puede olvidarse, una mayoría poblacional) la cultura puede ejercer como herramienta de empoderamiento personal y social. Estos espacios de fertilización cruzada que pongan en relación a “los desiguales y diversos” son el auténtico germen de los territorios creativos. Si pensamos, por ejemplo, en la población indígena del país resulta ser que la proporción de niños/as y jóvenes dentro de ella es muy superior a la media nacional y esta cuestión ni siquiera está presente en los foros y agendas. Propuestas dirigidas a la inclusión en la economía cultural de esta destacada cantera juvenil pudiera tener interesantes efectos combinados de empoderamiento personal, integración social e inserción económica. Pero, para hacerlas viables, lo primero que habría que hacer es romper estereotipos que impiden concebir estas intervenciones desde ópticas verdaderamente creativas. Porque hay que recordar que la creatividad debe alimentar, sobre todo, la manera de pensar y hacer las políticas. El talento creativo debe circular, desarrollarse y crecer, en primer término, en los espacios y entre los agentes que pretenden impulsarlo. Y repensar la diversidad es una de sus principales tareas.

Un elemento a considerar al respecto es la necesidad de *equilibrar la perspectiva de la cultura como expresión única y original (innovación) y la que la asocia con las expresiones de la vida cotidiana (tradición)*. El mantenimiento de esta dicotomía, por una parte, desvaloriza los espacios culturales que por lo general ocupan las mujeres, todavía en mayor medida si son pobres, afrodescendientes, indígenas, etc. (los espacios de la tradición), frente a los considerados innovadores (todavía más ahora asociados con la tecnología). Pero, por otra parte, impide la aplicación de innovaciones muy necesarias en estos campos (por ejemplo, en la artesanía), que ganarían mucho si tuvieran la oportunidad de aprender, compartir y aportar en unos espacios de “creatividad y cultura hard” que, en el contexto actual y si no se actúa para evitarlo, tenderán a convertirse en entornos excluyentes, jerarquizados, masculinos y blancos.

Una apreciación relevante ahora respecto al *talento femenino*. Actualmente, son mujeres casi el 70 por ciento de las egresadas universitarias panameñas y más del 67 por ciento de las personas matriculadas y graduadas en postgrados universitarios (cursos, maestrías y doctorados). Pero constituyen nada más que el 23 por ciento de los empleadores (INEC, 2017) y participan de forma todavía muy escasa en los entornos de emprendimiento. Estas cifras reflejan como pocas que el talento, aunque exista y esté incluso cualificado, cuenta con notables barreras para su expresión y rentabilización si no se prevén políticas ambiciosas para cerrar las brechas existentes.

No hay apenas datos ni estudios (y sería una medida sumamente necesaria) sobre la participación femenina en la creación y el emprendimiento cultural. Pero dos cifras puntuales revelan la existencia de una situación de notables desequilibrios. Por ejemplo, hace apenas unos meses se difundía en un medio de comunicación que, *“de una muestra de 239 premios Miró desde su inicio, solo el 18 por ciento ha sido otorgado a mujeres. Para evitar dudas, el 82 por ciento de los premios en la muestra ha sido otorgado a hombres. Este año, todos los ganadores del Miró fueron hombres. Y ni hablemos de la falta de escritores de grupos originarios”* (Stanziola, 29 de octubre 2017). Recordemos, de otra parte, que en el estudio realizado sobre la industria de la música, declaraban poder vivir de ella el 28 por ciento de las mujeres encuestadas vs. el 71 por ciento de los hombres.

No podemos olvidar, por último, la gran fuente de diversidad procedente de las poblaciones migrantes que residen en Panamá. Desde ese punto de vista, integrar en los entornos de emprendimiento a *exponentes de las culturas migrantes panameñas* podría tener un doble beneficio: el de potenciar los espacios de intercambio y convivencia intercultural e, igualmente, poner en valor una oferta (musical, gastronómica, literaria, audiovisual, de rutas, etc.), hoy encerrada en islas, que enriquecería en buena medida la experiencia cultural panameña, podría disponer de un interesante mercado y representaría un incentivo turístico. En esta perspectiva también, en el contexto actual de transformaciones globales, la creación de espacios de interacción cultural con y entre estos colectivos a través -entre otros- del emprendimiento constituye una oportunidad única para cultivar un talento creativo intercultural con el que pocos países y comunidades cuentan. Si el reto de nuestros tiempos es el de abrirse al mundo, uno de los principales que tiene Panamá consiste en *descubrir y conectar el mundo que ya tiene dentro*.

Legislación, políticas públicas e institucionalidad

Es verdad que se puede emprender en cultura sin un marco de políticas públicas favorables, pero lo cierto es que la tarea se hace mucho más difícil.

En ese sentido, y como hemos podido constatar, hay bastante consenso entre los protagonistas de la economía cultural panameña de que el país tiene vacíos muy apreciables en lo que respecta a su legislación, políticas e institucionalidad cultural, dado que: a) se consideran periféricas en el contexto de las políticas de Estado, con poca atención y presupuesto, concebidas como “lujo” y no como necesidad, como gasto y no como inversión; b) se circunscriben tradicionalmente a ámbitos muy concretos (folklore y, en mucha menor medida, patrimonio), sin haber evolucionado hacia enfoques más integrales de Cultura y Desarrollo, menos aún de economía creativa; c) carecen, por tanto, de una estrategia integral de alcance que abarque, de una manera plural, cuestiones claves relacionadas con las identidades, los derechos y la economía; cuestiones que entroncan directamente con los grandes temas de la inclusión social y el desarrollo productivo del país; d) no disponen de una trayectoria temporal que garantice la

sostenibilidad de las intervenciones a lo largo de un período suficiente para lograr una mínima consolidación; e) no contemplan su articulación, ni en términos conceptuales ni mucho menos prácticos, con otras políticas de fuerte incidencia en la economía cultural.

Así, sería sumamente útil que las políticas culturales fueran de la mano con las de educación, economía, emprendimiento/pymes, comercio e industria, turismo, igualdad, diversidad, tecnología, innovación y relaciones exteriores, por citar las más significativas, lo cual pone en primer plano la necesidad de su articulación efectiva con todas ellas. De forma complementaria, sería importante el *reconocimiento de la transversalidad de la cultura* y su interrelación con otros sectores sociales y económicos.

"...las decisiones políticas, las iniciativas económicas y financieras y las reformas sociales, tienen muchas más posibilidades de avanzar con éxito se si simultáneamente se tiene en cuenta la perspectiva cultural para atender las aspiraciones e inquietudes de la sociedad" (OEI, s/f).

"La creatividad y la diversidad cultural han sido los principales motores del éxito urbano. Las actividades culturales pueden promover la inclusión social y el diálogo entre comunidades diversas. Asimismo, el patrimonio material e inmaterial es parte integrante de la identidad de una ciudad y genera un sentido de pertenencia y de cohesión. La cultura representa el alma de una ciudad y le permite progresar y construir un futuro digno para todos". (UNESCO, 2016b, Irina Bokova, Directora General de la UNESCO).

Por una parte, este reconocimiento ayudaría a generar oportunidades en otros ámbitos (públicos o privados); utilizar la cultura para promover causas (igualdad, convivencia, paz, diversidad), generar participación, para la educación, los objetos culturales como regalos de empresa, en la publicidad, etc. También podría contribuir a fortalecer otros sectores y potenciar la innovación mediante su interacción con ellos. Por ejemplo, entre urbanismo y cultura, entre gastronomía y otras manifestaciones culturales (música, plástica, artesanía), etc., generando espacios de ocio y experiencia para las comunidades al igual que para los turistas. Recordar aquí que una parte creciente del mercado de los productos y servicios culturales y creativos se sitúa, y situará más en el futuro, en sectores no específicamente culturales.

En esta ecuación hay que incluir al *sector privado*, sin el cual -como se ha señalado en el apartado anterior- es materialmente imposible impulsar políticas pertinentes en el ámbito de la economía cultural. Y considerando, por otra parte, que las políticas y emprendimientos culturales exitosos se enmarcan casi siempre en una visión global del desarrollo de un territorio; no son algo aislado de lo local.

"No existirían las ciudades como espacios de vida dinámicos; serían tan solo construcciones de hormigón y acero proclives a la fractura y a la degradación social". (UNESCO, 2016b).

"(...) las actividades culturales pueden promover la inclusión social y el diálogo entre comunidades" (UNESCO 2016b).

"El elemento cultural puede ser estratégico para la identidad, la cohesión social, el intercambio, la tolerancia, la lucha contra la violencia..." (Habitat III, 20 de octubre 2016).

"Sería importante aprender del modelo de gestión cultural de la Alcaldía de Panamá. Con el Festival MUPA, África en América y Puntos de Cultura, sus actividades buscan desarrollar cohesión social, habilidades para la vida y promover la creatividad como una herramienta que fortalece la cultura ciudadana. Desafortunadamente, por falta de fondos para evaluación,

sabemos poco de manera sistemática del impacto social de estos programas” (Stanziola, 22 de julio 2017).

Partiendo de todo lo anterior, en primer lugar, sería de interés sensibilizar a los representantes políticos, responsables institucionales y agentes privados acerca del rol transversal de la cultura como pilar de la educación, la economía, la innovación, la igualdad, la cohesión social y, en suma, el desarrollo, tanto a nivel nacional como en los ámbitos locales. *“Que el Estado de una vez por todas se interese”*.¹⁶⁰ *“Hay que desarrollar la visión”*¹⁶¹; aproximando a los actores (más allá de los entornos especializados) al debate, trayectorias, experiencias y lecciones aprendidas en el entorno internacional en torno a la cultura como vector del desarrollo; ayudando a transformar la visión de la cultura como lujo que entra en colisión con la cobertura de las necesidades básicas de la población, como un gasto sin retorno, a otra que la entienda como inversión esencial para garantizar la sostenibilidad del desarrollo; y asumiendo la relevancia que tiene el centrarse en procesos (más que en hitos aislados) y en el despliegue del talento (más que sólo en infraestructuras).

“Esto sugiere que las políticas públicas necesitan darle un nuevo giro al sistema educativo, repensar nuestra legislación del mercado laboral y de comercio exterior, y promover una narrativa más amplia de la cultura. En Panamá, aún entendemos la función pública de la cultura mayormente como apoyo salarial a artistas y subsidios a festivales. Una política más amplia también incluiría proyectos culturales que apoyen al desarrollo sostenible, mediante la ampliación del mercado cultural y artístico por medio de acuerdos comerciales internacionales y la movilidad de artistas. En países, como el Reino Unido, Colombia y Brasil, gran parte de los fondos públicos y actividades de la sociedad civil en la cultura se invierten en programas que buscan utilizar las herramientas de la creación y aprendizaje de la historia para reflexionar sobre cambios tecnológicos; desarrollar habilidades para la vida de jóvenes en riesgo social; incrementar el entendimiento entre inmigrantes y locales; promover la comunicación entre diferentes generaciones, y fomentar la cultura ciudadana y de paz. Estos proyectos requieren de una inversión relativamente baja, pero a largo plazo representan altos retornos sociales y económicos que, en efecto, amplían el mercado laboral de artistas y gestores culturales y contribuyen al crecimiento de nuestro PIB” (Stanziola, 30 de enero 2017).

De forma específica, serían necesarias *políticas educativo-culturales* orientadas a estimular en el estudiantado panameño la creatividad y el talento, la educación artística, el espíritu emprendedor y el sentido de cooperación, de manera que la escuela pueda potenciar desde la base una cantera de creadores, consumidores y emprendedores en arte y cultura. Y es que todo comienza en la familia y en la escuela, la creación y el consumo, la oferta y la demanda, el ejercicio de los derechos culturales y la economía de la cultura. *“Hay que garantizar la educación básica universal e integrar en el currículum educativo las disciplinas artísticas (promover la música en las escuelas, como medida que sirva además para disminuir la delincuencia juvenil; considerar el arte como salida profesional,...); incentivar el gusto por el arte, porque lo no se conoce no se demanda (ej: organización de visitas culturales en las escuelas a museos, exposiciones, conciertos,...)”*.¹⁶² *“Crear necesidad de consumo cultural*

¹⁶⁰ Entrevista número 28.

¹⁶¹ Entrevista número 12.

¹⁶² Entrevista número 15.

variado desde la infancia".¹⁶³ "Educación artística y profesionalización, así también como vías de circulación de material artístico".¹⁶⁴

En este avance, sería útil realizar una *revisión de la normativa*: a) podría comenzarse por llevar a cabo una evaluación del grado de aplicación y efectos (positivos o negativos) del cuerpo normativo (legislaciones específicas sobre derechos de autor, libro, cine, patrimonio, artesanía, derechos colectivos de los pueblos indígenas, etc.) y las (escasas) políticas vigentes, y proponer el establecimiento de compromisos en pro de su cumplimiento efectivo y de la asignación de recursos suficientes, la generación de indicadores sobre los avances y carencias, y la integración de la política cultural en las dinámicas de la Estrategia Nacional de Desarrollo; b) recuperar la idea de una Ley de Cultura que se constituya en un paraguas integral y sostenible de todos los esfuerzos (concretados en reglamentaciones, programas, inversiones, incentivos fiscales, mecanismos de coordinación interinstitucional, alianzas público-privadas, etc.) que se requieren para superar las barreras de acceso a los bienes culturales (democratización de la cultura), lo que sin duda ayudaría a potenciar el sector cultural panameño, así como el emprendimiento dentro de él (economía cultural), y a fomentar la participación activa de la población en la creación y expresión de sus identidades culturales, situándolas en el espacio que les corresponde (democracia cultural). "Estoy convencida de que una Ley de Cultura es el marco esencial para poder trabajar en políticas públicas culturales. El concepto de política pública cultural, desde una lectura democrática, indica que son el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y grupos comunitarios organizados (...) Se necesita un marco normativo que regule, apoye y desarrolle esas intervenciones y no para ser usado como restricción, si no como guía para el fortalecimiento del tejido cultural. Y Panamá ya tiene un modelo exitoso, la Ley de Cine, que no olvidemos es una industria cultural." "Necesitamos políticas públicas integrales, que reconozcan la acción cultural como elemento de inversión social" (Estarás, 17 de junio 2013); "recomiendo la no muy revolucionaria idea de actualizar nuestra ley de cultura de 1974, que buscaba la homogeneización cultural para enfrentar el colonialismo. Después de 17 años de haber recibido el Canal, nuestros retos son diferentes y es ineficiente seguir persiguiendo la "pollerización" de todo Panamá. Mucho más importante, una nueva ley de cultura debe crear el marco legal para facilitar y proteger negocios culturales de cualquier persona en cualquier parte del país, y no solo los escogidos por paneles o fondos gubernamentales" (Stanziola, 22 de julio 2017); c) bajo este paraguas, habría que abordar el desarrollo de normativas y políticas específicas para promover las industrias culturales panameñas (música, libro, teatro, cine, artesanía, uso y promoción del patrimonio, etc.), lo que podría realizarse, entre otras consideraciones, estableciendo un marco de incentivos fiscales para la inversión privada, facilidades financieras, actuaciones tendentes a una mayor profesionalización de las actividades económico-culturales, líneas de estímulo a la calidad, innovación, cooperación e internacionalización empresarial, revitalización y puesta a disposición de infraestructuras y espacios públicos para la creación/exposición, y un marco de incentivos -y aplicación de los ya existentes- que favorezcan el consumo de productos culturales nacionales; d) y por último, en este recorrido normativo también sería de suma utilizar revisar / evaluar / reformar algunas normativas específicas, como la Ley 20 (Régimen Especial de propiedad intelectual sobre los derechos colectivos de los pueblos indígenas para la protección y defensa de su identidad cultural y sus conocimientos tradicionales). "Normas de este tipo deben tener un acompañamiento permanente que posibilite que sean conocidas, interiorizadas,

¹⁶³ Entrevista número 23

¹⁶⁴ Entrevista número 26.

*cumplidas y sometidas a una evaluación continua. “Se requiere trabajar desde la normatividad, apropiarse de las normas”.*¹⁶⁵

En un país en el cual el turismo representa y es reconocido como un sector estratégico para el desarrollo nacional, ayudaría a consolidar esta realidad que el binomio turismo y cultura fuera potenciado, estableciendo sinergias productivas e institucionales permanentes entre estas políticas. *“Tendría que haber una política de apoyo especial al tema de turismo cultural desde un enfoque integral: Turismo/Medioambiente/Cultura”.*¹⁶⁶ *“Hay que desarrollar una propuesta estructurada de turismo cultural para los residentes en Panamá y para los extranjeros”.*¹⁶⁷ Además, y abundando en el binomio turismo y cultura, también habría que promover su imbricación con la artesanía, de especial importancia en las comunidades indígenas, como un sector con potencialidad en el aspecto económico y de salvaguarda de cultura y tradiciones. *“Una estrategia de fomento del turismo y potenciación de las artesanías indígenas no puede proyectarse al margen de los pilares que sostienen ambos sectores: naturaleza y cultura. Pero, a la vez, hay que incorporar dos factores adicionales que son críticos para su revitalización y la sostenibilidad: juventud y emprendimiento”.*¹⁶⁸

Otro punto en el que sería de utilidad incidir se refiere a la protección efectiva de los derechos de autor, lo que podría realizarse dando a conocer y sensibilizando a la población sobre su importancia, agilizando la recaudación y gestión de los cobros, fortaleciendo a las entidades encargadas de esta tarea y luchando contra la piratería, un asunto sobre el cual los protagonistas alertan acerca de la inexistencia de control y del hecho de que el tema ni siquiera forma parte de la agenda pública. *“Hace falta la actualización de leyes referentes a la protección del derecho de autor y homologación de licencias creative commons en el país”.*¹⁶⁹

Finalmente, de forma complementaria a todo lo apuntado, resultaría crítico fortalecer -a nivel político, estratégico, técnico y financiero- el *organismo rector de las políticas culturales panameñas* (el Instituto Nacional de Cultura), propiciando un cambio de rumbo en línea de lo apuntado en páginas anteriores; y también crear mecanismos de diálogo y articulación entre todos los agentes -públicos y privados- con incidencia directa en la economía y emprendimiento cultural para, de esta manera lograr, la coordinación de sus intervenciones y la promoción de iniciativas comunes. *“Creación e implementación de un esquema eficiente de políticas culturales tomando en cuenta todos los ejes transversales que se manifiestan desde y en la cultura”.*

Ecosistema

En principio, un emprendimiento exitoso depende de las oportunidades del mercado, combinado con la puesta en valor del talento, capacidades y recursos de sus impulsores. Sin embargo, cuando se trata de empresas de pequeño tamaño esta lógica funciona solo parcialmente. Para crecer y proyectarse hace falta un ecosistema que ejerza de estímulo, de tierra fértil en la que puedan florecer iniciativas, interconectarse, innovar, acceder a información estratégica, sumar,

¹⁶⁵ Conclusiones del Taller “Identificación de Desafíos y Oportunidades para el Emprendimiento de Mujeres Indígenas (turismo y artesanía)”, celebrado en el marco del Foro “Autonomía Económica de las mujeres indígenas en el siglo XXI, el reto a nuestro alcance”. Panamá, 28-29 de septiembre de 2017.

¹⁶⁶ Entrevista número 21.

¹⁶⁷ Entrevista número 23.

¹⁶⁸ Conclusiones del Taller “Identificación de Desafíos y Oportunidades para el Emprendimiento de Mujeres Indígenas (turismo y artesanía)”, celebrado en el marco del Foro “Autonomía Económica de las mujeres indígenas en el siglo XXI, el reto a nuestro alcance”. Panamá, 28-29 de septiembre de 2017.

¹⁶⁹ Entrevista número 26.

co-crear y amplificar la voz (López, 2016). Ante esta realidad, como parece obvio, el papel en ello de las políticas públicas es clave pero, de la misma manera, el sector privado (apoyado en determinados casos por la acción de los organismos multilaterales) podría jugar un papel relevante a la hora de generar condiciones propicias para impulsar la economía cultural en Panamá.

Desde esta óptica, sería positiva la constitución de espacios estables orientados a favorecer el intercambio y encuentro para el empoderamiento de los creadores/as, la generación de oferta agregada, la visibilidad y la apertura de nuevas oportunidades (este punto, por su impacto en el emprendimiento, se ampliará en el apartado de recomendaciones específicas); el fortalecimiento de los gremios de cada uno de los subsectores, que si bien en algunos casos están bien articulados (libro, cine, teatro), en otros lo están en menor medida (música); la creación de una *plataforma sectorial e intersectorial* que agrupe a los actores clave de cada subsector que posibilite el consenso, la interconexión, el establecimiento de sinergias, los aprendizajes mutuos, la co-creación, el diseño de propuestas, la suma de esfuerzos y el desarrollo de estrategias comunes por parte de las distintas asociaciones, gremios y proyectos existentes sería indispensable. Una buena articulación hace más que muchos recursos. *“Necesitamos sentar las bases legales, que definan nuestro estatus para con las instituciones gubernamentales, construir a partir de eso, intentar crear redes colaborativas, e identificar metas en común”*.¹⁷⁰

Muchas otras recomendaciones podrían realizarse en este terreno, pero lo primero de todo es constituir masa crítica articulada en pro de una economía de la cultura para el desarrollo.

6.5.2. Conclusiones y propuestas específicas para fomentar el emprendimiento cultural

Una vez apuntados los factores de mayor incidencia macro en las iniciativas de emprendimiento cultural en Panamá, en este apartado aportaré algunas reflexiones y recomendaciones específicas para el diseño y desarrollo de programas integrales de fomento del emprendimiento cultural.

Teniendo en cuenta las carencias que hemos ido detectando para el desarrollo del emprendimiento cultural, estas recomendaciones específicas se organizan en torno a los siguientes aspectos.

Equidad e igualdad de oportunidades para la creación y el emprendimiento

Políticas que promuevan la equidad e igualdad de oportunidades resultan necesarias para contribuir a nivelar las condiciones de partida para poder crear y emprender (aspectos sociales, educativos, económicos y culturales previos); generar una estrategia única y transversal en términos de recursos, capacidades, logística, tecnología y herramientas para potenciar los emprendimientos culturales, ya sean por necesidad o por oportunidad; promover la diversidad cultural y poner en valor el protagonismo de la persona emprendedora y el valor de lo creado; promover el emprendimiento cultural femenino como forma de vida posible y sostenible.

A la consecución de todo ello ayudarían en gran medida, por ejemplo, iniciativas orientadas a rescatar, proteger y poner en valor el legado y las creaciones multiculturales, así como a propiciar emprendimientos sostenibles basándolos en procesos integrales que comprendan el

¹⁷⁰ Entrevista número 26.

empoderamiento, la adquisición de competencias técnicas, un acompañamiento a largo plazo, estructuras de apoyo a la comercialización de los productos y servicios, facilitación del acceso y uso de entornos digitales, etc.

Esto es significativo, por ejemplo, para las emprendedoras culturales indígenas: *"Abrir oportunidades para que las mujeres participen como protagonistas del manejo sostenible de los recursos materiales e inmateriales de los pueblos indígenas constituye una estrategia clave, no solo como medio para asegurar la defensa y proyección de su patrimonio y derechos colectivos sino, igualmente, para impulsar su plena autonomía económica."*¹⁷¹

Estrategias paraguas

Una de las limitaciones de los programas de emprendimiento existentes es que no se conciben ni ejecutan bajo una *estrategia (sectorial, intersectorial y/o territorial)* que le sirva de referencia. Dada la atomización de las iniciativas incubadas (la mayoría de muy pequeño tamaño), la posibilidad de producir sinergias y escalamientos no solo depende de factores organizativos (la incorporación en los programas de empresas ancla, la constitución de redes, etc.) sino del hecho de partir, desde el principio, de un plan que ordene los emprendimientos en torno a estrategias y demandas del mercado pre-visualizadas antes de empezar.

La concepción sistemática de los emprendimientos como alternativas cerradas e individuales que, solo después de creadas, se conectan entre sí, supone la pérdida de muchas oportunidades.

"Mi primera recomendación es enfocarse en el mercado cultural y no solo la industria. No es suficiente construir un museo si no existe la red de ciudadanos, consumidores, académicos, críticos, donantes, etcétera para disfrutar y apoyar su uso y desarrollo. Apoyar solamente la industria crea oligopolios culturales y llega a exacerbar la notoria desigualdad de recursos que ya existe en este sector" (Stanziola, 22 de julio 2017).

Capacitación y acompañamiento al desarrollo de iniciativas

Una de las medidas para promover para el fortalecimiento de las y los emprendedores culturales se refiere a la capacitación en materia emprendedora propiamente dicha. Como hemos visto a lo largo de estas páginas es habitual encontrar entre creadores y gestores culturales un conocimiento en materia cultural, pero escaso desde el enfoque empresarial, lo que hace que esa creación artística no llegue y se canalice de manera adecuada, impidiendo así los beneficios para las comunidades y personas creadoras/emprendedoras que se derivaría de ello.

Bajo este prisma, y más allá del foco de la creación artística, los emprendedores y emprendedoras culturales requieren de nuevos conocimientos y capacidades que hagan conectar su obra con el mercado que, resultarían más eficaces, si tomaran la forma de una oferta integral en capacitación y acompañamiento de largo plazo, con tres ejes:

Persona

La inclusión en los programas de emprendimiento de competencias transversales que ayuden al creador-a/emprendedor-a a empoderarse y potenciar su perfil (liderazgo, planificación,

¹⁷¹ Conclusiones del Taller "Identificación de Desafíos y Oportunidades para el Emprendimiento de Mujeres Indígenas (turismo y artesanía)", celebrado en el marco del Foro "Autonomía Económica de las mujeres indígenas en el siglo XXI, el reto a nuestro alcance". Panamá, 28-29 de septiembre de 2017.

organización del tiempo, gestión de proyectos, comunicación, gestión intercultural, redes, ...) contribuyen al éxito y sostenibilidad de sus iniciativas. Las competencias tecnológicas han de ser parte de los contenidos, pero también de las herramientas pedagógicas, esto es igualmente central. Del mismo modo, es útil trabajar con las y los emprendedores la comprensión de las características particulares de su actividad, estimulando la autorreflexión. Podrían incluirse temas como la comprensión del complejo binomio entre arte y dinero, cultura y economía, incluyendo la deconstrucción del significado profundo de un término muy arraigado en el imaginario social: “por amor al arte”, junto al reconocimiento y gestión positiva de las tensiones y trampas que este genera. Esto permitiría fortalecer la identidad y herramientas internas del emprendedor/a cultural y le posibilitaría avanzar en un mejor entendimiento de las lógicas psico-culturales (y por lo tanto productivas) que operan tanto en la oferta como en la demanda de la economía cultural. Otros pudieran referirse a la complejidad que supone no solo crear como mera expresión artística, sino crear con una visión de mercado, sin que eso desvirtúe el mismo acto creativo. Finalmente, convendría estimular la ruptura con la noción de creación como hecho individual, aislado, donde el universo creativo del artista interacciona escasamente con el entorno, frente a una creación y un mercado en el que las redes y la colaboración representan un gran valor añadido y, muchas veces, la única forma de hacer prosperar las ideas y negocios. La relación entre lo personal y colectivo es aquí compleja y requeriría también de reflexión y narrativas superadoras de las dicotomías subyacentes.

Tener en cuenta en el diseño, aplicación y evaluación de estos programas el enfoque de género e intercultural es fundamental igualmente. Y esto atañe a muchos aspectos de la oferta de servicios: contenidos, lenguajes, competencias del personal formador y/o de acompañamiento, horarios, facilidades para la participación (por ejemplo, servicios de cuidado, apoyo a la movilización de quienes proceden de áreas alejadas, etc.) y, naturalmente, la evaluación de las necesidades, satisfacción y resultados diferenciales en función de estos perfiles.

Contexto

Es menester enriquecer los programas con procesos que son específicos al hecho de emprender en la cultura. Por un lado, con respecto a las singularidades propias de cada uno de los campos culturales y creativos, con sus reglas, tendencias, comunidades, canales de distribución, oportunidades y retos, de manera que la capacitación sea muy referencial en ese sentido. Pero, igualmente, el contar con un espacio de aprendizaje y reflexión -de mayor alcance- sobre las realidades, ambivalencias, oportunidades, riesgos y transversalidad de estas actividades ampliaría la capacidad de agencia y potenciaría la constitución de redes de emprendedores y emprendedoras culturales “resilientes”.

Integrar en estos programas las aportaciones de expertas/os, emprendedores/as en situaciones más avanzadas, modelos de rol, representantes de grandes corporaciones del sector o de los gremios, gestores/as de proyectos culturales, representantes de entidades financieras, tecnólogos/as u otros profesionales que disponen de aplicaciones o herramientas de utilidad para la creación, producción o comercialización cultural, etc. genera dinámicas de empoderamiento, conexión, innovación y realismo.

Proyecto

La experiencia acumulada, tanto a nivel internacional como nacional, muestra la conveniencia de contemplar un enfoque del emprendimiento que arranque con la generación y validación de modelos de negocio, mediante su contraste con el mercado ya desde la fase de la idea, para -solo

después- desarrollar un plan de empresa que sea plenamente receptivo a las oportunidades que este ofrece; es decir, incorporando también los conocimientos estratégicos y técnicos que resulten relevantes, basándose en lógicas de proceso apoyadas por la figura de tutores o mentores, y estableciendo etapas que ayuden a estructurar respuestas pertinentes dentro de un ciclo de desarrollo que no acaba, sino al contrario, con la apertura o formalización de un negocio.

Por tanto, al hablar de capacitación y acompañamiento de emprendimiento cultural, hago alusión a los procesos habituales en materia de emprendimiento (viveros, incubadoras, asistencias técnicas, mentorías,...), pero con una perspectiva reforzada del mercado, junto a un trabajo específico para potenciar el perfil de la persona que emprende y un conocimiento sólido de las fuerzas que operan en la economía cultural y en cada uno de sus subsectores. Todo ello con el uso de las TIC como contenido y soporte transversal.

En concreto, se lograría un avance notable si se incluyeran en estos procesos materias y dinámicas orientadas a: fortalecer la identidad del creador/a y emprendedor/a cultural como alguien que aporta valor a la sociedad y a la economía nacional, que trabaja de forma diferente pero igualmente legítima y que ha de defender el valor económico de su creación, reconociendo de forma superadora las tensiones -internas y externas- que se producen en la interacción entre creación y negocio; entender y trabajar junto al creador/a la complejidad de poner precio y comercializar su creación, su obra; aprender a conjugar el acto creativo con el mercado, trascendiendo el foco único del creador/a en la oferta, con una mirada enfocada y complementaria con la demanda; mostrar las virtudes y sistemas para el trabajo colaborativo entre creadores/as –emprendedores/as desde un enfoque orientado a la generación de sinergias de valor añadido en el mercado; conocer a fondo las fuerzas, realidades y tendencias de la economía cultural, tanto nacionales como internacionales, de manera que el artista sea consciente de los contextos en los que genera y ha de comercializar su obra; acercarse a nuevas estrategias y modelos de negocio que posibiliten defenderse, y a la vez trascender, las problemáticas asociadas a la piratería en el sector; muy ligado a todo lo anterior, abordar el papel que hoy juegan las tecnologías en la cultura, tanto en lo que concierne al acto mismo de la creación, como a la distribución, comercialización y difusión, con todas sus potencialidades, pero también riesgos; difundir innovaciones útiles para la implantación de emprendimientos culturales exitosos, facilitando el contacto directo con sus protagonistas, ya sean de dentro como de fuera del país; promover ruedas de negocio; atender, asimismo, a las posibilidades de financiación, que en este caso, más allá de la financiación bancaria tradicional, puede la forma de ángeles inversores, patrocinios, *crowdfunding*, participación en convocatorias internacionales o un mix entre algunas de ellas; y abordar el emprendimiento cultural desde referentes de internacionalidad, vinculándolo en particular al turismo y a la internacionalización.

En definitiva, generar una oferta formativa que refuerce los aspectos más técnico-empresariales de los emprendimientos culturales, pero que a su vez instruya, contemple y trabaje las singularidades de su perfil, actividad y subsector.

Capacitación y apoyo al fortalecimiento de una red de gestores culturales

En el campo de la capacitación, de forma paralela a de la formación para artistas, creadores y promotores en la gestión empresarial, hay que potenciar también la figura de las y los gestores culturales, continuando y proyectando la labor que, a ese respecto, arrancó con el proyecto de desarrollo de las industrias culturales en el Casco Antiguo. La labor de estos/as profesionales se

centra en administrar recursos culturales de diferente naturaleza, ya sean financieros, tecnológicos, comerciales, materiales e inmateriales; pero sobre todo, personas, como artistas, técnicos o colaboradores y colaboradoras. *“El hecho de ser un campo de formación muy reciente, con una escasa profesionalización, dificulta su posicionamiento como un sector de gran incidencia en el desarrollo social del país. Este reto implica fortalecer en capacidades, herramientas y competencias que diluyan la debilidad de un sector cultural con poco peso en las escasas políticas culturales en Panamá”* (Estarás, 17 de junio 2013). También la literatura internacional se hace eco de la necesidad de esta figura en el mundo de la cultura. *“Necesidad de gestores culturales. “Faltan especialistas en estas temáticas para apoyar nuevos modelos de negocio que hoy suelen ser confusos y riesgosos”* (Santiago Creativo, CORFO, ACTI, 2015).

Sería conveniente que la figura de las y los gestores culturales sea fortalecida en el país, trabajando en asociación con organismos e instituciones a fin de mejorar las condiciones y situaciones a las que se ven expuestos los creadores, reduciendo la carga a la que se enfrentan en un mercado tan complejo como es el cultural. Se necesita profesionalidad y unos conocimientos que no necesariamente son los propios de los creadores. *“Un buen gestor cultural debe formarse profesionalmente y buscar la excelencia en el desarrollo profesional, como en todas las profesiones. Se necesita con urgencia, preparar a personas para dirigir, emprender, hacer lo que llamaremos la industria creativa y gestores creativos (desde lo básico-comunitario hasta lo nacional e internacional) que compone ese ciclo de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan la creatividad, investigación y hasta tecnología hoy en día.”*¹⁷² Y también se necesita el papel del gestor cultural como agente capaz de comprender la dualidad cultura-dinero para trascenderla, contribuyendo así a potenciar el valor económico y social de la cultura pero ayudando, también, a establecer un mayor equilibrio entre la generación de valor y su apropiación por parte de sus protagonistas.

Por lo tanto, los avances en este campo estarían orientados hacia el fortalecimiento del gestor/a cultural como figura de referencia para la articulación, promoción, gestión y comercialización de bienes y productos culturales; el diseño y puesta en marcha de programas específicos de capacitación y preparación integral de gestores culturales, que tengan en cuenta las características de las diferentes actividades culturales, que puedan contribuir a mejorar el manejo eficaz de todos los aspectos relacionados con la administración, organización y gestión de la industria cultural; la creación de una red de gestores culturales, que facilite a artistas y creadores/as la búsqueda de apoyo y asesoramiento en el emprendimiento y desarrollo de su negocio cultural o de promoción comercial para su actividad cultural.

A todo ello habría que añadir, en el campo de la capacitación, recomendaciones similares a las abordadas en el punto anterior (conocimiento de los perfiles psico-culturales de los creadores/as, de las nuevas realidades del mercado cultural, de los nuevos modelos de negocio, etc.).

Creación y fortalecimiento de redes

Como hemos visto reiteradamente, una de las mayores debilidades para la proyección de la economía cultural panameña, tiene que ver, además de con las limitadas políticas públicas existentes, con la falta de constitución de masa crítica, de interacción, de hibridación y de articulación de respuestas comunes entre los protagonistas de las actividades de esta economía.

¹⁷² Entrevista número 29.

De ahí que el impulso de redes estables de conocimiento y acción entre quienes están emprendiendo en cultura representaría un primer nivel de trabajo para superar esta debilidad.

Pero propiciarlas entre ellos/ellas y los agentes que desempeñan, o tienen que desempeñar, un papel de relieve en la economía cultural (instituciones internacionales, nacionales y locales, gremios de cada uno de los subsectores, empresas, universidades, sector financiero, etc.) es igualmente esencial. Estas redes podrían perfectamente constituirse en el germen del ecosistema cultural cuya prioridad se plantea en las recomendaciones generales de esta investigación. De hecho, hay un impresionante dinamismo y efervescencia cultural en este momento en Panamá, por lo que lo que hace falta ahora es una conexión que lo potencie y lo ponga en valor.

*“Es necesario pensar en co-producción cuando se trata de crear un esquema de sostenibilidad en ámbito cultural, en Panamá. Espero trabajar en el futuro con más organizaciones afines”.*¹⁷³ Además, *“el trabajo en red no sólo les otorga un capital social importante al momento de conseguir reconocimiento y participación, sino que también oportunidades de negocio. Sin duda que el trabajo en redes especializadas y colaborativas es un factor diferenciador a la hora de medir las oportunidades que logren capturar los Emprendedores Creativos y Culturales (ECC)”* (Santiago Creativo, CORFO, ACTI, 2015).

Para ello, sería de gran utilidad operativa y práctica: la creación de una plataforma estable de intercambio en el que las y los creadores puedan contactar entre ellos y compartir experiencias, ideas, proyectos u otras iniciativas; la constitución de una red “emprende cultura”, con la participación de actores del ecosistema cultural y creativo panameño, mediante la elaboración de una agenda de eventos compartidos que potencien -formal e informalmente- las dinámicas de networking; y también la creación de un catálogo de webs, apps y herramientas de Internet de utilidad para la creación, el desarrollo, la gestión, la comunicación y el marketing de iniciativas y proyectos de emprendedores culturales.

Posicionamiento y visibilidad de los creadores/as

Una forma de sensibilizar y concienciar a la sociedad panameña del valor que tiene su propia cultura es hacerle ver, que pueda conocer aquello que tiene tan cerca; y para ello se tendría que proveer un mayor protagonismo y mayor visibilidad a las personas creadoras y a sus obras.

A este objetivo contribuiría en gran medida promover la participación de los creadores y creadoras culturales como protagonistas de noticias y programas de medios de comunicación. También la creación de un catálogo de emprendedores/as culturales, en el que se pueda localizar con facilidad a los y las artistas y sus negocios en función del sector, área de actividad, localización, u otros aspectos de interés, así como su posicionamiento en los principales buscadores de internet y agentes clave. Y a todo ello sería oportuno añadir la promoción de creadoras/es entre empresas, franquiciadores e inversionistas.

Financiación

A lo largo de esta tesis, ha quedado reflejado que la problemática financiera es de las barreras más destacadas por los artistas y creadores que desean hacer realidad sus proyectos empresariales. Y en particular, la financiación pública es la que más difícil acceso tiene, al menos en el ámbito cultural, con escasa dotación para el emprendimiento cultural y la cultura en

¹⁷³ Entrevista número 26.

general. En este sentido he podido constatar que uno de los déficits de la política es *"la falta de presupuestos cónsonos con las necesidades de cada subsector de la cultura"*.¹⁷⁴

Una combinación de ayudas públicas, incentivos fiscales, políticas de mecenazgo que promuevan estructuralmente la inversión de la empresa privada y el acceso a capital semilla y créditos en condiciones favorables sería la alternativa idónea. En este marco, resultaría factible y beneficioso para la actividad emprendedora en cultura: a) el establecimiento de políticas efectivas que proporcionen incentivos fiscales con el objetivo de atraer inversores en los proyectos de temática cultural, fijando especialmente el foco en el desarrollo de la creatividad en la juventud, las personas emprendedoras y los sectores poblacionales que atesoran el mayor grado de diversidad cultural; b) el compromiso por parte de diferentes instituciones públicas (INAC, AMPYME, SENACYT...) para desarrollar -de manera coordinada- actividades, convocatorias y demás servicios que funcionen como oportunidades para las personas emprendedoras y profesionales de la economía cultural. En este contexto, ayudaría particularmente la puesta en marcha de una estrategia de fomento cultural centrada en tres ejes principales: financiación, ya sea parcial o total de proyectos culturales; promoción de los productos y servicios culturales de emprendedores/as que lo soliciten, a través de la organización de eventos, ferias, exposiciones y/u ofreciendo espacios públicos para el desarrollo de actividades y exposiciones; y capacitación, con talleres con contenido y orientación cultural; c) una mayor promoción de la financiación del sector privado a través de patrocinios y mecenazgos, premiando la calidad de los proyectos culturales; otra de las áreas a desarrollar como financiación privada es *"Promover la cultura desde la RSC de las empresas (...) se entiende como una cuestión de mitigación de la pobreza y no está asociado a la cultura."*¹⁷⁵; d) el desarrollo de iniciativas para que la banca facilite un mayor acceso a la financiación de las y los emprendedores culturales; en este sentido, disponer de un sistema de garantías o avales gubernamentales podría ser una herramienta útil, pues permite cubrir parcialmente el riesgo de las entidades financieras, sin que ello las exima de un análisis riguroso sobre la viabilidad de los proyectos para financiar; e) el aprovechamiento de las iniciativas internacionales que financian proyectos culturales; no solo en el ámbito de la financiación es beneficioso formar parte de estas redes internacionales, ya que ello también impulsará la difusión y visibilización de la cultura panameña en el exterior; f) el impulso y desarrollo de micropatrocinios o *crowdfunding* (véase también el apartado Tecnología y redes) resultan opciones a tener en cuenta que en Panamá ya han empezado a desarrollarse pero requieren ser potenciadas; y g) la creación de una red de gremios culturales, que impulse el trabajo asociativo y de colaboración para poder acceder a fondos internacionales, nacionales y privados.

Estructuras y espacios para la creación y el emprendimiento cultural

La economía cultural y creativa requiere disponer de instalaciones apropiadas: talleres para producir, estudios de grabación, salas insonorizadas para ensayar, escenarios de filmación, espacios para montar espectáculos, mecanismos y plataformas logísticas para distribuir, oficinas para dirigir y administrar, redes de salas para la exhibición o almacenes comerciales correctamente distribuidos a lo largo del país y bien localizados en los centros de las ciudades para llegar al consumidor. En la actualidad, muchas ciudades se plantean como estrategia replicar los viejos barrios y entornos urbanos en declive en *clusters* creativos, donde no se busca solamente la especialización sino la interacción dinámica entre los agentes y procesos que

¹⁷⁴ Entrevista número 24.

¹⁷⁵ Entrevista número 15.

influyen en el mercado, en la producción de innovaciones y en la consolidación de las oportunidades –sociales y productivas- que brinda la economía cultural; este es el caso de Buenos Aires Creativa, una iniciativa del consistorio de la ciudad, que realiza un abordaje integral, especializando infraestructuras del territorio a cada uno de los subsectores prioritarios, incidiendo con ello también en la mejora del tejido económico, social y cultural de los barrios, posibilitando dinámicas de clúster (véase el apartado Experiencias específicas por países del Capítulo 4). Otra estrategia consiste en rehabilitar y revitalizar los centros históricos; así lo ha llevado a cabo Alcalá de Henares (España), ciudad Patrimonio de la Humanidad desde 1998, a través del Plan Especial de Rehabilitación de la Manzana de los Cuarteles, para su habilitación como gran complejo educativo y cultural (el denominado Oxford universitario de Madrid).¹⁷⁶

Uno de los motores y buques insignia de estos proyectos implica la creación o acondicionamiento de estructuras culturales atemporales, que son espacios (formativos, archivísticos, de animación, etc.) asociados a los servicios culturales más representativos de un país (festivales, ferias, encuentros, etc.). Su existencia trasciende la realización de la propia actividad conocida, de manera que pueden servir de cimiento para el desarrollo de la industria cultural panameña y la mejora de la dotación de servicios e infraestructuras para el desarrollo de proyectos de emprendimiento cultural.

Félix Manito, director de la Fundación Kreanta, desarrolla esta idea al exponer que *“mientras las fiestas suelen tener una repercusión positiva en la cohesión social del municipio, los festivales corren el peligro de tener un impacto muy puntual en el desarrollo. Mientras se realizan fuertes inversiones por parte de las administraciones públicas, en la que la administración local suele estar respaldada por los entes regionales y estatales, las repercusiones económicas suelen recaer en las empresas ligadas al turismo (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, etc.) y aunque pueden suponer un crecimiento del empleo, éste suele ser temporal. Se han desarrollado mecanismos para que los festivales no sean meramente un producto del marketing turístico y que su efecto se mantenga en el tiempo en las ciudades que los organizan. Según la OCDE, uno de los mecanismos que mejor funcionan son la creación de estructuras de formación, archivo o animación relacionadas con la temática del festival y que subsistan a lo largo del año”* (Manito, 2006).

En este contexto, sería interesante visualizar un programa que contemple -retomando por ejemplo el testigo del proyecto llevado a cabo en el Casco Viejo- los siguientes elementos: el aprovechamiento de edificios públicos no utilizados, que podrían ser reciclados y destinados a instalar en ellos emprendimientos creativos vinculados al área cultural; la facilitación del acceso a espacios de creación, de participación y de interrelación para que creadores/as y artistas puedan poner en marcha sus iniciativas culturales; la creación de infraestructuras de orientación, promoción y acogimiento de creadores/as y sus obras; y también la promoción de la hibridación entre disciplinas culturales, por ejemplo, diseñadores y artesanos, músicos de diversas tendencias, etc., de manera que se puedan crear productos culturales nuevos surgidos del encuentro y de la permeabilidad.

Estrategias y acciones para la ampliación del mercado local y turístico

El emprendimiento cultural resulta muy difícil de promover, desarrollar y consolidar cuando el mercado cultural es pequeño y, por lo tanto, encontrar un espacio para cada creador/a resulta

¹⁷⁶ http://www.kreanta.org/ambito_08/industrias_culturales.php

una tarea compleja, a menudo más competitiva que creativa. El desarrollo del mercado exige una demanda y una oferta cultural fuertes, que incorporen a la población local y también a la extranjera, y que abarquen no solo el territorio propio sino que alcancen una dimensión internacional. Existe una conciencia clara de que el mercado cultural panameño es de un tamaño menor, pero con potencialidad de crecer como factor prioritario para el desarrollo económico, a través de su expansión local e internacional. *“Debemos crear la necesidad para luego poder tener beneficios del desarrollo económico. Hasta que la gente no sienta la necesidad de entusiasmarse por la cultura será muy difícil el consumo (...) El reto: despertar la curiosidad por la cultura en Panamá”*¹⁷⁷

A nivel local, la expansión del mercado se podría abordar desde diversas perspectivas. Ya he puesto de manifiesto que la escuela -entendida en un sentido amplio, no sólo la básica- tiene un papel esencial, porque es el canal para mejorar y extender el nivel educativo general de la población y su nivel cultural; por tanto, también habría que entenderla como un gran mercado potencial. *“No existe la base cultural que genere demanda cultural (...) La creación de mercado pasa por “educar” al mercado”*.¹⁷⁸ Pero además, como también he indicado ya, la escuela puede constituirse en el espacio de fomento de las disciplinas artísticas y de reconocimiento del arte como una salida profesional y emprendedora, lo que puede generar una mayor participación de la población en la cultura y una mayor conciencia de creación y de consumo cultural. Este papel de la escuela podría potenciarse con la colaboración de organizaciones que promuevan la cultura y particularmente el emprendimiento en ella, de manera que se facilite el contacto, participación e intercambio entre la población y los principales actores del ecosistema cultural.

*“La educación y la difusión son importantísimas para el desarrollo. Por medio de la educación, apoyar la facultad de artes visuales, para que los profesores se actualicen, se entrenen y estén al día tanto con el oficio del arte más tradicional, como con las nuevas tecnologías y manifestaciones.”*¹⁷⁹

Además, el acceso desigual ha sesgado la oferta cultural, limitando la participación de las clases populares no solo en términos de precio, sino también de contenidos culturales, lo que ha llevado a una baja inclusión, en términos económicos y sobre todo simbólicos, de una parte importante de la población. *“Hay que empezar por la cultura de barrio: no se puede empezar por raíces cuadradas cuando aún no se sabe sumar.”*¹⁸⁰ La diversidad cultural de la que es tan rica Panamá requiere una participación de toda la población, tanto en la manifestación artística, como en el consumo de lo creado, para que alcance su máxima expresión. Por ello, la incorporación de una mayor proporción de la población panameña al mercado cultural, no sólo ofrecería mayores oportunidades de crear y ampliar el mosaico identitario, sino también nuevas oportunidades y espacios para que las y los creadores encuentren su lugar, y más grupos sociales a los que dirigirse para responder a sus demandas culturales. El papel del Municipio de Panamá durante la actual administración está siendo, en ese sentido, ejemplar.

En esta misma línea de dar a conocer, difundir y participar de la cultura se encontraría la clave para apreciar lo propio. *“No valoro porque no conozco. No conozco porque nadie me lo ha enseñado. No participo porque no me reconozco ahí.”*¹⁸⁰ Adquirir conciencia de lo propio va de la mano de conocer la cultura, de participar en la cultura, ya sea en su faceta de crear o de

¹⁷⁷ Entrevista número 28.

¹⁷⁸ Entrevista número 15.

¹⁷⁹ Entrevista número 35.

¹⁸⁰ Entrevista número 35.

disfrutar de lo creado, y de acceder de forma asequible económicamente a la cultura. Y ello, como es lógico, genera y ensancha el mercado.

Para potenciar el conocimiento y el papel de la cultura en el ámbito de lo local sería de relevancia organizar actividades para llegar a la población y hacerla partícipe. Un espacio donde focalizar esfuerzos en este sentido son las escuelas, con la colaboración de los diferentes actores del mundo cultural (creadores/as y artistas, organizaciones que promueven la cultura, asociaciones culturales, el gobierno y las instituciones públicas, etc.), para enseñar, dar a conocer y difundir, entre la población de Panamá desde su infancia y en adelante, la cultura en todas sus manifestaciones y las posibilidades del arte y la cultura como una profesión, y particularmente del emprendimiento cultural; de hecho, habría que ponerle mucha creatividad y atractivo a estas actividades, considerando el papel crucial que podría desempeñar el cuerpo de docentes como canales y multiplicadores de una nueva visión. En esta línea también ayudaría la organización de talleres creativos, concursos de ideas sobre emprendimiento cultural, foros de debate sobre intercambio de experiencias, para incorporar de forma más activa a la mayoría de la población en los procesos culturales, con el fin de que se sientan parte de la creación y la cultura (oferta) y, en última instancia, se conviertan en mayores consumidores de cultura (demanda).

Otras iniciativas que también contribuirían a participar y disfrutar de la cultura en el ámbito local serían: a) seguir promocionando espacios asequibles económicamente al público en general (desconcentrando a su vez una oferta muy centrada en la capital), para facilitar el acceso a la oferta cultural existente y para que los artistas den a conocer también su obra; como espacios para ver exposiciones, visualizar películas, realizar obras de teatro, interpretar grupos musicales y otros; de hecho, el papel del sector público y la empresa privada es fundamental para producir impactos apreciables en esta dirección; b) el fomento de la “cultura de barrio”, en donde las comunidades se puedan reconocer, participar activamente y consumir productos culturales propios, tal y como ya viene haciendo la Gerencia de Cultura de la Alcaldía de Panamá; c) la creación de una necesidad de consumo cultural variado desde la infancia. Esta acción se puede centralizar en el caso de niños y niñas en la escuela y el barrio, con actividades culturales muy participativas, porque son los lugares donde pasan la mayor parte de su tiempo, e ir ampliándola a otros espacios de relación social en las que participen jóvenes y/o adultos; nuevamente aquí, una cooperación estrecha con los entornos locales resultaría fundamental; d) la planificación y la divulgación de la programación cultural y artística que se realiza en el país de forma periódica, que permita que los consumidores sepan qué opciones tendrán a corto, medio y largo plazo; al respecto, cabe destacar la labor que realizan algunos emprendedores culturales para divulgar la oferta mediante boletines y revistas, en formato físico y digital; y e) diseño y puesta en marcha de productos agregados y acontecimientos que visibilicen de manera conjunta la fuerza de la cultura y de sus economías; por ejemplo, la Noche en Blanco que se hace en muchas ciudades europeas con la participación de una amplia gama de instituciones y empresas (para visitar museos, ir al teatro o al cine de forma gratuita o a precios muy reducidos, disfrutar de conciertos en la calle o en espacios cerrados, visualizar arte digital) sería muy interesante de cara a su conversión en un evento anual en Panamá. Pensarlo como actividad colaborativa, por ejemplo, con quienes lideran los distintos festivales que se llevan a cabo en el país, sumando museos, salas de teatro, sedes de empresas, fundaciones, municipio, etc., con la idea de realizar un evento interdisciplinar e intercultural que ocupe la ciudad, podría resultar una iniciativa de éxito.

Otro de los factores que sería oportuno potenciar para expandir el mercado cultural de Panamá, es promover la vinculación entre la industria turística y la cultura, en un doble sentido: a partir del fortalecimiento del turismo cultural y de la cultura del turismo, de manera que Panamá se convirtiera en un destino turístico cultural. Por una parte, como he indicado anteriormente, se trataría de poner en valor el patrimonio y promover el turismo cultural, no sólo el patrimonio histórico y natural, sino también del resto de las manifestaciones culturales. Y por otra parte, que la cultura se convirtiera en parte de la oferta turística, esto es, que las y los turistas se convirtieran en un mercado más para la cultura, de manera que pudieran ir a conciertos, al cine, a exposiciones u otras manifestaciones culturales como parte de la oferta turística habitual que se les ofrezca, además de comprar artesanías, música de autor o películas exponentes del cine panameño. La amplia y diversa gama de festivales (música, cine, teatro, literatura, gastronomía...) que se celebran cada año en el país posibilita pensar en la creación de un potente circuito turístico cultural en Panamá, posicionado desde la Autoridad de Turismo (algo que actualmente no sucede en absoluto). A ello habría que añadir que Panamá se ha convertido en los últimos años en un atractor de residentes extranjeros de alto nivel adquisitivo, que tienen otros hábitos y preferencias, pero también constituyen una población que demanda cultura y productos de mayor calidad.

El emprendimiento cultural encuentra en el desarrollo del binomio industria turística-cultura, oportunidad que este nicho del mercado turístico abre para dar espacio a más productos culturales, pero también importantes retos, relacionados con la calidad y la profesionalización de la cultura y sus manifestaciones. Especialmente en el caso de la producción cultural, el emprendimiento, desde el principio, habría de apostar por la mejora de la calidad de los productos y servicios y la profesionalización de las actividades culturales, para poner en valor los productos propios y que se aprecie mejor la cultura panameña por parte de los consumidores extranjeros.

“El turismo en Panamá está demandando mano de obra cultural. Porque los visitantes llegan al país “a lo silvestre”. Nadie explica ni interpreta nada sobre la historia o las identidades panameñas. Hay barrios en ciudad de México que están organizados para que tú salgas de ellos “absorbido por la mejicanidad”. No hay nada parecido en Panamá, ningún espacio que te permita verte absorbido por la panameñidad. Y esto representa, al mismo tiempo, un déficit y una oportunidad.

*Esa panameñidad no debe entenderse desde una perspectiva homogeneizadora tampoco. Es necesario que los residentes y visitantes se identifiquen con identidades culturales diferenciadas porque eso es lo que le da valor y convierte en una experiencia irreplicable el hecho de estar en Colón o en Darién respecto a visitar Chiriquí, las provincias centrales o la capital. Cada territorio debe también potenciar sus propias manifestaciones, eso crea valor tanto a las comunidades como al turismo”.*¹⁸¹

En el logro de este objetivo tendrían un importante papel iniciativas como: la creación de un foro para promover la cultura en el turismo, que facilite la interlocución, participación y colaboración entre los diversos actores de la cultura y el turismo (artistas y creadores/as, asociaciones y organizaciones culturales, promotores, inversores, empresas y autoridades turísticas, autoridades locales y nacionales, comunidades, etc.), con el fin de sensibilizar a todos los agentes sobre el papel de la cultura como bien turístico; identificar nichos de mercado para

¹⁸¹ Entrevista número 34.

la oferta cultural turística; desarrollar una oferta cultural orientada al turismo (o simplemente poner en valor la que ya existe); promover las culturas panameñas (rompiendo la falsa idea de una única cultura) a través del turismo, etc. También la mejora de la calidad, la innovación y los canales de comercialización (tiendas y comercio online) de los productos culturales con identidad que son escaparate del país para el turismo, para generar un mercado más estable y extenso; la promoción de iniciativas turísticas centradas en la cultura y de alcance nacional, como la creación de redes de museos con precios únicos, de bonos/tarjetas con precios asequibles para visitar el patrimonio histórico y natural por todo el país; la creación del circuito de festivales o la potenciación de emprendimientos turísticos con identidad cultural, que amplíen e innoven la oferta turística actual, más allá del alojamiento, con: gastronomía con identidad cultural, rutas con diversas opciones de actividad segmentadas según tipo de turista, etc.¹⁸²

En todo caso, reitero una idea central a retener aquí para cerrar este punto: la actividad, oferta, demanda y mercado cultural del país solo podrán configurarse de manera ambiciosa y sostenible si el sector público asume el papel clave que le corresponde. Esa es una lección aprendida a nivel internacional y Panamá no es la excepción.

Internacionalización

Un tercer factor para impulsar el mercado cultural es la internacionalización de los productos y los procesos culturales. El mercado internacional ofrece potencial a algunos productos culturales, que todavía está sin desarrollar. *“Más de 2/3 de los contenidos que consumimos en América Latina (AL) son exportados y en idioma inglés 2/4, y somos 600 millones de latinoamericanos, es decir, 390 millones hablan español y 210 millones portugués (dos lenguas mutuamente inteligibles). Sin duda que es un mercado desatendido que debemos recuperar a favor de la música, cine y literatura de nuestra región”* (Santiago Creativo, CORFO, ACTI, 2015).

La internacionalización de la cultura a escala micro contaría con un inestimable impulso de la mano de iniciativas orientadas a: la proyección de las propuestas culturales dentro de las empresas y organismos internacionales ubicados en Panamá, de manera que se promocionen entre sus trabajadores de una manera directa y en sus países de origen de una manera indirecta a través de estos; la capacitación y asistencia especializada para la internacionalización, mediante procesos formativos que posibiliten un mejor conocimiento de las oportunidades y reglas del juego, acompañando asimismo las iniciativas; la creación de una marca común que sirva de paraguas a los productos culturales panameños con identidad, o incluso en el marco de productos culturales y artesanales realizados por las creadoras/es indígenas. *“Se sugiere avanzar hacia la creación de una “marca paraguas” de los productos culturales de cada pueblo originario”*.¹⁸³; el estímulo del uso de las redes sociales y de Internet como medios de comunicación y marketing de iniciativas culturales en el extranjero, conectando con las plataformas internacionales de comercio electrónico de productos culturales; el fortalecimiento de la asociatividad en la industria para convertirse en una herramienta de concientización que ayude a reducir los costes de creación y producción, y de entrada a las redes internacionales de

¹⁸² Conclusiones del Taller “Identificación de Desafíos y Oportunidades para el Emprendimiento de Mujeres Indígenas (turismo y artesanía)”, celebrado en el marco del Foro “Autonomía Económica de las mujeres indígenas en el siglo XXI, el reto a nuestro alcance”. Panamá, 28-29 de septiembre de 2017.

¹⁸³ Conclusiones del Taller “Identificación de Desafíos y Oportunidades para el Emprendimiento de Mujeres Indígenas (turismo y artesanía)”, celebrado en el marco del Foro “Autonomía Económica de las mujeres indígenas en el siglo XXI, el reto a nuestro alcance”. Panamá, 28-29 de septiembre de 2017.

distribución y promoción; la creación de plataformas y agrupaciones que puedan apoyar con mayor eficacia a la internacionalización y a las exportaciones culturales y la apertura de mercados extranjeros; el apoyo a la participación en festivales, ferias, misiones comerciales y otros acontecimientos relacionados con la exportación de productos y servicios culturales y creativos (véase el apartado de Productos culturales atemporales); la recogida de información sobre mercados objetivo, tendencias internacionales y sus normas y reglamentos, así como la situación competitiva y las preferencias de los consumidores internacionales; y también el fomento del contacto de emprendedores culturales y agentes culturales con entidades, instituciones y producciones internacionales, para ayudar a las iniciativas culturales en temas de financiación, promoción e internacionalización.

Gobernanza

Si hasta ahora he puesto el énfasis en qué se podría hacer para promover el emprendimiento cultural, es importante aludir a cómo hay que hacerlo. Puede suceder que se ponga en marcha un programa integral con un diseño impecable en todos los aspectos señalados, pero fracasar si la gestión, las relaciones institucionales, la coordinación, el liderazgo, en definitiva, la gobernanza del proyecto no es capaz de sacarlo adelante. Sirva de ilustración de esta cuestión el proyecto *Desarrollo de las industrias culturales en la ciudad de Panamá potenciando la zona del Casco Antiguo (2009-2012)*, cuya evaluación puso de manifiesto una serie de carencias relativas a la gobernanza que obstaculizaron un resultado exitoso del mismo, pero también extrajo unas lecciones aprendidas que sirven de referencia para las siguientes recomendaciones en esta materia.

Desde esta perspectiva, la gobernanza de los programas y proyectos tendría que contemplar: el liderazgo de las iniciativas a llevar a cabo, un liderazgo proactivo e incentivador de la participación del resto de las organizaciones e instituciones involucradas; también el establecimiento de mecanismos de coordinación, comunicación, consulta y decisión desde el principio del proyecto/programa, con la presencia y participación activa de los actores involucrados. Estos mecanismos (comisiones, comités, grupos de trabajo, etc.) han de tener unas reglas de funcionamiento ágiles y operativas, que faciliten el trabajo de sus miembros; y todo ello acompañado de la definición de criterios claros, consensuados y de fácil aplicación para la toma de decisiones.

Estos programas/proyectos deberían enmarcarse en una estrategia global y estar dotados de planes que orienten el propósito de las iniciativas. Por ejemplo, no tiene sentido lanzar convocatorias de emprendimiento cultural (capacitación, financiación, etc.) en el aire sino ordenadas en torno a objetivos sectoriales o multisectoriales previos que impulsen la creación de masa crítica encauzada hacia el logro de objetivos concretos y medibles. Esto es importante, por ejemplo, en relación al nuevo proyecto BID/INAC, que prevé intervenciones emprendedoras de puesta en valor de determinados sitios patrimoniales (Fuertes de Portobelo y San Lorenzo, Teatro Nacional, Museo Reina Torres de Araúz...); estas podrán aprovecharse en la medida en que se sepa con claridad a qué proyecto aportarán valor los emprendimientos que hay que impulsar y cómo establecerán sinergias entre sí.

Termino aquí este recorrido intenso por una temática que encontré llena de aristas y retos por doquier. Lo finalizo con gratitud por todo el aprendizaje que me procuró. Pero esperando, sobre

todo, que tenga alguna utilidad en la aportación de conocimiento e ideas para avanzar en un tema que considero crítico para el desarrollo del país. Un país que me vio nacer y que visito -y revisito constantemente- desde mi triple mirada de panameña, española y migrante comprometida con un desarrollo que todavía no he encontrado cómo nombrar, pero que cada vez voy sabiendo mejor en qué consiste.

7. Bibliografía

Publicaciones

- ACEMOGLU, D. y ROBINSON, J.A. (2012). *Por qué fracasan los países*. Editorial Deusto.
- ACHUGAR, H. (2000). "Desafíos económico–culturales de América Latina para pensar el futuro". En *Cultura y Desarrollo*, ORCALC.
- AGÁN, G. (2001). *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo*. Comisión Económica para América Latina y Caribe (CEPAL).
- ALIANZA GLOBAL (2006). *Comprender las Industrias Creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas*. UNESCO.
- ALONSO, J.A. (2012). "Calidad de las Instituciones y Responsabilidad Social Corporativa". En: Alonso, J.A. (2012). *La empresa en tiempos de cambio: la RSC y los negocios inclusivos*. Fundación Carolina.
- ANHEIER, H. (2009). *¿Cómo puede el sector cultural sobrevivir a la crisis financiera?* Publicación online: labforculture.org.
- ARIÑO, A. (1997). *Sociología de la cultura. La constitución simbólica de la sociedad*. Capítulo 4: "Las teorías de la cultura de masas" y Capítulo 5: "Las audiencias activas", pp. 147-21. Editorial Ariel, S.A. Barcelona.
- ARIÑO, A. (2009). *El movimiento open. La creación de un dominio público en la era digital*. Universidad de Valencia.
- ARIÑO, A. (2010). "¿Qué está cambiando en las prácticas culturales?" Sesión Plenaria 1 – Prácticas culturales y conocimiento de los públicos. Una mirada comparada internacional. *Jornadas Conocer los públicos de la cultura*. Barcelona 16-17/09/2010- Universidad de Barcelona.
- ARIÑO, A. y ROMERO J. (2016). *La secesión de los ricos*. Editorial Galaxia Guttenberg.
- ARIÑO, A. (s/f). *La concepción de la cultura*. Universitat de Valencia.
- ARJONA, G.E. (2011). *Derechos culturales en el mundo, Colombia y Bogotá. Guía virtual de las regulaciones internacionales, nacionales y distritales en materia de derechos culturales*. Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte de Colombia.
- ATP (2014). *Boletín Estadístico 2014*. Autoridad Turística de Panamá (ATP).
- BANCO MUNDIAL (1998). *Assessing aid: what works, what doesn't and why*. Oxford University Press.
- BANCO MUNDIAL (1999). *Culture and sustainable development: A framework for action*. Banco Mundial (BM).
- BANCO MUNDIAL (2015). *Informe sobre el desarrollo mundial 2015. Mente, sociedad y conducta, Panorama general*. Banco Mundial (BM).
- BARROWCLOUGH, D. y KOZUL-WRIGHT, Z. (2006). *Creative industries and developing countries: voice, choice and economic growth*. London: Routledge.
- BEDATE, A.M. y HERRERO, L.C. (2002). *Consumo cultural y desarrollo económico en España*. Departamento de Economía Aplicada, Escuela Universitaria de Estudios Empresariales. Universidad de Valladolid.
- BEDOYA, C.L. (2010). "Amartya Sen y el desarrollo humano". *Revista Nacional de la Investigación*. Memorias. Volumen 8, Número 13 / enero - junio 2010.
- BENJAMÍN, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Editorial Itaca.
- BERMEJO ET AL. (2010). "Menos es más: del desarrollo sostenible al decrecimiento sostenible". *Cuadernos de Trabajo de Hegoa*. Número 52, julio 2010.
- BID (2008a). *Industrias culturales basadas en redes distributivas*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

- BID (2008b). *Industrias culturales en la web 2.0*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- BID (2008c). *Industrias culturales en la web 2.0. Anexo. Estudio de buenas prácticas*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- BID (2009). *Desarrollo de las industrias culturales en la Ciudad de Panamá potenciando la zona del Casco Antiguo (PN-M1017). Memorando de Donantes*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- BID (2013). *La Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- BID (2017). *Apoyo para la conservación y gestión del Patrimonio Cultural y Natural (PN-L1146). Propuesta de préstamo*. Documento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Público, divulgación simultánea.
- BID, AECID (2009). *Cuentas Satélites de la Cultura. Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica*. Convenio Andrés Bello, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).
- BID, FEDRIANI, R. (2012). *Desarrollo de las industrias culturales en la Ciudad de Panamá potenciando la zona del Casco Antiguo. Cooperación técnica FOMIN (ATN/EM – 11299 -PN). Informe final de Evaluación intermedia*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- BID, VV.AA (2012). *Desarrollo de las industrias culturales en la Ciudad de Panamá. Potenciando la zona del casco antiguo" (pn-m1017). Memorando de Donantes*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- BID, INDESA (2017). *Industrias Creativas Culturales en Panamá: Diagnóstico del Sector y Relevancia Económica*. INDESA.
- BISSIO, R. (2012). *¿Cuánto mide su futuro?* Red del Tercer Mundo.
- BOISIER, S. (2001). "Desarrollo Local ¿De qué estamos hablando?". En Vázquez, A. y Madoery, O. (comp.) (2001). *Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*. Homo Sapiens Ed. Rosario.
- BOISIER, S. (2003). "Knowledge Society, Social Knowledge and Territorial Management", *Regional Development Studies* Vol. # 9, 2003/b, UNCRD. Citado en Boisier, S. (2004). *Desarrollo endógeno: ¿Para qué?, ¿Para quién?* (El humanismo en una interpretación contemporánea del desarrollo). *Primer Foro Mundial de Agencias de Desarrollo Local, Territorio, Economía y Gobernanza Local: Nuevas Miradas para Tiempos de Cambio*. Sevilla, 5-7 octubre de 2011.
- BORJA, J. (2011). "Claves para interpretar la ciudad después de la postmodernidad. El derecho a la ciudad en las regiones metropolitanas". En *Seminario Internacional Urbanismo Socialmente Responsable*. 24 y 25 de noviembre de 2011. León, Guanajuato, México.
- BOURDIEU, P. (1979). *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Grupo Santillana, 1988.
- BOURDIEU, P. (2005). *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Anagrama.
- BUITRAGO, F. y DUQUE, I. (2013). *La economía naranja. Una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- CABALLERO, R. (2007). *Producción, Coproducción e Intercambio de Cine entre España, América Latina y el Caribe*. Fundación Carolina.
- CAL, D. y MONTEJO, B. (2011). *Desarrollo endógeno especificidad e implementación de políticas de desarrollo en los territorios: Las Agencias de Desarrollo en Uruguay*. Universidad Nacional General San Martín (UNSAM) y Universidad Autónoma de Madrid (UAM).
- CALVO, A.M., MARTINELL A., LLABRÉS A.M., y VICARIO F. (2007). *Estrategia de Cultura y Desarrollo de la Cooperación Española*. Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación.
- CARRASCO, C. (2001). "La sostenibilidad de la vida ¿un asunto de mujeres?" *Revista Mientras Tanto*, N° 82, otoño-invierno 2001, Icaria Editorial, Barcelona.
- CARRASCO, S. (2006). *Medir la Cultura. Una tarea inacabada*. Periférica.
- CASALIS, A. (2009). *¿Qué es el desarrollo local y para qué sirve?* Centro de Estudios para el Desarrollo Local (CEDEL).

- CASAS, M.V. (2013). *Memorias del evento: Valoración de los procesos de creación artística y cultural en el marco de la acreditación de programas*. Ministerio de Educación Nacional. Felipe Rocha Gutiérrez.
- CASTELLANOS V.G. (2014). *Emprendedores Culturales ¡Sí hay recursos! ¿Dónde están y cómo se usan?* Ministerio de Cultura de Colombia.
- CASTELLS, M. (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. España: Alianza Editorial.
- CASTELLS, M. (2010). *Comunicación y poder*. España: Alianza Editorial.
- CASTILLO, O. (2006). *Reflexiones desarrollo local con equidad de género*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- CAUSA VERA, M.P. (Editora). (2008). *Valorización del trabajo doméstico no remunerado (Encuesta de uso del tiempo)*. Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM).
- CECEÑA, A.E. (2012). *Dominar la naturaleza o vivir bien: disyuntiva sistémica*. Observatorio Latinoamericano de Geopolítica.
- CENTRE FOR EUROPEAN ECONOMIC RESEARCH (ZEW); FRAUNHOFER INSTITUTE FOR SYSTEMS AND INNOVATION RESEARCH (ISI) (2014). *Monitoring of selected economic key data on the culture and creative industries 2013*. Federal Ministry for Economics Affairs and Energy.
- CEPAL (2015). *La nueva revolución digital. De la Internet del consumo a la Internet de la producción*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- CEPAL, EOI (2012). *Avanzar en la construcción de un espacio cultural compartido. Desarrollo de la carta cultural iberoamericana*. Comisión Económica para América Latina y Caribe (CEPAL), Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).
- CEPAL y OEI (2014). *Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica*. Comisión Económica para América Latina y Caribe (CEPAL), Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).
- CERC de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano y Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2012). *Los Estados de la Cultura. Estudio sobre la institucionalidad cultural pública de los países del SICSUR*. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (Chile).
- CERLALC (2014). *El libro en cifras. Boletín estadístico del libro en Iberoamérica*. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), UNESCO. 2014.
- CERLALC (2016). *El libro en cifras. Boletín estadístico del libro en Iberoamérica*. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), UNESCO. 2016.
- CGLU (2004). *Agenda 21 de la cultura*. Institut de Cultura del Ajuntament de Barcelona y Ciudades y Gobiernos Locales Unidos.
- CGLU (2006). *Indicadores culturales y Agenda 21 de la cultura*. Institut de Cultura del Ajuntament de Barcelona y Ciudades y Gobiernos Locales Unidos.
- CGLU (2007). *Consejos sobre la implementación local de la Agenda 21 de la cultura*. Institut de Cultura del Ajuntament de Barcelona y Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU).
- CGLU (2010). *La cultura es el cuarto pilar del desarrollo sostenible. Documento de Orientación Política de México (2do borrador)*. Comisión de Cultura y el Secretariado Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU).
- CIDI (2004). *Lugar que ocupa la cultura en los procesos de desarrollo social e integración económica en el Hemisferio*. Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI).
- CIUDAD DEL SABER (2009). *Concurso de empresas de base cultural*. Ciudad del Saber.
- CNCA (2012). *Cultura y Economía I*. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile (CNCA).
- CNCA (2014). *Mapeo de las Industrias Creativas en Chile, caracterización y dimensionamiento*. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile (CNCA).
- COMISIÓN EUROPEA (2006). *Economía y empleo en la cultura*. Comisión Europea (CE).
- COMISIÓN EUROPEA (2010). *Libro Verde. Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas*. Comisión Europea (CE).

- COMISIÓN INTERAMERICANA DE CULTURA (2009). *La cultura en el desarrollo: una red interamericana de información. Estrategia de comunicación*. Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI).
- CONACULTA (2014). *Boletín Cuenta Satélite de Cultura de México 2008-2011*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México (CONACULTA).
- CONVENIO ANDRÉS BELLO, BID, AECID (2009). *Cuentas Satélites de la Cultura. Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica*. Convenio Andrés Bello, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).
- CORBETTA, S. (2009). "Territorio y educación. La escuela desde un enfoque de territorio de las políticas públicas". En López, N. (2009). *De relaciones, actores y territorios. Hacia nuevas políticas en la educación en América Latina*. UNESCO.
- CORREDOR, P. y BUSTAMANTE, E. (2012). Las industrias creativas en Europa. Revista TELOS.
- CRUZ, E. (2010). *Economía cultural para emprendedores perspectivas*. Universidad Autónoma de Madrid (UAM), Universidad Autónoma de Nuevo León, México (UANL).
- CULTURE 21 (2014). *Ciudades Piloto 2014*. Comisión Cultura de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU).
- DANE (2013). *Encuesta de consumo cultural 2012*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (DANE).
- DANE (2017). *Cuenta Satélite de Cultura 2005-2016p*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (DANE).
- DATANÁLISIS (2015). *Reporte Datanálisis. Centroamérica y el Caribe*. Publicación online: <http://www.datanalisis.com/1060/datareport-centroamerica-y-el-caribe/>
- DATANÁLISIS. TENDENCIAS DIGITALES (2016). *Uso de internet de Latinoamérica*. Publicación online: <http://tendenciasdigitales.com/evolucion-usos-de-internet-latam/>
- DURÁN, M.A. (2008). *La ciudad compartida, Conocimiento, afecto y uso*. Ediciones Sur (Chile).
- ENRED PANAMÁ (2015). *Empresarialidad femenina en Panamá: mujeres apropiándose de las oportunidades*. Centro de Innovación de Fundación Ciudad del Saber, Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).
- ENRED PANAMÁ (2016). *Emprendimiento cultural en Panamá: principales hallazgos*. Fundación Ciudad del Saber.
- EMAKUNDE y DIRECCIÓN DE COOPERACIÓN AL DESARROLLO DEL GOBIERNO VASCO (1998). *Guía metodológica para integrar la perspectiva de género en proyectos y programas de desarrollo*. Emakunde.
- ESCOBAR, A. (2010). *Una minga para el postdesarrollo: lugar, medio ambiente y movimientos sociales en las transformaciones globales*. Programa Democracia y Transformación Global.
- ESPINOSA, A., RUZ, G. y ALVIS, J. (2012). *Metodología para Emprendimientos Culturales en Clave de Desarrollo*. Ministerio de Cultura de Colombia.
- EUROSTAT (2011). *Cultural Statistics. Varios años*. European Union.
- FEDERAL MINISTRY FOR ECONOMICS AFFAIRS AND ENERGY (2016). *Monitoring Report 2016. Selected Economic Key Data on the Culture and Creative Industries*. Federal Ministry for Economics Affairs and Energy. The Federal Government (Germany).
- FEMP, Consultoría Grupo Xabide, Gestión Cultural y Comunicación Global (2009). *Guía para la evaluación de las políticas culturales locales*. Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).
- FICAAC (2005). *Indicadores Estadísticos para Políticas de Arte*. Federación Internacional de Consejos de Arte y Agencias Culturales (FICAAC).
- FIGUEROA, N. (2012). "El desarrollo y las políticas públicas". *Polis. Revista Latinoamericana* 33/2012.
- FLORIDA, R. (2009). *Las ciudades creativas*. Editorial Paidós.

- FLORIDA, R. (2010). *La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Editorial Paidós.
- FLORES, H. (2017). "La economía naranja, impacto, ciudades, Panamá". *Vitamina C: Foro Regional sobre industrias creativas y culturales*. BID, Fundación Ciudad del Saber. Panamá, 29 de marzo de 2017.
- FOMIN (2012). *Reporte de estado del proyecto. Julio 2012-Diciembre 2012. Desarrollo Industrias Culturales en Ciudad de Panamá Potenciando Casco Antiguo*. Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).
- FOUCAULT, M. (1966). *Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas*. Siglo XXI Editores Argentina.
- FUNDACIÓN DIRECTA (2006). *Clusters culturales*. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- FUNDACIÓN ELLEN MAC ARTHUR (s/f). *Hacia una economía circular: motivos económicos para una transición acelerada*. Fundación Ellen MacArthur.
- FUNDACIÓN IDEAS (2012). *Las industrias culturales y creativas, un sector clave de la nueva economía*. Fundación IDEAS.
- FUNDACIÓN SANTIAGO CREATIVO (2018). *Pensando el futuro de la economía creativa de Chile*. Fundación Santiago Creativo para el Desarrollo de la Economía y la Industria Creativa de Chile.
- GARCÍA, J. y LÓPEZ, J.M. (2011). "La economía social y solidaria en el desarrollo de los territorios, comunidades y personas: la riqueza de la complejidad". En *Economía social, democrática, solidaria. Documentos temáticos: aportaciones para la reflexión y el debate. Primer Foro Mundial de Agencias de Desarrollo Local, Territorio, Economía y Gobernanza Local: Nuevas Miradas para Tiempos de Cambio*. Sevilla, 5-7 octubre de 2011.
- GARCÍA J. y ROJO, F. *Industrias Culturales. Desarrollo sostenible de las industrias culturales en América Latina y Caribe*. Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).
- GEM (2009). *GEM Panama 2009 Report*. Global Entrepreneurship Monitor (GEM).
- GEM (2013). *GEM Panama 2013 Report*. Global Entrepreneurship Monitor (GEM).
- GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE PANAMÁ (2014). *Plan Estratégico de Gobierno 2015-2019. Un solo país*. Gobierno de la República de Panamá.
- GONZÁLEZ, A. y LÓPEZ-CALVA, L.F. *Desarrollo local: definiciones*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- GOUGH, I. (2008). "El enfoque de las capacidades de M. Nussbaum: un análisis comparado con nuestra teoría de las necesidades humanas". *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, nº 100, CIP-Ecosocial/Icaria, invierno 2007/08.
- GROISMAN, F. y DAMONTE, A.M. (2007). *Cuenta satélite de cultura. Primeros pasos hacia su construcción en el Mercosur Cultural*. Mercosur cultural, Cultura Nación, Suma Cultura, Secretaría de Cultura de Argentina.
- GUDYNAS, E. y ACOSTA, A. (2011). "La renovación de la crítica al desarrollo y el buen vivir como alternativa. Utopía y Praxis Latinoamericana". Año 16. Nº 53 (Abril-Junio, 2011) P.82. *Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social*. CESA – FCES – Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela.
- GÜELL, P.E. (1998). "Subjetividad social y Desarrollo Humano: desafíos para el nuevo siglo". *Jornadas de Desarrollo y Reconstrucción Global*. SID/PNUD, Barcelona, Noviembre, 1998.
- HABERMAS, J. (1987). *La teoría de la acción comunicativa*. Taurus, Madrid.
- HELMUT, A. (2009). *¿Cómo puede el sector cultural sobrevivir a la crisis financiera?* LabforCulture.
- HERNÁNDEZ, E. (2010). *Economía y empleo en la Cultura*. Junta de Andalucía.
- HERRERO, L.C. (2011). "La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional". *Investigaciones regionales - Journal of Regional Research*, Nº. 19, 2011, pp. 177-204.
- HESMONDHALGH, D. and PRATT, A.C. (2005). "Cultural industries and cultural policy". *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 11, No. 1, pp. 1-14.

- HORKHEIMER, M. y ADORNO, T.W. (1994). "Dialéctica de la Ilustración". *Fragmentos filosóficos*. Editorial Trotta. Colección Estructuras y Procesos. Serie Filosofía. Introducción y traducción de Juan José Sánchez.
- HUANACUNI, F. (2010). *Buen Vivir / Vivir Bien. Filosofía, políticas, estrategias y experiencias regionales andinas*. Coordinadora Andina de Organizaciones Indígenas (CAOI).
- IFFACA, CULTURE 21, FICDC, CULTURE ACTION EUROPE (2014). *Un objetivo "cultura" en la agenda de desarrollo post-2015*. IFFACA, Culture 21, FICDC, Culture Action Europe.
- IFPI (2015). *Recording Industry in Numbers*. IFPI.
- INAC (1997). *Política cultural de la República de Panamá*. Instituto Nacional de Cultura de Panamá (INAC).
- INAC (2014). *Boletín Estadístico 2014*. Dirección de Planificación y Presupuesto, Departamento de Planificación y Desarrollo Institucional, Instituto Nacional de Cultura de Panamá (INAC).
- INAC (2015a). *Informe de actividades (Primer Semestre 2014)*. Instituto Nacional de Cultura de Panamá (INAC).
- INAC (2015b). *Indicadores Culturales - Conoce a tu usuario: Encuesta a Público del Teatro Nacional*. Instituto Nacional de Cultura de Panamá (INAC).
- INAC (2017). *Informe Programa Identidad Cultural 2017*. Dirección de Planificación y Presupuesto, Departamento de Planificación, Instituto Nacional de Cultura de Panamá (INAC).
- INEC (2009). *Directorio de Empresas y Locales de Actividades Económicas 2009*. Instituto Nacional de Estadística y Censo de Panamá (INEC).
- INEC (2010a). *Censo de Población y Vivienda de Panamá 2010*. Instituto Nacional de Estadística y Censo de Panamá (INEC).
- INEC (2010b). *Diagnóstico de la Población Indígena de Panamá con base en los Censos de Población y Vivienda de 2010*.
- INEC (2014). *Encuesta de Mercado Laboral 2014*. Instituto Nacional de Estadística y Censo de Panamá (INEC).
- INEC (2015). *Publicaciones en diversas áreas: Comunicaciones, Estadísticas del Trabajo, Educación, 2015*. Instituto Nacional de Estadística y Censo de Panamá (INEC).
- INEC (2017). *Panamá en Cifras 2012-2016*. Instituto Nacional de Estadística y Censo de Panamá (INEC).
- INEGI (2017). *Principales resultados de la Cuenta Satélite de la Cultura de México 2015 y 2016p*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (INEGI).
- INTRACORP (s/f). *Reinventando el Modelo Económico de Panamá*. INTRACORP Estrategias Empresariales.
- ITAÚ CULTURAL (2008). *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. Ana Carla Fonseca: organización. Itaú Cultural.
- IZQUIERDO, M.J. (2007). "Estructura y acción en la violencia de género". En *Violencia deliberada. Las raíces de la violencia patriarcal*. María José Molas Font (Ed). Icaria Editorial.
- JENKINS, H. (2006). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Editorial Paidós.
- KANTER, R.M. (1999). *Las nuevas fronteras del management*. Editorial Paidós.
- KHANNA, P. (2010). *En la ciudad sin límites*. Foreign Policy.
- LABORATORIO DE INDUSTRIAS CULTURALES (2006). *La medición de la estrategia cultural en la Argentina*. Laboratorio de Industrias Culturales.
- LACAYO, F.J. (2013). "Cultura y desarrollo, un nuevo paradigma". *Ceremonia de Investidura, como Doctor Honoris Causa*. Universidad Nacional Autónoma. León, Nicaragua, 24 de mayo 2013.
- LARRAÑAGA, M. y JUBETO, Y. (2011). "El desarrollo humano local: aportes desde la equidad de género". *Cuadernos de Hegoa*, número 56.

- LARRAÑAGA, M. y JUBETO, Y. (2011). *La cooperación y el desarrollo humano local. Retos desde la equidad de género y la participación social*. Universidad del País Vasco, UPV/EHU.
- LEWIS, J. (1991). *El pulpo ideológico. Una exploración de la televisión y la audiencia*. Routledge.
- LÓPEZ, ZML. (2016). *Los Ecosistemas de Emprendimiento como parte de la Estrategia de Desarrollo de una Región*. Repositorio Institucional Universidad EAFIT, Colombia. Publicación online: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11496/ZairaMeiling_LopezAgudelo_2016.pdf?sequence=2
- LÓPEZ, O. y AMAYA, S. (2006). *Panorama de las industrias culturales en Latinoamérica: dimensiones económicas y sociales de las industrias culturales*. Convenio Andrés Bello.
- LUZ, R.L. y VILLARROYA, A. (2009). "Políticas de apoyo a las empresas culturales en España". *Boletín Gestión Cultural*, N° 18, Junio 2009.
- MAGARIÑOS, C. (2002). *Desarrollo Institucional y Crecimiento de la productividad*. Universidad de Bolonia (Italia).
- MANITO, F. (2006). *Cultura y estrategia de ciudad. La centralidad del sector cultural en la agenda local*. Centro Iberoamericano de Desarrollo Estratégico Urbano (CIDEU).
- MANITO, F. (2012). *Ciudades Creativas Kreanta*. Fundación Kreanta.
- MARTEL, F. (2011). *La cultura mainstream: cómo nacen los fenómenos de masas*. Taurus.
- MARTINELL, A. (2010). "Las aportaciones de la cultura al desarrollo y a la lucha contra la pobreza". En *Cultura y desarrollo, un compromiso para la libertad y el bienestar*. Fundación Carolina - Siglo XXI.
- MARTINELL, A. (2012). *Las relaciones entre cultura y desarrollo en el contexto actual*. Laboratorio de Investigación e Innovación en Cultura y Desarrollo.
- MASSOLO, A. (2007). "El género en el desarrollo local: ¿igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres?". *II Encuentro Internacional Retos del desarrollo local*. OFIS, Cuenca, Ecuador, 20-23 de noviembre de 2007.
- MCDONALD, D. (1979). "Masscult y Midcult". En Bell, D. et al., *Industria cultural y sociedad de masas*. Monte Ávila Editores, Caracas.
- MCGUIGAN, J. (2010). "Creative labour, cultural work and individualisation". *International Journal of Cultural Policy*, Volume 16 (3), pp. 323-335
- MEENTZEN, A. (2001). *Estrategias de desarrollo culturalmente adecuadas para mujeres indígenas*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Versión preliminar.
- MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA (2010). *Manual de Emprendimiento Cultural. Manual para la implementación de procesos de emprendimiento y creación de industrias culturales*. Ministerio de Cultura de Colombia.
- MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA (2013a). *Documento metodológico del avance de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC) 2005 – 2010*. Ministerio de Cultura de Colombia.
- MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA (2013b). *Herramientas para la gestión cultural pública*. Ministerio de Cultura de Colombia.
- MINISTERIO DE CULTURA DE ESPAÑA (2006). *Economía y empleo en la cultura*. Ministerio de Cultura de España.
- MINISTERIO DE CULTURA Y JUVENTUD DE COSTA RICA (2014a). *Encuesta Nacional de Cultura 2013. Principales resultados*. Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica.
- MINISTERIO DE CULTURA Y JUVENTUD DE COSTA RICA (2014b). *Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica. Sector educación cultural, artística y sector diseño. Período 2010-2012*. Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS DE PANAMÁ (2010). *Atlas Social de Panamá. Principales características socioeconómicas de la población afrodescendiente*. Ministerio de Economía y Finanzas de Panamá.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS DE PANAMÁ (2017). *Balance Económico de Panamá del 2017 y Perspectivas para 2018*. Ministerio de Economía y Finanzas de Panamá. Noviembre de 2017.

- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS, MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL, INEC (2017). *Índice de Pobreza Multidimensional de Panamá: Año 2017*. Ministerio de Economía y Finanzas, Ministerio de Desarrollo Social, Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) de Panamá.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE DE ESPAÑA (2016). *Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas 2016*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE DE ESPAÑA (2017a). *Anuario de Estadísticas Culturales 2017*. Subdirección General de Estadística y Estudios de la Secretaría General Técnica. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE DE ESPAÑA (2017b). *Cuenta Satélite de la Cultura en España. Avance de resultados 2010-2015. Base 2010*. Secretaría General Técnica, Subdirección General de Documentación y Publicaciones, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España.
- MOHANTY, C. (2008). "Bajo los ojos de Occidente: academia feminista y discursos coloniales". En Suárez, Liliana y Hernández, Rosalva (eds.), *Descolonizando el feminismo. Teorías y prácticas desde los márgenes*. Editorial Cátedra. p. 117-160.
- MONTE, D., KEIL, I.M. y SOETHE, J.R. (2011). *Estudios sobre Sistema de Desarrollo Local*. Instituto de Estudios para o Desenvolvimento Local de Itapuy. Escritos Editora.
- NACIONES UNIDAS (2014). *Informe Objetivos de Desarrollo del Milenio*. Naciones Unidas.
- NEUGOVSEN, G.D. (2011). "Desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas en la Ciudad de Panamá. Potenciando la zona del Casco Antiguo". En *Diseño de la Línea Base del proyecto*. BID, INAC, OCA, FOMIN y PNUD.
- NUSSBAUM, M. (2000). *Women and Human Development: The Capabilities Approach*. Cambridge University Press.
- OBSERVATORIO NACIONAL PARA LA EDUCACIÓN (s/f). *Emprendimiento por necesidad o por oportunidad*. Publicación online. Observatorio Laboral para la educación (s/f): <http://www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/w3-article-347901.html>
- OEI (2006). *XVI Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno. Carta Cultural Iberoamericana*. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).
- OEI (2014). *Encuesta Latinoamericana de hábitos y prácticas culturales 2013*. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).
- OFICINA MULTIPAÍS DE LA UNESCO PARA CENTROAMÉRICA Y MÉXICO (2015). *Representación para Costa Rica, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Panamá*. Oficina de la UNESCO para Centroamérica y México.
- OIM (2012). *Migración y Desarrollo*. Organización Internacional para las Migraciones (OIM). Publicación online: www.iom.int/jahia/Jahia/about-migration/developing-migration-policy/migration-dvlpment/lang/es
- OLMOS, H.A (2008). *Gestión cultural y desarrollo: claves del desarrollo*. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).
- OMPI (2014). *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the CopyrightBased Industries*. WIPO, Copyright Industries: Report No.1 (*Estudios nacionales sobre la evaluación de la contribución económica de las industrias basadas en los derechos de autor*. OMPI, Industrias de derechos de autor: informe n° 1). Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).
- ONU Mujeres (2017). *Mujeres en la Política 2007*. Organización de Naciones Unidas (ONU).
- ORTIZ, R. (1996). *Otro territorio*. Universidad de Quilma, Buenos Aires.
- OXFORD ECONOMICS (2014). *El impacto económico de las industrias creativas en las Américas*. OEA, BID y British Council.
- PAULI, G. (2011). *La economía azul*. Tusquets Editores.
- PECOURT, J. (2016). *Memoria de Oposición a Contratado Doctor*. Departamento de Sociología y Antropología Social. Universidad de Valencia. No publicada.

- PETERSON, R.A. (1992). "Understanding Audience Segmentation: From Elite and Popular to Omnivore and Univore". *Poetics* 21:243-258.
- PIEDRAS, E. (2004). *¿Cuánto vale la Cultura? Contribución Económica de las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor en México*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México (CONACULTA).
- PLEITEZ, W. (2012). "Qué significa tener una economía centrada en la gente". *Revista Humanum*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- PNUD (1990). *El Índice de Desarrollo Humano (IDH). Datos y estadísticas*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- PNUD (2004). *Informe sobre Desarrollo Humano 2004. La libertad cultural en el mundo diverso de hoy*. Ediciones Mundi-Prensa.
- PNUD (2010). *Economía creativa, Informe 2010: una opción factible de desarrollo*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- PNUD (2013). "Percepciones y autopercepciones de la población afropanameña: identidad y desarrollo". Una publicación del proyecto regional PNUD: *Población afrodescendiente de América Latina II*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- PNUD (2015). "Progreso multidimensional: bienestar más allá del ingreso- Resumen Ejecutivo", *Informe Regional sobre Desarrollo Humano para América Latina y el Caribe*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- PNUD (2016). *Informe Regional sobre Desarrollo Humano para América Latina y el Caribe. Progreso multidimensional: bienestar más allá del ingreso*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- PNUD, UNESCO (2013). *Informe sobre la economía creativa 2013. Edición especial. Ampliar los cauces de desarrollo local*. UNESCO.
- PNUMA (2012). *GEO5 Perspectivas de Medio Ambiente Mundial. Resumen para responsables de políticas*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).
- PODESTÁ, P. y HERNÁNDEZ, M.C. (2012). *Empresas de base cultural y creativa: identificación y clasificación de sus factores críticos de desempeño*. TEC empresarial.
- PORTIELES, J. (2011). "Cultura y Desarrollo Económico Local." *I Foro Mundial de Agencias de Desarrollo Local: Territorio, Economía y Gobernanza Local: Nuevas Miradas para Tiempos de Cambio*. Sevilla, 5-7 octubre de 2011.
- PRIETO DE PEDRO, J. (2002). *Cultura, economía y derecho, tres conceptos implicados*. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).
- PRINCE, A., JOLÍAS, L. y FINQUELIEVICH, S. (2011). *Un Modelo Analítico de Ciudades del Conocimiento en América Latina*. Universidad Nacional de Quilmes.
- PUNSET, E. (2011). *Excusas para no pensar*. Destino.
- QUARTESAN, A., ROMIS, M. y LANZAFAME, F. (2007). *Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- QUINTERO, V.M (2001). "Indicadores de gestión cultural". *Revista Gestión & Desarrollo*.
- RAWORTH, K. (2018a). *La economía rosquilla: siete maneras de pensar la economía del siglo XXI*. Paidós Ibérica.
- REPUTATION INSTITUTE (2015a). *Country Rep Trak*. Reputation Institute.
- REPUTATION INSTITUTE (2015b). *La Reputación de Panamá en el mundo: Country RepTrak@2015*. Reputation Institute.
- REY, G. (2009). *Industrias Culturales, Creatividad y Desarrollo*. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- RODRÍGUEZ, A. (2017). *Estudio sectorial de Educación. Identificación de Áreas de mayor prioridad e impacto para implementación de educación intercultural bilingüe en el marco del Proyecto de Desarrollo Integral de los Pueblos Indígenas de Panamá*. Ministerio de Gobierno.

- RODRÍGUEZ L. (2015). *Hacia una agenda de gestión del conocimiento en cultura para el desarrollo y economía creativa*. Ciudad del Saber, @transformatorio.
- RODRÍGUEZ, P. (2010). "Judith Butler: La lucha debe ser por una vida vivible". Ideas, *Revista Ñ de Cultura*. El Clarín.
- RODRÍGUEZ MORATÓ, A. y SANTANA ACUÑA, A. (2017). *La nueva sociología de las artes: una perspectiva hispanohablante y global*. Editorial Gedisa.
- SALLÉ, M.A. (2011). "Documento temático sobre igualdad de género". *Primer Foro Mundial de Agencias de Desarrollo Local: Territorio, Economía y Gobernanza Local: Nuevas Miradas para Tiempos de Cambio*. Sevilla, 5-7 octubre de 2011.
- SANDOVAL, N. (2000). *Las industrias culturales en América latina en el marco de las negociaciones de la OMC y del ALCA: opciones para la elaboración de una política cultural latinoamericana que favorezca el crecimiento y el desarrollo del sector cultural*. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).
- SANTIAGO CREATIVO, CORFO, ACTI (2015). *Prácticas de emprendimiento creativo y cultural en América Latina*. Santiago Creativo de CORFO, ACTI.
- SASSEN, S. (2010). *Territorio, Autoridad y Derechos, de los ensamblajes medievales a los ensamblajes globales*. Katz Editores.
- SAXBY, J. (2003). "Local ownership and development co-operation -the role of Northern civil society. An Issues Paper". CCIC/CIDA, *Dialogue on March 20/21*, 2003.
- SCHWAB, K. (2016). *La Cuarta Revolución Industrial*. Editorial Debate.
- SELA (2011). *Incentivo a las Industrias Culturales y Creativas en América Latina y el Caribe*. Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA).
- SEPSA (2016). *Desempeño sector agropecuario 2012-2015*. Área de Estudios Económicos e Información (AEEI), Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria de Costa Rica (SEPSA).
- SERNATUR (2014). *Turismo Cultural: Una oportunidad para el desarrollo local. Guía Metodológica*. Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR).
- SHIVA, V. (2006). *Manifiesto por los derechos de la tierra: justicia, sostenibilidad y paz*. Editorial Paidós.
- SICSUR (2012). *Los Estados de la Cultura. Estudio sobre la institucionalidad cultural pública de los países del SICSUR*. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (Chile).
- SKLIAR, C. (2012). *No tienen prisa las palabras*. Candaya (Barcelona).
- SOUSA SANTOS, B. (2010a). *Para descolonizar Occidente: más allá del pensamiento abismal*. CLACSO (Buenos Aires).
- SOUSA SANTOS, B. (2010b). *Descolonizar el saber, reinventar el poder*. Ediciones Trilce (Uruguay).
- STANZIOLA J. y VERNAZA M. (2017). *La industria de la música en Panamá*. Fundación Ciudad del Saber.
- SUBIRATS, J. (2010). *Políticas públicas e inclusión social. Factores territoriales y gobiernos locales*. Instituto de Gobierno y Políticas Públicas/UAB.
- THROSBY, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press. 2001
- TORTOSA, J.M. (2008). *Maldesarrollo y mal vivir. Pobreza y violencia a escala mundial*. Editorial Abya-Yala.
- UNCTAD (2008). *Informe sobre economía creativa 2008*. Organización de Naciones Unidas (ONU).
- UNESCO (1997). *Nuestra diversidad creativa*. UNESCO.
- UNESCO (2001). *Declaración Universal de la UNESCO sobre Diversidad Cultural*. UNESCO.
- UNESCO (2003). *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial 2003*. UNESCO.
- UNESCO (2005). *Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Resolución 15 aprobada por la Conferencia General en su 33ª reunión*. UNESCO.

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

- UNESCO (2009). *Marco de estadísticas culturales de la UNESCO. 2009*. UNESCO.
- UNESCO (2010a). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. UNESCO.
- UNESCO (2010b) *Informe Mundial de la UNESCO. Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*. UNESCO.
- UNESCO (2011). *Cultura y desarrollo. Informe de la Directora General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. UNESCO.
- UNESCO (2013). "Situar la cultura en el centro de las políticas de desarrollo sostenible." *Congreso Internacional UNESCO en Hangzhou. Cultura: Clave para el Desarrollo Sostenible*. Hangzhou China, 14-16 de mayo de 2013.
- UNESCO (2016a). *Cultura y Desarrollo. Plan de trabajo regional de cultura para América Latina y el Caribe. LAC-UNESCO 2016-2021. Agenda 2030*. UNESCO.
- UNESCO (2016b). *Cultura, Futuro Urbano. Informe mundial sobre la cultura para el desarrollo sostenible*. UNESCO.
- UNESCO, AECID (2011). *Batería de indicadores UNESCO en Cultura para el Desarrollo*. División de las Expresiones Culturales y las Industrias Creativas, UNESCO, AECID.
- UNIVERSIDAD CALDAS, UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA (2011). *Caracterización de fuentes de financiamiento para empresas culturales en el ámbito público, privado, nacional e internacional*. Ministerio de Cultura de Colombia.
- UNIVERSIDAD DE PANAMÁ (2000). *Lineamientos para una Política Cultural de la Universidad de Panamá*. Universidad de Panamá, Vicerrectoría de Extensión, Dirección de Cultura.
- UNIVERSIDAD DE PANAMÁ (2015). *Boletín Comparativo*. Universidad de Panamá.
- URIBE, R. y STEENKIST, R.M. (2008). *El Futuro del sector editorial en América Latina. Libro al Día*. CERLALC Informa.
- Varios Ponentes (2011). "Ciudades Creativas". (IV) jornadas Fundación Kreanta, Ciudades Creativas. Fundación Kreanta.
- VILLASEÑOR, C.J. (2013). "La cultura como conductora y promotora de cohesión e inclusión sociales." *Congreso Internacional UNESCO en Hangzhou. Cultura: Clave para el Desarrollo Sostenible*. Hangzhou China, 14-16 de mayo de 2013.
- VILLASEÑOR, C.J. (2014a). *Economía creativa y desarrollo cultural sostenible en el territorio. Proyecto Puesta en valor de la diversidad biocultural del territorio para la construcción de estrategias de desarrollo cultural en la región de Valparaíso*. RIMISP Centro Latinoamericano para el desarrollo rural.
- VILLASEÑOR, C.J. (2014b). *La economía creativa en la Alianza del Pacífico*. Publicación online: http://www.academia.edu/5970470/La_Econom%C3%ADa_Creativa_y_la_Alianza_del_Pac%C3%ADfico_febrero_del_2014
- VIÑA, A. (2013). *Emprendimiento cultural para la innovación, el desarrollo y la asociatividad*. Editorial Dartagnan S.A.S.
- VON BARGEN, G.B. (2017). *Proyecto de apoyo para la conservación y gestión del Patrimonio Cultural y Natural, PN-L1146. Análisis institucional y propuesta de esquema de ejecución*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- VV.AA (2006). *Arte y parte. Manual para el emprendimiento en artes e industrias creativas*. Ministerio de Cultura de Colombia.
- VV.AA (2010). *Construyendo la economía digital: La importancia de la defensa del empleo en las industrias creativas de la Unión Europea*. Tera Consultants.
- VV.AA (2011). CALICREA. *Una experiencia en emprendimiento creativo y cultural*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- VV.AA (2012a). *Cultura y desarrollo. Aplicación de Indicadores*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México.

- VV.AA (2012b). *Juventud y bono demográfico en Iberoamérica*. CEPAL, OIJ, UNFPA.
- WEF (2015). *The Global Competitiveness Report 2015-2016*. World Economic Forum (WEF).
- WEBER, M. (1922). *Economía y Sociedad*. Fondo de Cultura Económica.
- WILLIS, P. (1990). *Common culture symbolic work at play in the everyday cultures of the Young*. Open University Press.
- WIPO (2003) *Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el derecho de autor*. World Intellectual Property Organization (WIPO).
- WIPO (2009). *The Economic Contribution Of Copyright-Based Industries in Panama*. World Intellectual Property Organization (WIPO).
- WIPO (2014a). *WIPO Studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*. Overview. World Intellectual Property Organization (WIPO).
- WIPO (2014b). *Los resultados económicos de las industrias basadas en los derechos de autor*. World Intellectual Property Organization (WIPO).
- YZAGUIRRE (de) F. (2007). *Ciudades creativas. Industrias culturales y clúster de excelencia urbana: oportunidades de innovación para una ciudad*. Fundación Kreanta.
- ZAFFARONI, E. (2011). *La Pachamama y lo humano*. Ediciones Colihue.

Páginas web

Instituciones y organismos

AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AECID): <http://www.aecid.es>

AGENCIA NACIONAL DEL CINE (ANCINE) DE BRASIL: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/MPV/2228-1.htm

AGENDA 21 DE LA CULTURA. <http://www.agenda21culture.net/es>

ALCALDÍA DE PANAMÁ: <http://mupa.gob.pa>

AMPYME: <https://ampyme.gob.pa/>

ARCHIVO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DE CUBA (ARNAC): <http://www.arnac.cu/>

BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA (CAF): <http://www.caf.com/>

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (BID): <http://www.iadb.org/>

BANCO MUNDIAL (BM): <http://www.bancomundial.org/>

BIBLIOTECA NACIONAL DE CUBA: Biblioteca Nacional de Cuba: <http://www.bnjm.cu/>

CASA DE LAS AMÉRICAS: <http://www.casa.cult.cu/>

CENTRO NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR: <http://www.cenda.cult.cu/>

CENTRO NACIONAL DE LAS ARTES (CENART) de México: <http://www.cenart.gob.mx>

CENTRO REGIONAL PARA LA SALVAGUARDIA DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE AMÉRICA LATINA (CRESPIAL): <http://www.crespial.org/>

CONSEJO NACIONAL DEL CINE DE BOLIVIA (CONACINE): <http://www.conacinebolivia.com.bo/>

DERECHOS CULTURALES, CULTURA Y DESARROLLO: <http://www.culturalrights.net/es/documentos.php?c=14&p=161>

DICINE (Dirección General de Cine de Panamá): <http://dicine.gob.pa/videoteca/> .

DIRECCIÓN NACIONAL DE CULTURA (Ministerio de Educación y Cultura de Uruguay): <http://cultura.mec.gub.uy/>

FUNDACIÓN KREANTA: <http://www.kreanta.org>

INSTITUTO DE CULTURA DE PANAMÁ (INAC). <http://www.inac.gob.pa/>

INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA (IMCINE): <http://www.imcine.gob.mx/>

IPACOOOP (Instituto Panameño Autónomo Cooperativo): <http://www.ipacoop.gob.pa/new/>

MINISTERIO DE CULTURA DE ARGENTINA: <http://www.cultura.gob.ar>

MINISTERIO DE CULTURA DE BRASIL: <http://www.cultura.gov.br/>

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA: <http://www.mincultura.gov.co/Paginas/general.aspx>

MINISTERIO DE CULTURA DE CUBA: <http://www.min.cult.cu/>

MINISTERIO DE CULTURA DE PERÚ: <http://www.cultura.gob.pe/> /

MINISTERIO DE CULTURA Y JUVENTUD DE COSTA RICA: <http://www.mcj.go.cr/ministerio/>

MINISTERIO DE CULTURAS Y TURISMO DE BOLIVIA: (<http://www.minculturas.gob.bo/>)

MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES Y EL PATRIMONIO DE CHILE: <http://www.cultura.gob.cl/>

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA DE URUGUAY: <http://cultura.mec.gub.uy/>

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE DE ESPAÑA: <http://www.mecd.gob.es>

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

OEI. Cultura y desarrollo: http://www.oei.es/cultura/cultura_desarrollo.htm

SECRETARÍA DE CULTURA DE MÉXICO: <https://www.gob.mx/cultura>

SECRETARÍA GENERAL IBEROAMERICANA (SEGIB): <http://segib.org/>

SECRETARÍA NACIONAL DE CULTURA DE PARAGUAY: <http://www.cultura.gov.py/>

SENACYT: <http://www.senacyt.gob.pa/>

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

UNIÓN EUROPEA: <http://europa.eu/>

ZAMBRANO, M. (1995). Eloísa o la existencia de la mujer, en Elena Laurenzi, María Zambrano Nacer por sí misma, *Madrid, horas y HORAS*.

Organizaciones y programas

AGETECA: <http://www.agetec.org/ageteca/>

BARCELONA CULTURA: <http://lameva.barcelona.cat/barcelonacultura/es/>

BERLIN RESEARCH SYMPOSIUM ON CULTURE AND CREATIVE INDUSTRIES (October 2014): <http://www.berlinglobal.org/index.php?the-2014-berlin-research-symposium-on-culture-and-creative-industries>

BUENOS AIRES CREATIVA: <http://www.creativabuenaaires.com.ar/>

CANAL DE EMPRESARIAS DE FUNDACIÓN CIUDAD DEL SABER: <http://canalesempresarias.org>

CIUDADES CREATIVAS (Fundación Kreanta): http://www.kreanta.org/ciudades_creativas.php

2da. CONFERENCIA MUNDIAL SOBRE POLÍTICAS CULTURALES: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/outline>

CORREDOR CULTURAL DEL CARIBE: <http://www.corredorculturalcaribecr.com/>

CUBA LITERARIA: <http://www.cubaliteraria.cu/>

CUBACINE: <http://www.cubacine.cult.cu/>

CUBARTE: <http://www.cubarte.cu/>

CUENTA SATÉLITE DE LA CULTURA DE COSTA RICA: <http://cuentasatelitecultura.go.cr/>

CULTURAPERU: <http://culturaperu.org/>

CULT UP: <http://www.cultup.org/>

Decreto que reglamenta la Ley de Donaciones con Fines Culturales (Decreto 71 de 2014): <http://donacionesculturales.gob.cl/ley-de-donaciones-culturales/>

DESARROLLO CULTURAL DE MEDELLÍN: <http://www.medellin.gov.co/cultura>

ECONOMÍA CIRCULAR: http://economiecirculaire.org/wp/?page_id=62

EL OTRO LADO: www.elotrolado.com.pa.

EMPRENDIMIENTO CULTURAL: www.emprendimientocultural.org

ESTADÍSTICAS CULTURALES DE CHILE: <http://www.cultura.gob.cl/estudios/estadisticas-culturales/>

ESTADÍSTICAS DE LA CULTURA DE ESPAÑA: <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura.html>

FESTIVAL ANUAL DE CORTOMETRAJES HAVAH: <http://www.festivalhayah.com/hayah.php>

FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES ESCÉNICAS: <http://faepanama.org/historia/>

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE (IFF): <http://iffpanama.org/es>

FOMENTO DE LA CULTURA Y EL DESARROLLO EN PORTOBELO (2011-13): <http://www.fundacionbp.org>

FONDO INTERNACIONAL PARA LA DIVERSIDAD CULTURAL (FIDC):

<http://en.unesco.org/creativity/fidc>

FONDO INTERNACIONAL PARA LA PROMOCION DE LA CULTURA (FIPC):

<http://en.unesco.org/ifpc/>

FONDO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES DE MÉXICO (FONCA):

<http://fonca.conaculta.gob.mx/inicio/que-es-el-fonca/>

FONDO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES DE PARAGUAY (FONDEC):

<http://www.fondec.gov.py/>

FONDO: PANAMÁ, CIUDAD DE 500 AÑOS: <http://fondopanama500.org/>

FONDO PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO (FODM):

<http://www.mdgfund.org/es>

FONDO SECTORIAL AUDIOVISUAL (FSA) DE BRASIL: [http://fsa.ancine.gov.br/o-que-e-](http://fsa.ancine.gov.br/o-que-e-fsa/introducao)

[fsa/introducao](http://fsa.ancine.gov.br/o-que-e-fsa/introducao)

FONDOS DE CULTURA DE CHILE: <http://www.fondosdecultura.gob.cl/>

FORA DO EIXO (Fuera del eje): <http://foradoeixo.org.br/>

FUNARTE: <http://www.funarte.gov.br/>

FUNDACIÓN BAHÍA DE PORTOBELLO: <http://www.fundacionbp.org>

FUNDACIÓN DANILO PÉREZ. Educación y Cultura: <http://www.fundaciondaniloperez.org>

FUNDACIÓN DEL NUEVO CINE LATINOAMERICANO: <http://www.cinelatinoamericano.org/>

FUNDACIÓN IBEROAMERICANA DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS (FIBICC):

<http://fibicc.org/>

FUNDACIÓN SANTIAGO CREATIVO: <http://www.santiagoocreativo.cl/>

FUNDACIONES CULTURALES DE INSTITUCIONES FINANCIERAS Y EMPRESAS

IBEROAMERICANAS (FUNDACULT): <http://fomentoculturalbanamex.org/fundacult/>

HIPERMÉDULA: <http://hipermedula.org/AECID>

IDEAR SOLUCIONES PARA MEJORAR VIDAS: <https://demandsolutions.iadb.org/es/about>

IBERARCHIVOS: <http://www.iberarchivos.org/>

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

IBERMEDIA: <http://www.programaibermedia.com/>

INCUBADORA DE EMPRESAS CULTURALES (IEC): <http://www.incubadoracultural.org/home/>

InCUBAte: <https://incubate.buenosaires.gob.ar/es>

INDUSTRIAS CULTURALES DE CALI: <http://industriasculturalescali.com/>

LA INCUBADORA DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS DE BOGOTÁ:

<https://bogota.impacthub.net/laincubadora/>

LABORATORIOS SOCIALES DE CULTURA Y EMPRENDIMIENTO (LASO):

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

Ley 1014 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento:

http://www.oei.es/etp/ley_fomento_cultura_emprendedora_colombia.pdf

MERCOSUR CULTURAL: <http://mercosurcultural.org/>

MERCOLUR CULTURAL DEL CARIBE. <http://www.mercadoculturaldelcaribe.com/>

MINKA: <http://minka.me/>

OBSERVATORIO CULTURAL DE CHILE: <http://www.cultura.gob.cl/estudios/observatorio-cultural/>

OBSERVATORIO CULTURA Y ECONOMÍA (OCE):

<http://convenioandresbello.org/inicio/observatorio-cultura-y-economia/>

OBSERVATORIO IBEROAMERICANO DE CULTURA (OIBC): <http://oibcult.org/web/>

PLAN MAESTRO DE REVITALIZACIÓN INTEGRAL DE LA HABANA VIEJA:

<http://www.planmaestro.ohc.cu/>

PORTAL DE LAS ARTES VISUALES DE CUBA: <http://www.cnap.cult.cu/>

PORTAL IBEROAMERICANO DE GESTIÓN CULTURAL:

http://www.gestioncultural.org/libros.php?id_documento=637

PRISMA: <http://festivalprisma.com/>

PROGRAMA ACERCA: <http://www.aecid.es/ES/cultura/cultura-y-desarrollo/programa-acerca>

PROGRAMA COSME: Programa para la Competitividad de las Empresas y de las PYME:

http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/cosme/index_en.htm

PROGRAMA CULTURA NARANJA PTY: <http://openartspty.tumblr.com/>

PROGRAMA DE FOMENTO/INCENTIVOS: <http://www.cultura.gov.br/programa-de-fomento>

PROGRAMA EUROPA CREATIVA: El programa de la Unión Europea para los Sectores Cultural y Creativo: http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/opportunities/culture-support/index_en.htm

PROGRAMA MICA: <https://mica.cultura.gob.ar/>

PROGRAMA NACIONAL DE DESARROLLO DE LAS ARTES ESCÉNICAS (PROARTES):

<http://www.teatromelico.go.cr/portal/proartes/Inicio.aspx>

PROGRAMA PATRIMONIO PARA EL DESARROLLO: <http://www.aecid.es/ES/cultura/cultura-y-desarrollo/patrimonio-para-el-desarrollo>

PUNTOS DE CULTURA: <http://www.brasildamudanca.com.br/es/cultura/puntos-de-cultura>

RED DE ARTISTAS ENTRE DOS ORILLAS (E2O): <http://www.entredosorillas.org/>

RED DE CIUDADES CREATIVAS (UNESCO):

<http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/creative-industries/>

RED LATINOAMERICANA DE GESTIÓN CULTURAL: <http://redlgc.blogspot.com.es>

REINVENTA. <http://reinventa.mx/reinventando.html>

SIMULADOR PARA EMPRENDEDORES CULTURALES:

<http://www.mcu.es/emprenedores/Inicio.html>

SISTEMA DE DONACIONES CULTURALES DE CHILE: <http://donacionesculturales.gob.cl/>

SISTEMA DE INFORMACIÓN CULTURAL COSTARRICENSE (SICultura):

<http://www.sicultura.go.cr>

SISTEMA DE INFORMACIÓN CULTURAL DE LA ARGENTINA (SINCA):

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

SISTEMA NACIONAL DE EDUCACIÓN MUSICAL (SINEM): <http://www.sinem.go.cr/>

SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN E INDICADORES CULTURALES (SNIIC) DE BRASIL:

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

TANDAO. <http://www.tandao.org/>

TEATRO NACIONAL DE CUBA: <http://www.teatronacional.cult.cu/>

USINAS CULTURALES: http://www.mec.gub.uy/innovaportal/v/35408/8/mecweb/usinas_culturales

Otras publicaciones online: prensa, blogs, organizaciones

- ALARCO, D.M. (27 de julio 2015). *Los desafíos del artesano panameño*. La Estrella de Panamá. <http://laestrella.com.pa/estilo/cultura/desafios-artesano-panameno/23790166>
- ARTÍCULO (2 de junio 2012). *Ejecutivo veta proyecto de Cultura por inexecutable*. La Prensa. http://impresaprensa.com/panorama/Ejecutivo-veta-proyecto-Cultura-inexecutable_0_3406159490.html
- ARTÍCULO (15 de agosto 2013). *Proyecto de preservación del Casco presenta atraso*. La Prensa. http://impresaprensa.com/panorama/Proyecto-preservacion-Casco-presenta-atraso_0_3730877059.html
- ARTÍCULO (17 de septiembre 2016). *El reto de vivir por amor al arte en Panamá*. La Prensa. http://impresaprensa.com/vivir/artista_0_4576792342.html
- ARTÍCULO (8 de noviembre 2016). *Consumo Cultural en Panamá*. La Prensa. http://www.prensa.com/entretenimiento/Consumo-cultural-Panama_0_4615788401.html
- ARTÍCULO (23 de marzo 2018). *Cultura: ¿la voz que hace falta en el Gabinete?* La Estrella de Panamá. <http://laestrella.com.pa/panama/politica/cultura-hace-falta-gabinete/24054762>
- BACETE, R. (19 de diciembre 2017). *El modelo de masculinidad dominante se ha resquebrajado*. Foro de foros Foro de encuentros. <https://www.forodeforos.org/el-modelo-de-masculinidad-dominante-se-ha-resquebrajado/>
- CASTELLS, M. (26 de febrero 2018). *Manuel Castells: "Los globalizadores han sido nacionalizados. La democracia liberal ha colapsado"*. La Vanguardia. <http://www.lavanguardia.com/politica/20180226/44961326923/conversaciones-manuel-castells-globalizadores-nacionalizados-democracia-liberal-colapsado.html>
- CECEÑA, A. E. (1º de diciembre de 2002). *Hay que estudiar el poder, pero no dejarse atrapar por él*. Clarín. <http://www.mabelthwaitesrey.com.ar/wp-content/uploads/entrevistas/11.pdf>
- CECEÑA, A.E. (15 de septiembre 2010). *El problema de la dominación*. Decrecimiento. <http://www.decrecimiento.info/2010/09/el-problema-de-la-dominacion-entrevista.html>
- CNCA (11 de abril 2017). *Economía Creativa en Chile: aporta 2,2% al PIB y el 82% de la población cree que mejora percepción del país a nivel internacional*. Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile. <http://www.cultura.gob.cl/actualidad/economia-creativa-en-chile/>
- CORDERO, C. (31 de agosto 2016). *Cultura copy paste*. <https://srapulpo.wordpress.com/2016/08/31/cultura-copypaste/>
- DECRECIMIENTO.INFO (8 de diciembre de 2007). *La nueva era del postdesarrollo*. Decrecimiento. <http://www.decrecimiento.info/2007/12/la-nueva-era-del-postdesarrollo.html>
- ESTARÁS, S. (17 de junio 2013). *Los retos de los gestores culturales*. <http://songadas.blogspot.com/2013/06/los-retos-de-los-gestores-culturales.html>
- EFE (20 de agosto 2014). *Concluye la Feria Internacional del Libro en Panamá*. Telemetro. http://www.telemetro.com/entretenimiento/cultura/Panama-FIL-Capital-Mundial-Libro_0_728027813.html
- EFE (30 de julio 2015). *Festival Internacional de Cine de Panamá se asocia al mercado de Cannes*. El Confidencial. <http://goo.gl/OLhlgP>
- EL CULTURAL (11 de noviembre de 2016). *Las obras de arte más caras del mercado*. <http://www.elcultural.com/noticias/arte/Las-obras-de-arte-mas-caras-del-mercado/102>
- FERNÁNDEZ, E. (13 de octubre 2017). *El problema de la energía oscura (y también el de la materia oscura) es fascinante*. Jotdown. <http://www.jotdown.es/2017/10/enrique-fernandez-el-problema-de-la-energia-oscura-y-tambien-el-de-la-materia-oscura-es-fascinante/>
- GLOBAL CITIES (2017). *Global Cities 2017*. AT Kearney. <https://www.atkearney.com/global-cities/full-report>
- GREEN, M. (October 2014). *TED Global 2014*. https://www.ted.com/talks/michael_green_what_the_social_progress_index_can_reveal_about_your_country

- GROSGOUEL, R. (19 de marzo 2013). *Descolonizar la economía es mirar desde otra geopolítica*. <https://www.diagonalperiodico.net/saberes/decolonizar-la-economia-es-mirar-desde-otra-geopolitica.html>
- GUTIERREZ, V. (15 de agosto 2015). *Al rescate del patrimonio cultural inmaterial*. La Prensa. http://www.prensa.com/cultura/rescate-patrimonio-cultural_inmaterial_0_4274572678.html#sthash.fk0ydTc.dpuf
- HABITAT III (20 de octubre 2016). *Cultura para que las ciudades sean más que hormigón y acero*. El País. https://elpais.com/elpais/2016/10/19/planeta_futuro/1476885423_858573.html
- MARTINELL, A. (15 de diciembre 2015). *¿Por qué los ODS no incorporan la cultura?* Confluencia. Gestión cultural, cooperación y desarrollo. <http://www.alfonsmartinell.com/?p=326>
- MICI (24 de agosto 2016.) MICI Capacita sobre patrimonio cultural e inmaterial de Panamá. Ministerio de Comercio e Industrias (MICI). <http://www.mici.gob.pa/detalle.php?cid=16&sid=213&id=4879>
- MIRE (30 de octubre 2017). *Diplomacia cultural muestra diversidad cultural de Panamá*. Ministerio de Relaciones Exteriores de Panamá (MIRE). <https://www.mire.gob.pa/index.php/es/noticias-mire/11282-diplomacia-cultural-muestra-diversidad-cultural-de-panama>
- MONTESINOS, D.P. (4 de octubre 2012). *Cómo nacen los fenómenos de masas*. Reseña sobre Frédéric Martel: *Cultura Mainstream* (Taurus, 2011). ojosdepapel.com <http://www.ojosdepapel.com/Index.aspx?article=4552>
- MOTTA, J. (15 de mayo 2016). *Si yo voy en el último asiento de un metrobús, los de cultura están agarrados del bumper*. La Prensa. https://www.prensa.com/politica/asiento-metrobus-cultura-agarrados-bumper_0_4483051754.html
- NEUMAN, A. *Poema Las orillas*. <https://blogpoemas.com/las-orillas/>
- OEI (s/f). *Cultura y Desarrollo*. http://www.oei.es/historico/cultura/cultura_desarrollo.htm
- OLIVA, M. (8 de febrero de 2018). *Los motivos por los que OT ha seducido a los más jóvenes*. El País. https://elpais.com/cultura/2018/02/06/television/1517909736_154789.html
- ONTIVEROS, E. (25 de marzo de 2012). *Son las instituciones. La forma de organización de las sociedades determina su comportamiento económico*. El País. https://elpais.com/economia/2012/03/23/actualidad/1332522818_318468.html
- OROZCO, A. (14 de febrero 2012). *De vidas vivibles y producción imposible*. Decrecimiento. <http://www.decrecimiento.info/2012/02/de-vidas-vivibles-y-produccion.html>
- ORTEGA, P. (14 de abril 2015). *El crecimiento del cine panameño refleja el auge de la producción en Centroamérica y el Caribe*. Tèlam <http://www.telam.com.ar/notas/201504/101474-crecimiento-cine-panama-festival.html>
- ORTEGA, P. (6 de abril 2018). <https://www.youtube.com/watch?v=FU8WjTxo39k>
- PERCH, L. (31 de mayo 2012). *Río + 20, debemos priorizar la sustentabilidad social*. Revista Humanum. <http://www.nacion.com/2012-05-31/Opinion/rio-20--debemos-priorizar-la-sustentabilidad-social.aspx>
- PÉREZ, D. (2015). Entrevista a Danilo Pérez. Revista Escapes Panamá. Octubre-noviembre 2015. P. 108.
- PÉREZ DE CUELLAR, J. (s/f). *Comentario Introductorio al documento “Nuestra Diversidad Creativa”*. UNESCO. http://www.unesco.org/culture/development/wccd/foreword/html_sp/index_sp.htm
- PORRAS, A.E. (28 de julio 2013). Panamá Profundo. <https://panamaprofundo.wordpress.com/2013/07/28/entrevista-con-ana-elena-porras/>
- PORRAS, A.E. (s/f). *Ana Elena Porras Guizado o la Persistencia de la Identidad*. Revista Panameña de Política. <http://cidempanama.org/wp-content/uploads/2013/08/Vida-entre.pdf>
- RAWORTH, K. (18 de marzo de 2018b). *La rosquilla de la igualdad: “Somos adictos a un crecimiento que no llega a la gente”*. El Confidencial. https://www.elconfidencial.com/economia/2018-03-18/economia-rosquilla-desigualdad-repensar-pib-keynes_1536900/
- ROBERTSON, R. (s/f). <http://vesteban.webs.ull.es/Robertson.htm>

- RONCHEL, J. (17 de Noviembre 2014). *El canal se abre al cine*. Huelva Información. <http://www.huelvainformacion.es/articulo/festivalhuelva2014/1902003/canal/se/abre/cine.html>
- SASSEN, S. (2 de agosto 2015). *Entrevista a Saskia Sassen: urbanizar la tecnología y la ciudad global*. Sociólogos. <http://sociologos.com/2015/02/08/entrevista-a-saskia-sassen-urbanizar-la-tecnologia-y-la-ciudad-global/>
- SASSEN, S. (27 de octubre 2017). *¿De verdad necesito una multinacional para tomar un café en mi barrio?* lamarea.com <https://www.lamarea.com/2017/10/27/entrevista-saskia-sassen/>
- SASSEN, S. (s/f). *Entrevista con Saskia Sassen*. Kreanta Digital número 1. Fundación Kreanta. <http://www.kreanta.org/actividades/pdf/Entrevista%20Saskia%20Sassen.pdf>
- SCHJELDERUP, A. (2011). *I Encuentro de Gestores Culturales en Panamá*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=W3al0S2fK8w>
- SEMBRARTE y MENTE PÚBLICA (2012). *¿Por qué Panamá necesita una Ley de Cultura?* YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=66J_eaSwHrc
- SEN, A. (12 de febrero 2006). *Desarrollo económico y libertad*. Sin permiso <http://www.sinpermiso.info/textos/desarrollo-economico-y-libertad-entrevista>
- SEN, A. (4 de noviembre 2010). *El desarrollo es más que un número*. BBC Mundo. http://www.bbc.com/mundo/noticias/2010/11/101103_desarrollo_libertad_entrevista_sen_aw
- STANZIOLA, J. (18 de marzo 2016). *¿Elitismo o desarrollo sostenible?* La Prensa. https://impresa.prensa.com/opinion/Elitismo-desarrollo-sostenible-Javier-Stanziola_0_4440305975.html
- STANZIOLA, J. (30 de enero 2017). *El desarrollo sostenible requiere de cultura*. La Prensa. https://www.prensa.com/opinion/desarrollo-sostenible-requiere-cultura_0_4678032289.html
- STANZIOLA, J. (22 de julio 2017). *Las promesas de la economía naranja*. La Prensa. https://www.prensa.com/opinion/promesas-economia-naranja_0_4807769246.html
- STANZIOLA, J. (29 de octubre 2017). *El Premio Ricardo Miró y las mujeres*. La Prensa. https://www.prensa.com/opinion/premio-Ricardo-Miro-mujeres_0_4882011812.html
- STANZIOLA, J. (7 de febrero 2018). *Como si el ciudadano importase*. La Prensa. https://www.prensa.com/opinion/ciudadano-importase_0_4957754271.html
- TELAM (14 de abril 2015). *El crecimiento del cine panameño refleja el auge de la producción en Centroamérica y el Caribe*. Tèlam. <http://www.telam.com.ar/notas/201504/101474-crecimiento-cine-panama-festival.html>
- TERÁN, R. (24 de abril 2016). *En 16 años nunca nadie me pidió la Caperucita roja*. La Prensa. http://www.prensa.com/cultura/anos-nadie-pidio-Caperucita-roja_0_4467303350.html
- TESTA, M. (5 de febrero 2015). *Inversión alcanza \$31 millones en 24 meses*. La Estrella de Panamá. <http://laestrella.com.pa/economia/inversion-alcanza-31-millones-24-meses/23841533>
- TORRES, A. (13 de junio de 2016). *¿Y si las humanidades sirvieran para innovar?* El País https://elpais.com/economia/2016/06/10/actualidad/1465569141_473015.html.
- VILLASEÑOR, C.J. (2018). *Industrias culturales y creativas en México. Un panorama general* (en prensa).
- 100 CHEF (Diciembre 2016). *LE CHEF* Núm. 272. 100 Chef. <https://gastronomiaycia.republica.com/wp-content/uploads/2016/11/100-chefs.pdf>

Anexos

Anexo 1. Entrevistas: listado de personas entrevistadas y cuestionarios

Anexo 1.1. Listado de personas entrevistadas

INSTITUCIONES			
Nº	Nombre	Entidad	Cargo ¹⁸⁴
1	Rocío Adames y Judith Rivera	Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)	Directora; Analista demógrafa
43	Selina Baños	Ministerio de Relaciones Exteriores (MIRE)	Directora General de Asuntos Multilaterales y Cooperación
2	Eduardo Benítez	Sociedad de Editores y Autores de Panamá (SEA)	Asesor Legal
3	María Magela Brenes	Biblioteca Nacional	Directora Administrativa
4	Jannice Cigarruista	Dirección Nacional de Derechos de Autor	Directora
42	Leonor Calderón	Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)	Directora Regional para México, Centroamérica y Caribe de la Secretaría General Iberoamericana ¹⁸⁵ Ex Ministra de Desarrollo Social
5	Lara Díaz	SUMARSE	Gerente de Desarrollo Empresarial
38	Paola Gómez	Ministerio de Relaciones Exteriores y Vicepresidencia de la República	Asistente Técnico de la Vicepresidenta y Ministra de Relaciones Exteriores Ex Directora de Cooperación en el Instituto Nacional de Cultura (INAC)
6	Alberto de Icaza	Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT)	Subdirector General de Innovación Empresarial
7	Marina Clare Nash y Patricia Salvatierra	Banco Delta	VPA de Mercadeo y Negocios Alternos
8	Euribiades Ortega	IPACOOOP	Coordinador de Planificación Sectorial
9	María Esther Pedreschi	UP. Centro Regional Universitario de Azuero-Incubadora	Coordinadora
10	Militza Pérez	Sociedad Panameña de Autores y Compositores (SPAC)	Directora Operativa y de Recaudo
11	Stephan Proaño	Ministerio de Comercio e Industrias (MICI)	Director General de DICINE
12	Juan Portugal	Autoridad de Turismo de Panamá (ATP)	Cooperación Técnica Dirección Planificación Planificador Turístico
13	Jacqueline Rodríguez	MICROSERFIN	Gerente Comercial y Desarrollo de Clientes
14	Alexandra Schelderup	Alcaldía de Panamá	Gerente de Cultura
15	Yara Vaello	Centro Cultural de España en Panamá	Directora
16	Jairo Valdés Mora	MICI	Director General de Artesanías Nacionales

¹⁸⁴ Las personas con responsabilidad institucional permanecían en los cargos descritos en el momento de las entrevistas. La mayoría continúa en los mismos hoy

¹⁸⁵ Hasta el 31 de marzo de 2018

CREADORES(as), EMPRENDEDORES(as) Y GESTORES(as) CULTURALES			
17	Ana Amaya	Franklin Panamá (Impresión de Molas Gunas en Textiles)	Directora
18	Rosa María Britton	Escritora	Ex Presidenta de la Biblioteca Nacional
19	Armando Carballido	Revista Cultural Perro Verde	Director
39	Omayra Casamá y Sara Omí	Jumara Juwa (Con las manos de todas)	Promotoras de emprendimiento cultural de mujeres indígenas (Emberá)
20	Rómulo Castro	Rómulo Castro y Tuirá	Cantautor, productor musical y publicista independiente
21	Sandra Eleta y Miguel Sánchez	Taller Portobelo	Fundadores del Taller y del principal proyecto de desarrollo cultural de Portobelo, principal enclave de población afrocolonial del país Fotógrafa y gestor cultural, respectivamente
22	Armando Espino	FUDIS/Ideas Sostenibles, S.A.	Director Ejecutivo
23	Guillermina Itzel de Gracia	OMK (Turismo)	Directora
24	Lil María Herrera	CantaContó, Colectivo de Narración Oral	Directora Creativa
25	Alfredo Hidrovo	Luna Llena Productions, S.A.	Presidente
26	Lyann Leguisamo	Open Arts PTY	Administradora Cultural
40	Igualdigili López	Organización de Mujeres Indígenas Unidas por la Biodiversidad (OMIUBP) Suggun Nega	Presidenta Promotora de proyecto de turismo cultural en la Comarca Indígena de Guna Yala
27	Ernesto Mantovani	Independiente, Factor VIII y Lucy Fernández	Productor audiovisual, locutor, músico y compositor
41	Héctor Núñez	Fundación Danilo Pérez	Coordinador de conciertos y Jam Sessions en la Fundación y en el Jazz Festival de Panamá
28	Oscar Oviedo	Óscar Producciones S.A.	Productor del World Music Festival y Cines del Mundo
29	Julia Regales		Ex – Directora del INAC, escritora y gestora cultural
30	Carlos Reyes	Nodu Interactive	Director
31	Roger Vásquez	Punto Bohemio, Inc.	Gestor cultural
32	Maritza Vernaza	Teatro Carilimpia	Directora, Vicepresidenta de la Asociación de Teatristas de Panamá
33	Johann Wolfschoon	Diablo Rosso	Director
34	Danilo Toro	Sociólogo experto	
35	Nancy Calvo Sánchez	Fundación Arte Panamá	Directora
36	Eduardo Araujo	Ciudad del Saber	Vicepresidente de Comunicaciones
37	Davinia Uriel	Costeame	Directora

Anexo 1.2. Cuestionarios diseñados para las entrevistas

Modelo guion emprendedores(as) y profesionales culturales

Nombre y apellidos:

Empresa:

Cargo:

Fecha realización:

BLOQUE 1: SU PROYECTO O ACTIVIDAD
--

¿Qué proyecto o actividad está llevando a cabo actualmente?

¿Cuándo inició su proyecto o actividad? (Indique el año de inicio)

¿Qué le motivó a ponerlo en marcha?

¿Se trata de una actividad formalizada a nivel empresarial o no?

Sí No ¿Tiene previsto proceder a la formalización a corto plazo? Sí No

¿Cuántos socios o promotores tiene? (indique el número)

¿Forma parte de alguna red o asociación?

No Sí ¿Cuáles son estas redes?

¿Su proyecto o actividad, le genera ingresos suficientes como para poder vivir de ello?

Sí Sí, pero solo parcialmente No

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

¿Su proyecto ha generado empleos?

No Sí ¿Podría indicarnos cuántos puestos de trabajo genera en la actualidad?

	Nº Total de puestos	Nº de mujeres	Nº de hombres

¿Qué obstáculos encontró a la hora de desarrollar su proyecto?

¿Qué oportunidades considera relevantes en Panamá para las personas que desean emprender en el ámbito cultural y creativo?

¿Hubo entidades o personas (instituciones públicas, gremios del sector, asociaciones empresariales, bancos, inversionistas, etc.) que le brindaron o brindan **apoyo** para el desarrollo de su proyecto o actividad?

No Sí ¿Cuáles?

¿Qué recursos necesitó y encontró (o no encontró) al inicio o en el desarrollo de su proyecto?

	Necesitó y sí encontró	Necesitó y no encontró	No necesitó
Formación en habilidades y competencias empresariales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formación en temas relacionados con mi actividad específica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Financiación pública	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Financiación privada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Información sobre el mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contactos y redes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Espacios/recursos técnicos para la creación y/o producción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Profesionales de la producción y/o gestión cultural que me ayudaran o ayuden a concretar y posicionar mi oferta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

Apoyo para visibilizar mi oferta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asesoramiento en gestión empresarial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asesoramiento en tecnologías e innovación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asesoramiento para llegar a nuevos mercados y clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asesoramiento en gestión de calidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asesoramiento en constitución de franquicias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asesoramiento legal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asesoramiento contable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asesoramiento en gestión comercial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras, ¿cuáles? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Cuáles fueron o son las fuentes de financiación de su proyecto?

Marcar si formó o forma parte en su financiación	Indique cuál de todas ellas fue su fuente de financiación principal
<input type="checkbox"/> Financiación propia.	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Financiación de familiares y amistades.	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Otros inversionistas no familiares ni amistades.	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Crédito bancario privado.	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Crédito y/o aporte gubernamental.	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Patrocinio o mecenazgo.	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Financiamiento colectivo o micropatrocinio (crowdfunding).	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Otro. ¿Cuál? <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>

¿Trabaja en colaboración con otros(as) profesionales, empresas o instituciones?

Sí, instituciones Sí, empresas Sí, profesionales No trabajo en colaboración

¿Qué balance hace de esa colaboración?

¿Qué previsiones tiene a corto y medio plazo en relación a su proyecto? (expansión/mantenimiento/reducción/cierre).

BLOQUE 2: CALIFICACIÓN DE LA SITUACIÓN EN PANAMÁ

¿Qué subsectores dentro del ámbito cultural y creativo considera claves en Panamá como fuente de desarrollo económico y empleo? Indique todos los que considere.

-
-
-

¿Cómo calificaría la realidad de la economía y el emprendimiento cultural y creativo en Panamá?

¿Cuáles consideraría que son sus principales necesidades, dificultades y retos? Puede considerar todo tipo de factores que piense que son relevantes: condiciones o falta de condiciones del entorno (ecosistema cultural), valores sociales e institucionales respecto al papel de la cultura y de la creatividad, visión estratégica, accesibilidad de los bienes culturales, participación de la gente como sujetos de la cultura, educación artística y profesionalización de las actividades culturales y creativas, apoyos públicos, apoyos privados, infraestructuras y espacios para la creación y producción de arte y otras actividades asociadas, características del mercado, internacionalización, etc. etc.

¿Qué fortalezas y oportunidades destacaría para el desarrollo de este sector en Panamá en el corto y mediano plazo?

¿Cuáles considera que son los déficits de las políticas que afectan al emprendimiento cultural y creativo en Panamá de cara a la superación de las dificultades descritas y el aprovechamiento de las fortalezas y oportunidades por usted señaladas?

En este contexto, ¿cuáles son las actuaciones prioritarias que considera habría que poner en marcha (o bien reforzar) y por parte de qué actores o agentes?

Actuación	Actor o Agente

BLOQUE 3: BUENAS PRÁCTICAS Y RECURSOS

¿Qué buenas prácticas/iniciativas/ayudas conoce en el ámbito del emprendimiento cultural?

BLOQUE 4: CONTACTOS

¿Hay alguna organización(es) o persona(s) que considere sería importante contactar de cara al objeto de este estudio? Anótelas. En caso de ser posible, facilítenos una vía de contacto (teléfono, e-mail).

Nombre	Vía de contacto
▪	
▪	▪
▪	▪
▪	▪
▪	▪

¡Muchas gracias por su colaboración!



Modelo guion organizaciones e instituciones

Nombre y apellidos:

Institución/organismo:

Cargo:

Fecha realización:

BLOQUE 1. DESCRIPCIÓN DE PROGRAMAS

¿Qué programas o actuaciones de las que pueden beneficiarse emprendedores culturales y creativos se encuentran actualmente en marcha por parte de su organización? Describa brevemente los datos más importantes.

- Título:
- Objetivos:
- Contenidos principales:
- Destinatarios(as):
- Entidad(es):promotora(s):
- Entidad(es):colaboradora(s)::
- Presupuesto:
- Plazo de ejecución:
- Valoración de sus resultados:
- Otros aspectos a resaltar (indique cuáles):

¿Qué otras acciones están previstas a corto plazo?

De los programas que desarrolla o ha desarrollado su organización, ¿qué buenas prácticas destacaría?

BLOQUE 2. DIAGNÓSTICO/CALIFICACIÓN SITUACIÓN

¿Qué subsectores dentro del sector cultural o creativo considera claves en Panamá como fuente de desarrollo económico y empleo? Indique todos las que considere.

¿Cómo calificaría la realidad de la economía y el emprendimiento cultural y creativo en Panamá?

¿Cuáles consideraría que son sus principales necesidades, dificultades y retos? Puede considerar todo tipo de factores que piense que son relevantes: condiciones o falta de condiciones del entorno (ecosistema cultural), valores sociales e institucionales respecto al papel de la cultura y la creatividad, visión estratégica, accesibilidad de los bienes culturales, participación de la gente como sujetos de la cultura, educación artística y profesionalización de las actividades culturales y creativas, apoyos públicos, apoyos privados, infraestructuras y espacios para la creación y producción de arte y otras actividades asociadas, características del mercado, internacionalización, etc. etc.

¿Qué fortalezas y oportunidades destacaría para el desarrollo de este sector en Panamá en el corto y mediano plazo?

¿Cuáles considera que son los déficits de las políticas que afectan al emprendimiento cultural y creativo en Panamá de cara a la superación de las dificultades descritas y el aprovechamiento de las fortalezas y oportunidades por usted señaladas?

En este contexto, ¿cuáles son las actuaciones prioritarias que considera habría que poner en marcha (o bien reforzar) y por parte de qué actores o agentes?

Actuación	Actor o Agente

BLOQUE 3. BUENAS PRÁCTICAS

¿Qué buenas prácticas/iniciativas/ayudas conoce en el ámbito del emprendimiento cultural y creativo?

BLOQUE 4. CONTACTOS

¿Hay alguna organización(es) o persona(s) que considere sería importante contactar de cara al objeto de este estudio? En caso de ser posible, facilítenos una vía de contacto (teléfono, e-mail)

Nombre	Vía de contacto
<ul style="list-style-type: none">▪▪▪	<ul style="list-style-type: none">▪▪▪

BLOQUE 5. INFORMACIÓN CULTURAL EN PANAMÁ

Si conoce datos, directorios, estudios, etc. que aporten mayor información sobre la realidad nacional del emprendimiento cultural y creativo, describa por favor dónde podemos encontrarlos.

¡Muchas gracias por su colaboración!



Anexo 2. Detalle de políticas e iniciativas de referencia en el sector cultural, desde la perspectiva del emprendimiento

Para el análisis de cada uno de los países se ha escogido como fuente principal la página web del gobierno de cada país y a través de la misma se ha localizado el organismo responsable de cultura (Ministerio, Unidad, Dirección, etc.). En la página web del organismo se ha indagado sobre la información ofrecida, centrándose principalmente en:

- ✓ División que se establece de la información por sectores.
- ✓ Ley Nacional de Cultura o similar que agrupe todos los sectores de la cultura.
- ✓ Leyes de Emprendimiento Cultural o relacionadas (Industrias Creativas, Culturales, etc.).
- ✓ Existencia de otras leyes relevantes.
- ✓ Espacios dedicados específicamente al emprendimiento cultural.
- ✓ Información sobre oportunidades financieras (fondos culturales, estímulos tributarios, líneas de financiación privadas o por subvenciones, etc.).

El análisis se ha realizado, además de España, con los siguientes países Iberoamericanos:

- Argentina
- Bolivia
- Brasil
- Chile
- Colombia
- Costa Rica
- Cuba
- México
- Panamá
- Paraguay
- Perú
- Uruguay

Argentina

En Argentina la cultura ocupa un rango ministerial desde el año 2014, hasta entonces tenía rango de secretaría. A través de la página del Gobierno del país, podemos acceder a la web del Ministerio de Cultura (<http://www.cultura.gob.ar>).

La página web está dividida en diferentes apartados centrales: agenda, acciones, noticias, becas, estadísticas, trámites e institucionalidad. El diseño de su estructura puede dificultar en algunos momentos la búsqueda de determinados elementos como son los sectores que conforman la cultura para el país. Algunos aspectos a destacar sobre el sector cultural en el país y la organización del mismo son:

- ✓ Argentina cuenta con un sistema estadístico específico para el sector cultural, el SInCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina) accesible a través de la página web del Ministerio, que redirige a través de un enlace a la página oficial (<http://sinca.cultura.gob.ar/>). Está compuesto por cuatro tareas principales: la generación continua de Estadísticas Culturales, la producción de un Mapa Cultural de Argentina, el relevamiento de datos relativos a diversos aspectos de la Gestión Pública

en Cultura y la construcción de un Centro de Documentación sobre economía cultural. En la sección de estadísticas culturales nos ofrecen la posibilidad de establecer un filtro de búsqueda por temáticas, a escoger entre cine, diarios, internet, libros, música, publicidad, teatro y TV abierta. Otra de las secciones ofrecidas proporciona acceso directo a la información elaborada por la Cuenta Satélite de la Cultura.

El resto de secciones de la página web del SInCA son: mapa cultural, encuestas, publicaciones, institucional y gestión pública en cultura.

- ✓ Los Premios Nacionales tienen su nacimiento en 1913 y están dirigidos a la producción literaria, plástica, dramática, científica y musical; buscando ser un estímulo para artistas, científicos y científicas.
- ✓ Programa Cultura Digital: Sus objetivos son la observación sistemática del proceso de producción, circulación y acceso a los bienes culturales en el entorno digital; la promoción del debate y el intercambio de perspectivas entre los diversos actores que forman parte de la cultura y los canales digitales de acceso. El programa organiza los Foros de Cultura Digital, donde se reúnen las personas creadoras, gestoras, empresarias, instituciones, organismos públicos, personas investigadoras y académicas entre otras, para abordar la cuestión de las industrias culturales en la era digital.

Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento

Para acceder a las leyes culturales existentes y vigentes en Argentina, se ha usado el buscador que proporciona el SInCA. Las leyes culturales más relevantes que figuran en la plataforma web son las siguientes:

LEY FEDERAL DE LAS CULTURAS

Argentina no tiene una Ley Nacional de Cultura o similar, lo que supone la ausencia de un marco normativo referencial. Es una necesidad que ha creado un gran debate en el marco institucional y como consecuencia a esta falta, a finales de 2014 se celebraron diferentes debates para la construcción colectiva del anteproyecto de la Ley Federal de las Culturas. Esta ley debía incluir y expresar la gran diversidad cultural del país. Como resultado de este encuentro en el que participaron múltiples asociaciones, organismos y entidades del sector cultural, se elaboró un borrador con 21 núcleos temáticos sobre la Ley Federal de las Culturas (se encuentra en la red). A lo largo de 2015, se han programado una serie de eventos de debate para continuar con la discusión y creación participativa de la ley, en forma de diferentes foros acordados con las provincias a través del Consejo Federal de Cultura, el Ministerio de Cultura de la Nación y el Frente de Artistas y Trabajadores de las Culturas.

En el borrador, se describe:

- Derechos Culturales, estableciendo al Ministerio de cultura como Autoridad de Aplicación de la Ley para promover y planificar políticas de financiamiento junto al sector privado y las organizaciones sociales, de protección del patrimonio local y nacional; de integración e intercambio cultural entre las diversas jurisdicciones del país y hacia el exterior. Se busca también la construcción de convenios con universidades para la formación artística y cultural de todos los habitantes, a través de becas, concursos, festivales y todas las actividades que apoyen la creación, formación e investigación de las expresiones y acciones culturales que existan.

- Nombramiento de un Gobierno de las Culturas, formado por el Ministerio de Cultura, la Asamblea Federal de Cultura, el Consejo Federal y El Consejo Asesor Artístico-Cultural.
- Creación de una serie de Políticas Culturales Federales: la formación artística, profesional, técnica y en gestión cultural; el fomento y desarrollo de las industrias culturales; el estímulo de las producciones locales y regionales, así como las experiencias de cultura comunitaria e independiente y de las producciones vinculadas a los contenidos previstos por la Ley de Servicio de Comunicación Audiovisual.
- El Ministerio deberá crear un Registro Artístico Cultural Federal que reúna todos los registros existentes sobre el campo de la cultura y las artes.
- Se establece la creación de un Observatorio de Culturas Públicas como órgano dependiente del Ministerio de Cultura, para el seguimiento y evaluación de las políticas culturales.
- Fijación del presupuesto cultural equivalente al 1%, como mínimo, del presupuesto anual sancionado por el Congreso Nacional, que deberá redistribuirse en forma federal, con el compromiso de cada jurisdicción de planificar e invertir en materia de formación artística y cultural, así como en el desarrollo de políticas culturales locales.

PLAN NACIONAL DE IGUALDAD CULTURAL (Decreto 345/2012)

Se creó a través de la integración de las políticas públicas en materia de comunicación llevadas adelante por los siguientes organismos (mantienen los nombres del momento de creación del Plan): Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios de la Nación, y las políticas culturales diseñadas y ejecutadas por la Secretaría de Cultura de la Nación (nombrada hoy Ministerio de Cultura). El objetivo de su ejecución permitiría el acceso a la infraestructura, la conectividad y las nuevas tecnologías en el proceso de producción y circulación de bienes artísticos y culturales con intención de abrir oportunidades de participación a toda la comunidad.

El Plan se articula en cuatro ejes estratégicos de acción:

- Red Federal de Cultura Digital: busca la igualdad en el acceso a la producción, la documentación y la visualización de iniciativas culturales a través de la conexión de Estaciones Culturales de Producción (teatros y espacios culturales). Incluye tres programas de acción:
 1. Programa para el desarrollo de la Red Federal de Cultura Digital. Todas las obras de teatro, conciertos y otras expresiones culturales filmadas serán proyectadas, en simultáneo o en diferido, en otros espacios culturales del país y en las plataformas digitales desarrolladas para la Televisión Digital Abierta (TDA) y el Plan Nacional Argentina Conectada.
 2. Programa para el desarrollo de Centros de Creación Cultural asociados a las nuevas tecnologías. Creación de espacios solidarios y comunitarios para el desarrollo de proyectos culturales y la realización de obras artísticas en general, destinados a la promoción de las culturas locales y abiertos a los diferentes sectores artísticos en todas las regiones.
 3. Programa de integración tecnológica y promoción a la radio: impulsa acciones de promoción a las estaciones radiales, vinculándolas a las nuevas tecnologías

mediante su integración a la Red Federal de Cultura Digital, y estimulando la renovación del equipamiento tecnológico empleado actualmente a través de la creación de nuevos instrumentos de financiamiento.

- Infraestructura Cultural: Mantenimiento y mejora de teatros y museos, entre otros espacios de valor patrimonial, unido a la creación de nuevos ámbitos para la producción cultural.
- Promoción y Estímulo a la Innovación en las Artes y las Industrias Culturales: Se encarga de fomentar las producciones vinculadas al teatro, la danza, la música y las industrias culturales, entre otras, y la experimentación en nuevos formatos artísticos para generar contenidos audiovisuales digitales, que serán distribuidos por la Red Federal de Cultura Digital. Desarrolla varios programas:
 - a. Programa de promoción de la Música, se basa en la organización de concursos y cursos de capacitación y la creación de espacios para la producción musical. Su función es facilitar la difusión y comercialización de la producción musical del país, localmente y en el mercado internacional.
 - b. Creación del Banco de la Música en Red, herramienta digital para la promoción federal, reconocimiento y resguardo de la música argentina y sus artistas a través de una plataforma online.
 - c. Programa de promoción de las Artes: Promueve la creación, difusión y reconocimiento de obras artísticas, así como también acompañar la formación de artistas, capitalizando el potencial de las nuevas tecnologías tanto en los procesos de realización como de exhibición.
 - d. Programa de experimentación teatral asociada a las nuevas tecnologías y programa para la promoción del teatro y la danza. Fomenta y estimula la danza y el teatro, integrándolos a las nuevas tecnologías, acercándolos a la experiencia multimedia.
 - e. Programa de promoción a las Industrias Culturales: Se basa en la articulación de distintos espacios con el fin de potenciar el desarrollo de la investigación y la producción del área cultural, contemplando su inserción regional e internacional. En articulación con el eje Infraestructura Cultural, se desarrollarán diversos mecanismos de promoción de proyectos y de articulación entre organismos públicos y privados.
- Centro Cultural Bicentenario: Funciona como sede del Plan, convirtiéndose en un ámbito de producción, experimentación y disfrute de la diversidad cultural nacional, de la región y del mundo.

LEY NACIONAL DEL TEATRO (Ley 24.800)

Entre las diferentes medidas establecidas en la ley para el fomento de la cultura en el país, destacamos las siguientes:

- Creación del Instituto Nacional del Teatro como organismo rector de la promoción y apoyo de la actividad teatral.
- Fomento de las actividades teatrales a través de la organización de concursos, certámenes, muestras, festivales, el otorgamiento de premios, distinciones, estímulos y

reconocimientos especiales, adjudicación de becas de estudio y perfeccionamiento e intercambios de experiencias.

- Celebrar convenios multijurisdiccionales y multisectoriales, de cooperación, intercambio, apoyo, coproducción y otras formas del quehacer teatral.
- Difundir los diversos aspectos de la actividad teatral a nivel nacional e internacional.
- Los espectáculos teatrales que reciban subsidios o apoyos financieros del instituto deberán prever la realización de funciones a precios populares y, dentro de cada función una cuota de entradas con descuentos para jubilados y estudiantes.

Los recursos del Instituto Nacional del Teatro tendrán las siguientes finalidades:

- Financiar actividades teatrales consideradas de interés cultural.
- Financiar el mantenimiento de ámbitos para la actividad teatral.
- Otorgar préstamos y subsidios para entidades y elencos que presenten proyectos teatrales al efecto.
- Equipar centros de documentación y bibliotecas teatrales.
- Otorgar becas para realización de estudios de perfeccionamiento en el país o en el extranjero mediante concurso público de antecedentes y oposición.
- Otorgar premios a autores de teatros nacionales o extranjeros residentes en el país.

El 90% del presupuesto total del Instituto irá destinado a actividades teatrales, recibiendo un mínimo de un 10% cada una de las regiones argentinas.

LEY DE FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TEATRAL (Decreto Ley 1.251/58)

El artículo 4 de la ley establece que el Fondo Nacional de las Artes, se dedicará al fomento de la actividad teatral, concediendo créditos, construyendo salas y adquiriéndolas y cediendo inmuebles.

El artículo 10 afirma que el Estado apoyará la realización de concursos teatrales; la organización de festivales en el país, regionales o internacionales; la actuación de elencos en el exterior; la organización y participación en congresos, conferencias o seminarios nacionales e internacionales; la creación de becas y premios.

FONDO NACIONAL DE LAS ARTES (Decreto-Ley 1224/58)

El Fondo Nacional de las artes se crea con una serie de objetivos:

- a) Otorgar créditos destinados a estimular, desarrollar, salvaguardar y premiar las actividades artísticas y literarias en la República y su difusión en el extranjero.
- b) Otorgar créditos para construir y adquirir salas de espectáculos, galerías de arte, estudios cinematográficos y cualquier otro inmueble necesario para el desarrollo de labores artísticas y todo tipo de elementos o materiales que requieran estas actividades.
- c) Administrar, fiscalizar y distribuir, conforme a las disposiciones legales, fondos de fomento a las artes, dispuestas en leyes dictadas o a dictarse.

Se entiende por actividades artísticas y literarias las artes plásticas, la arquitectura y el urbanismo en sus aspectos estéticos, las actividades teatrales definidas en el artículo 11 del decreto-ley 1251/58 (toda manifestación artística que signifique espectáculo con participación real y directa de actores, teniéndose en cuenta únicamente la calidad del espectáculo o interés

del mismo como vehículo difusor de cultura), la cinematografía, la radiofonía, la televisión, la música, la danza, las letras, las artes aplicadas y las expresiones folklóricas.

LEY DE FOMENTO DE LA ACTIVIDAD CINEMATOGRAFICA NACIONAL (LEY 17.741)

Creada en 2001, impone una serie de impuestos en la industria cinematográfica, establece la creación del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales encargado del fomento y regulación de la actividad cinematográfica y el Fondo de Fomento Cinematográfico que describiremos con detalle en el apartado de fuentes de financiación.

EXENCIÓN DE IMPUESTOS A ACTORES, AUTORES, DIRECTORES, PRODUCTORES Y TÉCNICOS DE ESPECTÁCULOS TEATRALES (LEY 25037)

Establece la eximición de todo impuesto nacional y municipal en jurisdicción de la Capital Federal, al espectáculo teatral: los actores, autores, directores, promotores y técnicos especializados.

EXENCION DE DERECHOS DE IMPORTACIÓN PARA OBRAS DE ARTE. (LEY 9.002/63)

El artículo 1 de la ley sostiene que la importación de pinturas, esculturas, cerámicas y grabados originales que constituyen obras de arte queda exenta del pago de derechos aduaneros y recargos.

LEY PREMIO CONGRESO DE LA NACIÓN (Ley 24.719 de 1996)

La creación de este premio anual se realiza como estímulo para artistas de hasta 40 años, argentinos o extranjeros con cinco años de residencia en el país. Este premio será rotativo entre las siguientes disciplinas: letras (poesía, cuento, ensayo, novela, teatro y guión cinematográfico), música (obras sinfónicas, de cámara, para instrumentos solistas, para voz con o sin acompañamiento, y para medios electroacústicos) y plástica (pintura, escultura, grabado, dibujo, cerámica y tapices).

Fuentes de financiación

➤ **Fondo Nacional de las Artes**

Se crea en 1958 con el objeto de instituir un sistema financiero para prestar apoyo y fomentar las actividades artísticas, literarias y culturales de todo el país. Este mecanismo financiero especializado actúa como un banco nacional de la cultura, a título de administrador y redistribuidor de medios y recursos.

➤ **Fondo Argentino de Desarrollo Cultural**

Programa que otorga a creadores, artistas, productores, gestores, profesionales, empresas, organizaciones no gubernamentales y cooperativa subsidios en cuatro líneas de acción: movilidad, sostenibilidad, infraestructura e innovación.

➤ **Instituto de Cultura Pública**

El Instituto de Cultura Pública (ICP) es un organismo dependiente del Ministerio de Cultura de la Nación, que lleva a cabo actividades para capacitar a los agentes culturales e investigar, asesorar y difundir asuntos relacionados con las políticas en la materia. Está dirigido fundamentalmente a los trabajadores de la cultura pública, con alcance

federal y proyección latinoamericana, el ICP brinda herramientas en tres áreas: Formación, Investigación y Difusión.

Además de ello, organiza convocatorias que premian y financian artículos y proyectos de investigación.

➤ **Instituto Nacional del Teatro**

Se crea a partir de la sanción de la Ley Nacional del Teatro N° 24.800, como organismo rector de la promoción y apoyo de la actividad teatral nacional. Es responsable de la elaboración, ejecución y seguimiento de una política teatral con carácter federal que hace de las provincias las principales beneficiarias de la promoción y apoyo.

Asimismo, se fomentan las actividades teatrales a través de concursos, certámenes, muestras y festivales; se otorgan premios y becas, se respetan las particularidades locales y regionales y se estimula la conservación y creación de espacios teatrales, a la vez que se difunde el conocimiento del teatro, su enseñanza, su práctica y su historia

➤ **Programa de promoción de las artes**

Es un programa creado por el Plan Nacional de Igualdad Cultural que busca promover la creación, difusión y puesta en valor de obras artísticas, así como también acompañar la formación de artistas, capitalizando el potencial de las nuevas tecnologías tanto en los procesos de realización como de exhibición.

➤ **Fondo de Fomento Cinematográfico:** Se encuentra a cargo del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, lo recaudado se destina a otorgar:

a) Créditos para la producción de películas nacionales o coproducciones de largometraje y su comercialización en el exterior;

b) Préstamos especiales a las empresas productoras, exhibidoras y a los laboratorios cinematográficos nacionales, para la adquisición de maquinarias, equipos, instrumental y accesorios para el equipamiento industrial de la cinematografía;

c) Créditos para el mejoramiento de las salas cinematográficas.

➤ **Fondo IBERMÚSICAS**

El Programa de Fomento de las Músicas Iberoamericanas IBERMÚSICAS, fue creado para fomentar la presencia y el conocimiento de la diversidad cultural iberoamericana en el ámbito de las artes musicales, estimulando la formación de nuevos públicos en la región y ampliando el mercado de trabajo de los profesionales del ramo.

El Fondo IBERMÚSICAS está integrado por nueve países que financian el Programa: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, México, Paraguay, Perú y Uruguay.

Entre las actividades que desarrolla IBERMÚSICAS, se destacan el apoyo a la formación de nuevos públicos para los espectáculos musicales iberoamericanos, con énfasis en los jóvenes y los grupos poblacionales en situación vulnerable; el fomento de la distribución, circulación y promoción de espectáculos musicales en los Estados que forman parte del Programa; y el incentivo a las producciones y coproducciones de espectáculos musicales entre promotores públicos y/o privados.

➤ **MERCOSUR Cultural**

Se crea en el año 1998, para favorecer el enriquecimiento y la difusión de las expresiones culturales y artísticas del MERCOSUR desarrollando programas y proyectos conjuntos que han permitido un gran avance en la materia. Entre sus actividades se destaca:

- Creación de la Secretaría del MERCOSUR Cultural en la República Argentina, cuyas funciones principales son dar apoyo administrativo y técnico a la Presidencia Pro Tempore, y realizar el seguimiento e impulso de los programas y proyectos aprobados en las distintas instancias del bloque.
 - Aprobación de la creación del Fondo MERCOSUR Cultural con el objetivo de financiar proyectos y programas que fomenten la creación, circulación, promoción, protección y difusión de los bienes, servicios y de la diversidad de las expresiones culturales que contribuyan al fortalecimiento del proceso de integración.
- **Programa MICA Produce**, organizado por el Ministerio de Cultura de la Nación, junto a los Ministerios de Trabajo, Desarrollo Social e Industria; el Fondo Nacional de las Artes y ProArgentina. Es un espacio regional de formación y capacitación para productores, empresas y profesionales del sector cultural con el objetivo de mejorar la producción, visibilidad y comercialización de los productos de las industrias culturales en todos sus sectores (diseño, audiovisual, videojuegos, artes escénicas, editorial y música). Entre sus actividades, se realizarán conferencias, talleres, rondas de vínculos, mesas interministeriales para emprendedores, además de capacitaciones en rondas de negocios, financiamiento de proyectos, planes de negocio y comunicación.
- **Concursos**. El Ministerio de Cultura lleva a cabo diferentes concursos en el sector cultural, algunos de ellos son: Concurso Nacional de Piano “Federico Chopin”, concurso binacional ArBol, concurso Federal de Relatos, concurso Maravillosa Música de bandas juveniles, concurso Nacional de Fotografía, concurso audiovisual “Obras del Bicentenario” o las convocatoria Salón Nacional de Artes visuales.

De los numerosos concursos encontrados destacamos:

- *Concurso Igualdad Cultural*
- Se promueven a través del eje “Innovación en las Artes y las Industrias Culturales” del Plan Nacional Igualdad Cultural, como una herramienta de inclusión para todos los artistas y ciudadanos que estén interesados en las distintas expresiones culturales que coexisten en nuestro país; brindando más de 600 oportunidades de financiamiento para proyectos de música y danza, artes visuales, teatro y centros culturales.
- *Concurso Nacional de Dramaturgia*
- Convocado por el Instituto Nacional de Teatro, atendiendo a la calidad artística de las propuestas se seleccionarán siete textos: un Premio Nacional y seis Premios Regionales. El INT distinguirá a cada ganador con la suma de cincuenta mil pesos.
- *Becas de residencias artísticas en Colombia*
- Consistentes en dos becas para realizar una residencia en la República de Colombia por un período de cuatro semanas consecutivas, durante marzo y junio de 2014.

Bolivia

Bolivia otorga a la cultura un rango ministerial compartido con el turismo, siendo el Ministerio de las Culturas y Turismo constituido con el fin de promover la construcción de la identidad boliviana plurinacional e intercultural, descolonizada y comunitaria. A través de la página web del Gobierno de Bolivia, accedemos a la del Ministerio (<http://www.minculturas.gob.bo/>)

Según el organigrama para el año 2014, la estructura del Ministerio está formada actualmente por tres viceministerios: Descolonización, Interculturalidad y Turismo. Existió un viceministerio de desarrollo de las culturas, que en 2014 se transformaría en el Viceministerio de Interculturalidad. Debido a la novedad de la modificación, aún no se ha actualizado la página web del nuevo viceministerio, por lo que tenemos que recurrir a la página que existía anteriormente para conocer qué programas y actividades se llevaban a cabo en el Viceministerio De Desarrollo De Culturas, ahora llamado Viceministerio de Interculturalidad . (www.bolivia.com/empresas/cultura/Direccion_Promocion/index.asp).

Dentro del mismo se diferencian dos direcciones que se mantienen con el cambio de nombre del Viceministerio: la Dirección General de Patrimonio Cultural y la Dirección General de Promoción Cultural.

La Dirección General de Patrimonio Cultural tiene como función principal la aplicación de las leyes y normas de protección cultural. La Dirección cuenta con tres unidades: Unidad Nacional de Patrimonio Artístico y Monumental (UNAPAM), Unidad Nacional de Arqueología (UNAR) y Unidad Nacional de Antropología (UNAM).

La Dirección General de Promoción Cultural se encarga de promocionar y divulgar los diferentes aspectos de las culturas del país (costumbres, tradiciones, expresiones folklóricas, mitos y leyendas de la religiosidad popular y otros). Entre sus tareas específicas, coordina los festivales nacionales y apoyaba las diferentes manifestaciones culturales urbanas o rurales del país en coordinación. Además, se encargaba de coordinar con la Academia Nacional de Bellas Artes , el Conservatorio Nacional de Música y con los siguientes elencos nacionales: Orquesta Sinfónica Nacional; Ballet Oficial de Bolivia; Sociedad Coral Boliviana; Departamento Nacional de Teatro; Ballet Folklórico Nacional; Escuela Nacional del Folklore "Mauro Núñez" y Taller de Títeres y Objetos animados.

En el artículo 98 de la Constitución se afirma que la diversidad cultural constituye la base esencial del Estado Plurinacional Comunitario. Bolivia destaca por el reconocimiento y la protección que ofrece a la riqueza cultural del país y sus diferentes culturas, protegiendo, ante todo, la diversidad cultural indígena. Al hablar de cultura en Bolivia, se prioriza el patrimonio cultural, haciendo especial mención al folklore y las festividades existentes en el país y sus diversas variaciones dependiendo de las regiones.

Algunas de las medidas que se encuentran en la página web del Ministerio de las Culturas y Turismo son:

- El Ministerio de Culturas y Turismo se propone realizar el Registro Nacional de Artistas en el Estado Plurinacional de Bolivia, con el cual se pretende tener datos del número de artistas en cada departamento de Estado Boliviano, también la cantidad de artistas mujeres y varones, la edad promedio de cada artista a nivel nacional, y la cantidad de artistas por categoría, (folclórica, cumbia, etc.).
- Desarrollo del SIG (Sistema de Información Geográfica). Es el conjunto de tecnologías, políticas, estándares y recursos humanos para adquirir, procesar, almacenar, distribuir y mejorar la utilización de la información geográfica. Ofrece información útil a través de mapas, como los artistas por municipio, áreas protegidas, sitios patrimoniales, bibliotecas públicas, rutas, etc.
- Reconocimiento a personalidades culturales a través de premios y distinciones.

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

- Festividades de Bolivia, directorio de las diversas festividades existentes en Bolivia al que se puede acceder a través de la web del Ministerio.
- Departamento Nacional de Teatro. El Departamento de Teatro, dependiente del Viceministerio de Bolivia, fue creado el 14 de abril de 1975 en la ciudad de La Paz como parte del desaparecido Instituto Nacional de Música y Arte Escénico.

Leves específicas de cultura y/o emprendimiento

Así como existe una Ley General de Turismo que puede encontrarse en el Ministerio, no existe una Ley General de Culturas accesible a través de la web del Ministerio de Culturas. La legislación existente atiende principalmente a ámbitos del patrimonio arquitectónico, patrimonio arqueológico, patrimonio inmaterial, la creación artística, los derechos de autor, la creación artística, el fomento cultural, y el reconocimiento a gestores culturales en diferentes disciplinas y otros. Aunque existen leyes destinadas a diferentes ámbitos culturales, aún es un tema pendiente la creación de leyes, decretos supremos, reglamentos y otras normas, específicas para cada uno de los ámbitos culturales.

Las expresiones y manifestaciones culturales estuvieron protegidas y respaldadas legalmente, a partir de la declaración de la ciudad de Oruro como Capital Folklórica de Bolivia por su riqueza cultural, su carnaval y sus manifestaciones culturales, según Decreto Supremo 08396 (5/2/1970) y Decreto Supremo 09088 (5/2/1970).

La creación de la primera instancia pública dedicada a la Gestión Cultural en Bolivia fue el Instituto Boliviano de Cultura según Decreto Supremo 1232 del 14 de marzo de 1975, que acabaría transformándose en el Viceministerio de Cultura.

LEY DEL CINE (Ley 1302)

Ofrece protección a la producción cinematográfica nacional con su respectivo reglamento según Decreto Supremo 23493, así como leyes relacionadas con la institucionalidad del Consejo Nacional del Cine, como entidad descentralizada de derecho público e independencia de gestión, además del respaldo de parte del Estado para la construcción de la Cinemateca Boliviana por Ley 1849 del 7 de abril de 1998.

El Instituto Cinematográfico Boliviano se crea por el Decreto Ley N° 07766 en 1953 y se define como el organismo central en el campo de la cinematografía boliviana que orientará y coordinará las funciones del Consejo Cinematográfico Nacional, del Crédito Cinematográfico Boliviano y de los Departamentos Cinematográfico Informativo y Cinematográfico Educativo. Este organismo se disolverá en 1968 cediendo su patrimonio al Canal 7, Empresa Nacional de Televisión.

CREACIÓN CONSEJO NACIONAL DEL CINE (Decreto Supremo N° 23493)

CONACINE, se crea en 1992 en tanto institución de derecho público dependiente del Ministerio de Educación y Cultura, dotada de personalidad jurídica. La existencia del actual CONACINE, tiene como antecedente una de las acciones establecidas en el Decreto Ley 15604 de junio de 1978, a partir del cual se crea el Consejo Nacional Autónomo del Cine-CONACINE, encargado de regular toda la actividad cinematográfica en el país.

Actualmente CONACINE es una entidad descentralizada y de derecho público que funciona bajo la tutela del Ministerio de Culturas y Turismo cuya visión es lograr el crecimiento de la cultura Audiovisual en el marco de la diversidad social boliviana.

LEY PATRIMONIO CULTURAL BOLIVIANO (Ley n° 530 de 23 de mayo de 2014)

Tiene por objeto normar y definir políticas públicas que regulen la clasificación, registro, restitución, repatriación, protección, conservación, restauración, difusión, defensa, propiedad, custodia, gestión, proceso de declaratorias y salvaguardia del Patrimonio Cultural Boliviano. En ella se establece la clasificación del patrimonio dos grupos: patrimonio material e inmaterial. Se establece un régimen de registro y protección del patrimonio cultural.

El art.62 establece la creación futura del Fondo de Fomento del Patrimonio Cultural Boliviano-FONPAC con la finalidad de gestionar y asignar recursos económicos para la conservación, preservación, restauración, promoción e implementación de repositorios adecuados para el cuidado del Patrimonio Cultural Boliviano.

No se hace mención en ninguna de las leyes al emprendimiento cultural, las leyes existentes están muy enfocadas a la protección y mantenimiento del patrimonio cultural, pero poco encaminadas al fomento de las industrias culturales.

Fundación Cultural del Banco Central de Bolivia (Ley 1670)

La creación de la Fundación Cultural del Banco Central de Bolivia se realiza en diciembre de 1995, según Ley N°1670. Esta realiza la tarea de proteger, mantener, administrar, promocionar y difundir los bienes culturales y arquitectónicos de los seis Centros Culturales que habían estado bajo directa Administración del Banco Central: la Casa Nacional de Moneda de Potosí; el Archivo y Biblioteca Nacionales de Sucre; la Casa de la Libertad de la misma ciudad; el Museo de Etnografía y Folklore de La Paz. En 2002 se suma el Museo Nacional de Arte de La Paz.

La Fundación es una persona colectiva de Derecho Público, con personalidad jurídica y patrimonios propios, sin fines de lucro, con competencia administrativa, técnica y financiera. A día de hoy la Fundación recibe un importante soporte financiero del Banco Central y lo incrementa con sus limitados ingresos propios y con algunas contribuciones de entidades como el Ministerio de Cultura de España, la Universidad de Harvard y otras, concedidas para programas específicos relacionados, sobre todo, con el Archivo Nacional.

Fuentes de financiación

➤ **Fundación Cultural Banco Central de Bolivia**

La Fundación Cultural del Banco Central de Bolivia convoca anualmente un concurso nacional de becas de investigación científica de 500 dólares americanos. La investigación deberá realizarse en alguno de los Centros Culturales dependientes de la institución, previamente señalado en la convocatoria nacional. El concurso estará abierto para cualquier investigador que resida en el país, por lo menos un año, y que cuente con un proyecto de trabajo referido principalmente a obras, documentos y/o materiales que se encuentren en los Centros Culturales.

➤ **Premio Nacional a la Gestión Cultural “Gunnar Mendoza”**

Convocado por el Ministerio de Culturas y Turismo y el Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, está destinado a gestores - promotores culturales bolivianos cuyo trabajo ha contribuido al fomento y desarrollo de la cultura nacional. El premio consiste en Bs.40.000 (Cuarenta Mil 00/100 Bolivianos), una medalla de oro y un Diploma de Reconocimiento.

➤ **CONACINE** (<http://www.conacinebolivia.com.bo/>)

El Consejo Nacional del Cine tiene como visión articular emprendimientos públicos y privados para el desarrollo del audiovisual en el país, haciendo posible generar una imagen propia. El CONACINE combina tres ejes importantes: industria, inversión e imagen. Promueve y publicita numerosas convocatorias relacionadas con capacitación y financiamiento de ámbito nacional e internacional.

➤ **Concursos y premios**

El Ministerio de Culturas y Turismo, convoca diversos concursos en relación a la cultura, como son, por ejemplo:

- ✓ Premio Nacional de Culturas: convocado por el Ministerio de Culturas y Turismo y el Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, está destinado a escritores, investigadores culturales y/o artistas bolivianos, cuyo trabajo literario y/o artístico contribuya al desarrollo de las culturas nacionales en sus diferentes manifestaciones.
- ✓ Premio Plurinacional Eduardo Abaroa: Tiene como objetivo incentivar, fomentar y contribuir a la revalorización de las diferentes expresiones artísticas-culturales. Está dividido en nueve categorías: artes plásticas, populares, originarias, escénicas, audiovisuales, visuales digitales, musicales, investigación y periodismo cultural.

Brasil

Brasil, otorga a la cultura un rango ministerial, siendo el Ministerio de Cultura creado en 1985 a partir de la desintegración de la Consejería de Educación y Cultura. En Brasil se entiende la cultura desde varias dimensiones, entre ellas la dimensión económica, entendiendo la cultura como vector económico y lugar de innovación. Accedemos a la información ofrecida por el Ministerio de Cultura a través de su página web (<http://www.cultura.gov.br/>), dividida en diferentes áreas: Cine, museo, patrimonio, libro, artes, cultura africana y Brasil Regional. Cada una de estas áreas está asociada a diferentes entidades vinculadas al Ministerio de Cultura:

El cine está asociado a la Agencia Nacional del Cine (ANCINE), los museos al Instituto Brasileño de Museos (IBRAM), el Patrimonio con el Instituto de Patrimonio Histórico y Artístico Nacional (IPHAN), el libro con la Biblioteca Nacional de Brasil (BN), las artes con la Fundación Nacional de Artes (FUNARTE), la cultura africana con la Fundación Cultural Palmares (FCP) y Brasil regional con 8 entidades diferentes que representan a distintas regiones.

En la Ley N° 12761 del 27 de diciembre de 2012 se establece que las áreas culturales se dividen en: artes visuales, artes escénicas, audiovisual, literatura, humanidades e información; la música y patrimonio cultural.

Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento

LEY DE CULTURA VIVA (Ley n° 13.018 de 2014)

Tiene por objetivo incrementar el acceso de la población a sus derechos culturales mediante el fortalecimiento de las acciones de los grupos culturales activos en la comunidad. Se basa en el Sistema Nacional de Cultura (SNC) y establece la gestión compartida de la cultura viva entre la Unión, los estados y municipios. La principal aplicación de los instrumentos de la ley son los Puntos de Cultura: organizaciones culturales sin ánimo de lucro que desarrollan actividades culturales en las comunidades locales; Pontones: espacios culturales o redes regionales y

temáticos que articulan los Puntos de Cultura; y el Registro Nacional de Puntos de Cultura y Pontones compuesto por grupos que desarrollan actividades culturales y están certificados dados por el Ministerio de Cultura.

PLAN NACIONAL DE CULTURA (2010-2020) (PNC), establecido por la Ley 12343, de 2 de diciembre de 2010.

Su objetivo es la planificación y ejecución de las políticas públicas a largo plazo, ya que el plan está pensado para que la ejecución termine en 2020, estas políticas buscan que se garantice el derecho constitucional a la cultura; la protección y promoción del patrimonio y la diversidad étnica, cultural y artística; así como un mayor acceso a la producción y el disfrute de la cultura en todo el territorio; la inclusión de la cultura en modelos sostenibles de desarrollo socio-económico y la creación de un sistema público y participativo de gestión, seguimiento y evaluación de las políticas culturales.

SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN E INDICADORES CULTURALES (SNIIC) (Ley 12343)

El SNIIC nace con la propuesta del Plan Nacional de la Cultura, a partir de la Ley 12343 de 2 de diciembre de 2010, definiéndose como la plataforma para el seguimiento de dicho plan (PNC). Entre sus funciones están la recopilación, organización e interpretación de datos, y proporciona metodologías y establecer parámetros para medir la actividad del campo cultural y las necesidades sociales de la cultura, lo que permite la formulación, seguimiento, gestión y evaluación de las políticas culturales públicas y las políticas culturales.

Se puede acceder al Sistema Nacional de Información e Indicadores Culturales a través de su página web (<http://sniic.cultura.gov.br/>), aunque actualmente el SNIIC está en fase de pre-implantación en la que realizará el seguimiento y evaluación de las políticas públicas de cultura y políticas culturales del PNC, lo que asegura el poder público y la vigilancia de la sociedad civil del Plan.

LEY ROUANET (Ley 9.313/91)

Define incentivos fiscales para empresas y particulares que quieran financiar proyectos culturales en el país. Permite deducir del impuesto sobre la renta hasta el 100% del valor invertido en un proyecto cultural, de acuerdo con su categoría. Esta legislación estableció el Programa de Nacional de Apoyo a la Cultura (Pronac), que direcciona recursos para el desarrollo del sector cultural.

AGENCIA NACIONAL DE CINE (ANCINE) (Medida provisional 2228)

Se crea en 2001 a través de la Medida Provisional N°. 2228, como una agencia especial dependiente del Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior. Está vinculada desde el 2003 al Ministerio de Cultura cumple con las funciones de promover, regular y supervisar el cine y el mercado audiovisual en Brasil. Además, cuenta con el Observatorio Brasileño de Cine y Audiovisual (OCA) que se crea con el objetivo de satisfacer la creciente y diversa demanda de información sobre la producción y el mercado audiovisual brasileño. Ofrece datos sobre el mercado en el sector, informes anuales, metodología propia, estudios y resultados semanales de los datos más relevantes del sector.

Fuentes de financiación

- **Agencia Nacional de Cine (ANCINE):** http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/MPV/2228-1.htm
Actualmente los programas que lleva en marcha la Agencia se centra en la promoción del sector nacional en el exterior, así como el fomento de la industria, a través de un Programa de Incentivos a la Calidad, premiando económicamente a productoras que han sido valoradas positivamente por sus trabajos.
- **Fondo Sectorial Audiovisual:** <http://fsa.ancine.gov.br/o-que-e-fsa/introducao>
El FSA es un fondo para el desarrollo interdependiente de toda la cadena productiva de la actividad audiovisual en Brasil. Creado por la Ley N ° 11.437 , de 28 de diciembre de 2006, constituye una categoría dentro de la programación específica del Fondo Nacional de Cultura (FNC). Los recursos económicos del Fondo de Medios Audiovisuales se destinan principalmente a inversiones, financiación (operaciones de préstamo a proyectos) y nivelación (reducción de gastos financieros incurridos en las operaciones de financiación).
- **FUNARTE:** página web: (<http://www.funarte.gov.br/>)
La Fundación Nacional de las Artes es el organismo responsable dentro del Gobierno Federal, el desarrollo de políticas públicas que promuevan las artes visuales, música, teatro, danza y circo. Los objetivos de FUNARTE se basan en el fomento de la producción y la formación de los artistas, el desarrollo de la investigación, la preservación de la memoria y la formación de públicos para las artes en Brasil a través de becas y premios, programas de circulación de los artistas y los bienes culturales, talleres, publicación de libros, recuperación y ofrecimiento de colecciones, asesoramiento técnico y apoyo a eventos culturales, entre otras actividades.
- **Programa de Fomento/Incentivos:** <http://www.cultura.gov.br/programa-de-fomento>
Programa del Ministerio de Cultura que tiene como objetivo **apoyar proyectos** destinados a la promoción, producción, circulación, distribución y concesión de premios y la creación de sellos en los ámbitos del arte y la cultura; además de destinar fondos a la mejora de materiales y equipos y a la formación de los recursos humanos.
- **PRONAC**
Programa Nacional de Apoyo a la Cultura, promovido por el Ministerio de Cultura, fue implementado por la Ley Rouanet (Ley 8.313 / 1991), con el fin de estimular la producción, la distribución y el acceso a los productos culturales, protección y conservación del patrimonio histórico y artístico y promover difusión de la cultura brasileña y la diversidad regional, entre otras funciones. Actualmente cuenta con dos mecanismos activos: el Fondo Nacional de Cultura y el Incentivo Fiscal dirigidos a personas que operan en el ámbito cultural, entidades públicas de carácter cultural de la administración indirecta y las personas jurídicas privadas de carácter cultural, con o sin fines de lucro.
 - El incentivo fiscal, es una forma de estimular el apoyo del sector privado al sector cultural. El licitador presenta una propuesta cultural del Ministerio de Cultura (MINC) y, de ser aprobado, se autoriza para recaudar fondos del pago de impuestos individual renta (IR) o empresas que tributan en base a la renta imponible con el fin de implementar el proyecto.

- Fondo Nacional de Cultura: El FNC es un fondo de contabilidad con duración ilimitada, que opera bajo la forma de préstamos de ayuda a fondos perdidos o reembolsables. El FNC fomenta la distribución regional equitativa de los recursos, promueve la visión interestatal, apoya el desarrollo profesional y artístico de los recursos humanos en el campo de la cultura, la creatividad y la diversidad cultural brasileña, la preservación y protección del patrimonio cultural y la historia de Brasil y promueve proyectos que respondan a las necesidades de la producción cultural y los intereses colectivos.
- **IBERMEDIA:**
Brasil también forma parte del Programa Ibermedia, un programa de estímulo a la coproducción de películas de ficción y documentales realizadas Iberoamérica, integrado por diecinueve países: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Promueve el desarrollo, la coproducción y la formación en el sector realizando diferentes proyectos, encuentro, festivales y demás actividades.
- **IBERMÚSICAS**
El programa IBERMUSICAS busca fomentar la presencia y el conocimiento de la diversidad cultural iberoamericana en el ámbito de las artes musicales, acercándolas a todos los sectores sociales en la región y ampliando el mercado de trabajo de los profesionales del ramo. Algunas de las ayudas que ofrecen son de movilidad de músicos, ayudas a festivales y encuentros para la movilidad de músicos, a compositores para residencias artísticas, a instituciones para residencias artísticas de compositores, a compositores para residencias artísticas en el CMMAS y diferentes concursos.

Chile

El Gobierno de Chile presenta en su página web el Ministerio de la Cultura y las Artes, aunque al acceder al mismo a través de su página web, este adquiere el nombre de Consejo Nacional de Cultura; un servicio cuyo jefe tiene rango de ministro, pero que no se trata de un ministerio como tal.

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes se creó en agosto de 2003, a través de la ley nº 19.891, poniendo fin a la inexistencia de un organismo capaz de formular, adoptar y ejecutar políticas culturales de carácter nacional y general. Con esta ley, se integraron en un solo órgano las dos instancias más influyentes hasta ese momento en materia cultural: la División de Cultura del Ministerio de Educación y el Departamento de Cultura del Ministerio Secretaría General de Gobierno.

El Consejo cumple la misión de promover un desarrollo cultural armónico, pluralista y equitativo entre los habitantes del país, a través del fomento y difusión de la creación artística nacional, la preservación, promoción y difusión del patrimonio cultural chileno, adoptando iniciativas públicas que estimulen una participación activa de la ciudadanía en el logro de tales fines. Se puede acceder al Consejo, en vigor desde 2003, a través de su página web (<http://www.cultura.gob.cl/>)

Divide las artes en diferentes grupos: Arquitectura, Artes Visuales, Artesanía, Artes Circenses, Danza, Diseño, Audiovisual, Libro y Lectura, Música, Fotografía, Nuevos Medios y Teatro.

Algunas de las acciones establecidas en el ámbito cultural por parte del gobierno de Chile son:

- ✓ **Estadísticas culturales:** (<http://www.cultura.gob.cl/estudios/estadisticas-culturales/>) La Sección de Estadísticas Culturales del Departamento de Estudios del Consejo de la Cultura tiene como objetivo es el levantamiento de información estadística en el ámbito cultural y proveer de información fiable y de calidad para la toma de decisiones fundada en información, para elaborar políticas públicas apoyadas en evidencia empírica. En ella se encuentra la Cuenta Satélite de la Cultura y el **Programa de Cartografía Digital**, un sistema que genera información con el objetivo de dotar al país de un instrumento de medición de la “oferta” cultural existente, así como de explorar categorías, mecanismos y metodologías para la construcción de la red informativa.
- ✓ **Observatorio Cultural:** <http://www.cultura.gob.cl/estudios/observatorio-cultural/> Perteneciente al Departamento de Estudios del Consejo de la Cultura, es la sección responsable de instalar mecanismos de análisis y reflexión regulares sobre la base de fuentes de información disponibles acerca de las culturas de nuestro país, aportando espacios para comprender el desarrollo del campo cultural en sus diversos ámbitos.

Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento

Existen múltiples leyes destinadas a la protección y el fomento del patrimonio cultural, así como de la cultura en sus diferentes ámbitos. De las numerosas leyes de cultura llevadas a cabo destacaremos las siguientes:

LEY DE FOMENTO AUDIOVISUAL (Ley nº 19.981 de 2004)

Sus objetivos son el desarrollo, fomento, difusión, protección y preservación de las obras audiovisuales nacionales y de la industria audiovisual, así como la investigación y el desarrollo de nuevos lenguajes audiovisuales.

El artículo nº 4 de esta misma ley crea en el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual y en el artículo nº 8 se deja constancia de la creación del Fondo de Fomento Audiovisual, administrado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, destinado a otorgar ayudas para el financiamiento de proyectos, programas y acciones de fomento de la actividad audiovisual nacional.

Crea el Consejo Nacional de la Cultura, descrito como un servicio público autónomo, descentralizado y territorialmente desconcentrado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que se relacionará directamente con el Presidente de la República; aunque todos aquellos actos administrativos del Consejo en los que, según las leyes, se exija la intervención de un Ministerio, deberán realizarse a través del Ministerio de Educación y las Artes.

El Consejo tiene por objeto apoyar el desarrollo de las artes y la difusión de la cultura, contribuir a conservar, incrementar y poner al alcance de las personas el patrimonio cultural de la Nación y promover la participación de estas en la vida cultural del país.

La ley también crea el Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes con el objeto de financiar proyectos, programas, actividades y medidas de fomento, ejecución, difusión y conservación de las artes y el patrimonio cultural en sus diversas modalidades y manifestaciones, con exclusión de aquellas materias cubiertas por la ley Nº 19.227, de Fomento del Libro y la Lectura.

LEY DE LA CREACIÓN DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (Ley nº 18.838)

Corresponderá a este Consejo velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión, y la vigilancia y fiscalización en cuanto al contenido de las emisiones que a través de ellos se efectúen.

LEY DE FOMENTO DE LA MÚSICA CHILENA (Ley nº 19.928 de 2004.)

Crea el Consejo de Fomento de la Música Nacional como un órgano representativo y especializado en esta materia, cuya misión es el fomento, estímulo, promoción y difusión de la música nacional. Para financiar las funciones, actividades y objetivos de este Consejo se creó el Fondo para el Fomento de la Música Nacional, administrado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, cuya finalidad será el financiamiento de las actividades y objetivos del Consejo de Fomento de la Música Nacional.

También es esta ley la que creará el Premio a la Música Nacional "Presidente de la República", en las menciones de "Autor o Compositor" e "Intérprete, Recopilador, Realizador o Productor Musical" que consistirá en un diploma firmado por el Presidente y un premio monetario compuesto por doscientos setenta unidades tributarias mensuales.

CONDICIONES DE TRABAJO Y CONTRATACIÓN DE LOS TRABAJADORES DE ARTES Y ESPECTÁCULOS (Ley nº 19.889 de 2003)

Se definen las personas trabajadoras en las artes y espectáculos y se regulan sus condiciones de contratación y trabajo, como el derecho a días de descanso y la obligación del contratante a proveer al artista del traslado, alimentación y alojamiento del trabajador en caso de realizar el trabajo en una ciudad ajena, etcétera.

LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL (Ley nº 17.336 de 2010)

Protege los derechos que adquieren los autores de obras de la inteligencia en los dominios literarios, artísticos y científicos, cualquiera sea su forma de expresión, y los derechos conexos que ella determina. El derecho de autor comprende el derecho moral y el patrimonial, que protegen la paternidad, la integridad y el aprovechamiento de la obra. Algunos ejemplos son el derecho perteneciente al autor o autora a decidir sobre la divulgación de la obra, el derecho a mantener el anonimato incluso tras la muerte, la transferencia de sus derechos sobre la obra a otra persona, etc.

DECRETO DE DONACIONES CON FINES CULTURALES (Decreto 787 de 1991)

Se crea en el año 1991 y supondrá un instrumento complementario a los mecanismos que provee el Estado para el fomento, difusión y circulación de la cultura, consistente en un estímulo a la inversión privada en proyectos y actividades artístico-culturales y patrimoniales mediante la aplicación de una exención tributaria. Se trata de un sistema de financiamiento mixto, en que el Estado y el sector privado participan en el financiamiento de los proyectos acogidos al beneficio.

La página web del servicio se puede visitar en <http://www.donacionesculturales.gob.cl/>

Políticas culturales

POLÍTICA CULTURAL (2011-2016)

Se plantea como objetivos fortalecer la creación artístico cultural, visibilizar y fomentar las industrias culturales como motor de desarrollo, fortalecer y actualizar las normativas relacionadas con el arte y la cultura, contribuir a instalar los bienes y servicio artístico culturales en el escenario internacional, reconocimiento de los derechos de autor, promover la creación cultural vinculada a plataformas digitales a través de las nuevas tecnologías de la comunicación, promover el acceso y la participación de la comunidad en iniciativas artístico culturales, generar acceso a una oferta artístico-cultural, promover la formación de hábitos de consumo artístico-culturales en la comunidad, potenciar y promover el rol de los agentes culturales en la creación y difusión de las artes y la cultura, promover el intercambio de contenidos culturales a través de las nuevas tecnologías de la comunicación, contribuir a que se valore y resguarde el patrimonio cultural material e inmaterial y fomentar el turismo cultural respetando la diversidad y la conservación del patrimonio cultural de la nación.

El Plan se articula en torno a tres ejes:

1. Creación artística
2. Patrimonio cultural
3. Participación ciudadana.

Destaca la importancia de incorporar la tecnología a las artes a nivel local, regional y nacional, garantizar espacios participativos para el desarrollo cultural y artístico del país y crear un marco legislativo que reconozca los derechos culturales de sus ciudadanos, atienda las demandas del sector y trabaje en forma conjunta con este para contribuir conjuntamente al desarrollo cultural del país.

Fuentes de financiación

- **FONDOS DE CULTURA:** (<http://www.fondosdecultura.gob.cl/>)

Los Fondos de Cultura son recursos destinados anualmente por la Ley de Presupuesto de la Nación para fomentar el desarrollo de las artes, la difusión de la cultura y la conservación del patrimonio artístico y cultural de Chile. Con los recursos de cada fondo se realizan concursos de proyectos para la comunidad artística, se ejecutan programas propios de cada fondo y se entregan premios y reconocimientos. Cada fondo tiene un Consejo o Directorio que define las líneas de acción, y es administrado por una Secretaría que depende del Departamento de Fomento de las Artes e Industrias Creativas.

→ Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (FONDART)

El “Fondo Nacional para el Desarrollo Cultural y las Artes”, FONDART, fue creado el año 1992 con la aprobación de la ley N° 19.891 con el objetivo de apoyar el desarrollo de las artes, la difusión de la cultura y la conservación del patrimonio cultural de Chile. Los recursos del fondo se dividen en dos fondos distintos: uno de carácter nacional y otro regional. Los recursos se emplean en la creación de programas y concursos de proyectos abiertos a la comunidad artística, con el fin de estimular la formación

profesional, la creación artística, la mediación cultural y la conservación patrimonial en las áreas artísticas de Artes Visuales, Fotografía, Nuevos Medios, Teatro, Danza, Artes Circenses, Artesanía, Diseño y Arquitectura.

→ **Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura**

Creado por la Ley 19.227 de 1993 con el objetivo de apoyar y promover proyectos, programas y acciones de apoyo a la creación literaria, la promoción de la lectura, la industria del libro, la difusión de la actividad literaria y el fortalecimiento de las bibliotecas públicas. A través de becas, pasantías y premiaciones, el Consejo del Libro también promueve la formación de los creadores y estimula su actividad.

→ **Fondo de Fomento de la Música Nacional**

Se crea en 2004 a través de la Ley N° 19.928 como herramienta de financiamiento con la que el Estado chileno reconoce, apoya y estimula instancias y a personas que destaquen en la disciplina y arte de la música y por ende el fortalecimiento de la identidad cultural del país. Es administrado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA).

→ **Fondo de Fomento Audiovisual**

Se crea en 2004 con la ley N° 19.981, como Fondo dependiente del Consejo Nacional de la Cultura a través del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, encargado de financiar la producción y distribución de obras cinematográficas, creación de guiones, equipamiento, formación profesional, investigación y difusión de las nuevas tendencias creativas y de innovación tecnológica.

• **PREMIOS DE LAS ARTES**

Premios Nacionales (Ley n° 19.169.) Los premios se entregan de acuerdo a las siguientes premisas:

- a. El Premio Nacional de Literatura se concede al escritor cuya obra, en cualquier género literario, lo haga acreedor de dicha distinción.
- b. El Premio Nacional de Periodismo distingue al profesional que se haya destacado por su contribución al desarrollo del periodismo escrito, radial o televisivo.
- c. Los Premios Nacionales de Ciencias Exactas, de Ciencias Naturales y de Ciencias Aplicadas y Tecnológicas se otorgan, en cada caso, al científico cuya obra en el respectivo campo del saber lo haga merecedor de dicha distinción.
- d. El Premio Nacional de Historia distingue al investigador que se haya destacado por su aporte a la historiografía, comprendida desde los inicios del poblamiento humano.
- e. El Premio Nacional de Ciencias de la Educación se otorga a la persona que haya sobresalido por su contribución al desarrollo de la educación en cualquiera de sus niveles, o a las ciencias de la educación.
- f. Los Premios Nacionales de Artes Plásticas, de Artes Musicales y de Artes de la Representación y Audiovisuales se entregan, en cada caso, a la persona que se haya distinguido por sus logros en la respectiva área del arte, en alguna de las especialidades que determina el reglamento.
- g. El Premio Nacional de Humanidades y Ciencias Sociales se otorga al humanista, científico o académico, que se haya destacado por su aporte en el ámbito de las ciencias humanas, en cualquiera de las disciplinas que señala el reglamento.

Cada premio nacional establecido en la ley comprende los siguientes galardones: un diploma; una suma ascendente a \$6.562.457, cantidad que se reajusta anualmente, a contar del año 1993, en el porcentaje correspondiente a la variación del índice de precios al consumidor (IPC) experimentada durante el año calendario anterior⁸⁸ y una pensión vitalicia mensual. Además de los beneficios económicos señalados, el Estado debe promover el conocimiento y la difusión de la obra de los premiados.

- **Fondos internacionales**

Además de los Fondos Nacionales, en la página web del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes se puede acceder a otros recursos de financiación como son los fondos internacionales que actúan en Chile: BID, UNESCO, Ibermedia, Iberescena, Ibermúsica y Media Mundus.

Además de ello, ofrece información sobre otras redes de financiamiento privado.

Colombia

En Colombia, la Cultura ocupa un rango ministerial. Así, el Ministerio de Cultura (<http://www.mincultura.gov.co/>) es el organismo encargado de formular, coordinar, ejecutar y vigilar la política del Estado en materia cultural.

La información ofrecida por el Ministerio de Cultura es fácilmente accesible y está dividida en los siguientes sectores: artes, patrimonio, cinematografía, comunicaciones, poblaciones y fomento regional.

El sector de las artes agrupa, a su vez, otras disciplinas artísticas como la literatura, la danza, las artes visuales, la música, el teatro y el circo. En el de las comunicaciones, por su parte, se incluye lo relativo a la cultura digital.

Cada sector posee su propio apartado de convocatorias que permite indagar el tipo de apoyo gubernamental que el país ofrece al colectivo de artistas. Otros aspectos a destacar en la clasificación de la información ofrecida se resumen en los siguientes puntos:

- Existencia del Plan Nacional de Cultura 2001-2010, que entiende la cultura como derecho universal y como potencial productivo cuyo interés es gestionar una agenda intersectorial entre economía y cultura que impulse las industrias culturales. Algunas de las medidas llevadas a cabo por el mismo son el fomento de las micro, pequeñas y medianas empresas, el diseño de líneas especiales de crédito, la implementación de programas de capacitación empresarial, el incentivo a las experiencias exitosas y la creación de viveros e incubadoras empresariales especializadas en el sector, actividades que se basan en seis ejes:
 - El desarrollo de incentivos fiscales y tributarios.
 - La implementación de líneas de fomento financiero.
 - El fortalecimiento de las asociaciones de creadores, productores y distribuidores.
 - La formación artística y técnica de los actores del sector.
 - La protección de los derechos de autor.
 - La búsqueda y apertura de mercados internacionales.

- Aporte de estadísticas del Sector cinematográfico colombiano, con indicadores que muestran la situación de la industria cinematográfica en Colombia tales como producción, espectadores, taquilla y exhibición. Información a cargo del Sistema de Información y Registro Cinematográfico (SIREC), un instrumento creado por la Ley del Cine que tiene como propósito apoyar los procesos de seguimiento de políticas y toma de decisiones para la cinematografía nacional.
- Estrategias formativas con énfasis en innovación, gestión, emprendimiento y asociación entre los agentes del sector. La convocatoria se difunde a través de www.emprendimientocultural.org, una plataforma Web 2.0 dedicada a informar sobre temas culturales, convocatorias, becas, festivales, encuentros, formaciones y a visibilizar agrupaciones culturales, artistas, etc. El Ministerio de Cultura y la AECID colaboran económicamente con esta plataforma.
- Existencia de la Dirección de Fomento Regional encargada de asesorar y acompañar a entidades culturales, espacios de participación, gestores y creadores culturales de los departamentos y municipios del país, en temas relacionados con participación, fuentes de financiación, planeación, formación y otros procesos de gestión cultural. Promueve espacios de encuentro, diálogo y concertación entre las entidades territoriales y el Ministerio de Cultura a través de encuentros, jornadas, reuniones, etc. Es la encargada de otorgar los Premios a la gestión cultural territorial y de la Estrategia de Promotores Regionales (EPR), un esquema de intervención local que brinda asesoría técnica a municipios y a la ciudadanía en temas de gestión cultural. En cuanto a formación, oferta un único curso sobre “gestión cultural con énfasis en formulación de proyectos culturales” dirigido a gestores culturales de las regiones del país, responsables de cultura de las entidades públicas del sector. Se puede acceder a través del link: <http://www.culturayproyectos.com/procomun/>

En 2014 se pone en marcha un Banco de Experiencias Significativas en Cultura encaminado a buscar referentes prácticos que sirvan de pauta a diferentes agentes culturales, hacer público el capital intelectual del sector cultural y multiplicar experiencias positivas en el marco de lo cultural.

- Se busca el fomento a la circulación de productos y servicios culturales, a través del fortalecimiento de mercados culturales nacionales (Mercado Cultural del Caribe, Mercado Insular de Expresiones Culturales, Circulart, entre otros), apoyando a su vez, la participación de emprendedores culturales en el ámbito internacional, mediante los estímulos para la circulación de emprendedores del Programa Nacional de Estímulos y de la Estrategia de Internacionalización de la Música Colombiana, llevada a cabo en alianza con Proexport.

Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento

LEY GENERAL DE CULTURA (LEY 397 DE agosto de 1997)

Ley de 1997 que estableció el Sistema Nacional de Cultura y dio lugar al Plan Nacional de Cultura de 2001-2010 “Hacia una ciudadanía democrática y cultural”, instrumento impulsor de las industrias culturales que promovió incentivos fiscales, líneas de fomento financiero, la apertura de mercados internacionales, el fortalecimiento de la agremiación sectorial, la formación técnica y la protección del derecho de autor.

Algunas de las medidas que se establecen en la Ley son:

- ✓ Para fomentar la cultura, El Estado establecerá numerosos programas, bolsas de trabajo, becas, premios anuales, concursos, festivales, talleres de formación artística, apoyo a personas y grupos dedicados a actividades culturales, ferias, exposiciones, unidades móviles de divulgación cultural, y otorgará incentivos y créditos especiales para artistas sobresalientes, así como para integrantes de las comunidades locales en el campo de la creación, la ejecución, la experimentación, la formación y la investigación a nivel individual y colectivo.
- ✓ Con el fin de favorecer el intercambio cultural, se establece la fijación del régimen aduanero, la supresión de aranceles del ingreso temporal de bienes culturales o la adopción de medidas que faciliten su entrada al país y la exención de impuestos de aduana y nacionalización a bienes de interés cultural que sean adquiridos a cualquier título o recuperados por una entidad pública.
- ✓ Establecimiento de una pensión vitalicia para los creadores y gestores de la cultura. Financiación de actividades culturales a través del IFI mediante la realización de operaciones de crédito a sociedades y entidades sin ánimo de lucro, o de descuento a través del sistema financiero.
- ✓ Generación de recursos (art.55). El Ministerio de Cultura, estimulará y asesorará la creación de planes, programas y proyectos de carácter comercial.

En la Ley General de Cultura se establece el Sistema Nacional de Cultura (se recoge en el artículo 57), definido como el “conjunto de instancias y procesos de desarrollo institucional, planificación e información articulados entre sí, que posibilitan el desarrollo cultural y el acceso de la comunidad a los bienes y servicios culturales según los principios de descentralización, participación y autonomía”. Los componentes del Sistema son:

1. Instancias culturales: responsables de la formulación, ejecución y seguimiento de las políticas y de los planes de cultura en los ámbitos departamental y municipal. La instancia cultural del orden nacional es el Ministerio de Cultura. Algunos ejemplos son: Secretaría de Cultura, Dirección de Cultura, Coordinación de Cultura, entre otros. Otras instancias culturales públicas, privadas y mixtas son: Biblioteca Nacional de Colombia, Museo Nacional de Colombia, Archivo General de la Nación, Fondos Mixtos de Cultura, Casas de Cultura, Bibliotecas públicas, Museos, Archivos, Cajas de Compensación Familiar, Cámaras de Comercio, Banco de la República, Organizaciones no gubernamentales.
2. Los espacios de participación: son escenarios de concertación entre el Estado y la sociedad civil, encargados de liderar y asesorar a los gobiernos nacional y territorial en la formulación y ejecución de las políticas y la planificación de los procesos culturales. Los diferentes Consejos formarían parte de estos espacios.
3. Procesos: conjunto de acciones que enriquecen, potencian, transforman y divulgan el ámbito cultural, observando criterios democráticos, participativos y multiculturales. Existen tres tipos: Procesos de desarrollo y fortalecimiento institucional, de Planeación y de Financiación.

Ley de FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO (Ley 1014 de 2006)

Establece responsabilidades institucionales en torno a la promoción de los vínculos entre la formación para el emprendimiento y el sistema formal de educación en todos sus niveles, así como mecanismos para facilitar la creación de nuevas empresas articuladas con las cadenas y

clusters productivos relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo. Esta ley establece la obligación de asignar recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, así como la gestión de acuerdos con las entidades financieras.

LEY DE DESARROLLO DE LAS MIPYMES (Ley 590 DE 2000)

Tiene por objeto promover el desarrollo integral de las Mipymes y la generación de empleo a través del desarrollo regional y la integración de sectores económicos, establece responsabilidades en torno a la promoción de la participación de las Mipymes en las compras públicas, la realización de ferias y exposiciones para facilitarles el acceso a mercados y la creación del Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las Mipymes (Fomipyme), con miras a financiar programas, proyectos y actividades para el desarrollo empresarial y tecnológico de las Mipymes y aplicar instrumentos no financieros dirigidos al fomento y promoción de estas mediante cofinanciación no reembolsable de programas, proyectos y actividades.

LEY DEL LIBRO (Ley 98 de 1993)

Supone una de las primeras expresiones legislativas en el ámbito cultural. Estableció exenciones y deducciones sobre la renta y el impuesto de timbre a procesos que intervienen en la cadena editorial (autores, editores, distribuidores, librerías); supresión de aranceles e impuestos a la importación de libros, insumos y equipos; exención de IVA a la importación y venta de libros; acceso a mecanismos de crédito y formación, facilitación aduanera y de circulación postal, entre otras.

LEY DE ESPECTÁCULOS (Ley 1493 del 26 de diciembre de 2011)

Tiene como propósito formalizar y fortalecer el sector de los espectáculos públicos de las artes escénicas, a través de la implementación de diferentes medidas que favorecen el incremento de recursos, generan incentivos tributarios, racionalizan las cargas impositivas y simplifican los trámites, procedimientos y requisitos para la realización de este tipo de eventos. En ella se establecen aspectos fiscales referidos a la exclusión del IVA de los espectáculos públicos de las artes escénicas y la deducción del 100% del Impuesto sobre la Renta de las inversiones ligadas a este tipo de espectáculos. En la misma orientación, se describe la creación de la contribución parafiscal cultural, consistente en el 10% de lo recaudado en la boletería de los espectáculos que se destinará al sector cultural de las artes escénicas en el municipio o distrito generador de la misma, que posteriormente serán empleados en la mejora de los espectáculos.

Otra de las medidas a destacar contempladas en la Ley de Espectáculos, es la de facilitar y promover por parte de las autoridades la realización de espectáculos en parques.

LEY DEL CINE (Ley 814 del 02 de julio de 2003)

En ella se pueden encontrar menciones a diferentes fuentes de financiación como:

- ✓ El **Fondo para el Desarrollo Cinematográfico y el Fondo Fílmico Colombia** (FFC), es una cuenta o instrumento de financiación creado para operar durante 10 años desde el 2012, con recursos del Presupuesto General de la Nación para devolver a los productores audiovisuales en Colombia, un porcentaje del valor que gasten en los servicios necesarios para esa finalidad. Para solventar la falta de empresas y capitales se

conceden estímulos tributarios para inversiones y donaciones a proyectos cinematográficos y la posibilidad de titularización de esas inversiones. Los contribuyentes del impuesto a la renta que realicen inversiones o donaciones a proyectos cinematográficos de producción o coproducción colombianas aprobados por el Ministerio de Cultura tendrán derecho a deducir de su renta por el período gravable en que se realice la inversión o donación el 125% del valor real invertido o donado.

- ✓ El **Fondo Ibermedia** opera a través de ayudas financieras (préstamos reembolsables) orientadas al desarrollo, coproducción, distribución y promoción de películas iberoamericanas, así como a la formación de los profesionales de la región.
- ✓ El **Fondo de Desarrollo Cinematográfico (FDC)** es un instrumento de financiación que se alimenta del dinero proveniente de la contribución parafiscal como una manera de lograr que los recursos generados por el cine se reinviertan en el mismo sector, financiando proyectos en desarrollo de guiones, producción y posproducción de largometrajes y realización de documentales y cortometrajes. Está a cargo del Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC), conformado por el Ministro de Cultura.

Políticas culturales

En Colombia existen multitud de políticas culturales, fácilmente accesibles a través de la página web donde facilitan la lectura e información sobre las diferentes políticas existentes con la elaboración y publicación de un documento titulado “Compendio de Políticas Culturales” documento único que recoge la información de todas ellas. Destacamos a continuación la información relevante relativa a las mismas:

POLÍTICA PARA EL EMPRENDIMIENTO Y LAS INDUSTRIAS CULTURALES

Facilita la creación de un ecosistema favorable al emprendimiento cultural. Los componentes y estrategias de la política son:

- La generación del conocimiento y la información a través de la articulación de la información sobre industrias culturales y del campo artístico al SINIC (Sistema Nacional de Información Cultural), la construcción de diagnósticos socioeconómicos para la cadena de valor y observatorios para las industrias culturales y grupos de investigación.
- Formación para el emprendimiento realizando dos estrategias de intervención. Por un lado el diseño e implementación de procesos de capacitación para el emprendimiento y construcción de planes de negocios y por otro, el de una cátedra de formación empresarial en las facultades de formación artística del país.
- Desarrollo y sostenibilidad del emprendimiento cultural. Las estrategias se enmarcan en la regulación y normatividad (actualización del marco legislativo), el apoyo e impulso a la asociatividad y agremiación.
- Creación y fortalecimiento de redes a nivel local (intraredes) que posteriormente se articulan entre sí a través del Programa de Laboratorios Sociales de Cultura y Emprendimiento (Laso).
- Articulación con otras políticas del Estado a través de tres propósitos transversales, comunes a todos los ejes de acción de la política: la innovación, la descentralización y la responsabilidad social empresarial.

Otro de los objetivos o ejes de acción de la ley es la apertura de canales de circulación y nuevos mercados más allá de lo local a través de formación de públicos para la producción artística y cultural, generación de espacios de exhibición y comercialización de los productos, impulso a la circulación en medios masivos de comunicación, introducción de TIC y acceso a la Web para la creación, producción, gestión, difusión y circulación de los productos y contenidos culturales, fomento a la generación de mercados y ruedas de negocios culturales, espacios de exhibición, ferias y eventos, etc.

POLÍTICA DE LAS ARTES

Dentro la política de las artes, se encuentra la política de literatura, la política del teatro, la política de danza, la política de música y la política de formación artística. En la mayoría de ellas se hace referencia al emprendimiento, en su mayor parte en términos de impulso de la formación en emprendimiento. Algunos ejemplos:

- **Programa Laso** es un proyecto integral que abarca las esferas de la formación en producción técnica y artística, los procesos de organización y asociatividad de jóvenes, el trabajo en red, la circulación y la implementación de proyectos productivos basados en arte y cultura, a partir de la apropiación, por parte de los jóvenes, de unas herramientas que articulan los procesos de producción de contenidos artísticos y los procesos de gestión y emprendimiento. El programa está basado en el concepto de emprendimiento en red, relacionando las TIC y el emprendimiento cultural a través de cuatro componentes: Formación (formación de formadores, formación de emprendedores, producción artística y liderazgo comunitario), Organización y vínculos; Circulación y Sostenibilidad.
- **Programas Pilotos de Emprendimiento**, cuyo objetivo es el diseño de un plan estratégico que permita mejorar la gestión y la circulación de artistas y la formación de los organizadores de los festivales en procesos de gestión cultural, marketing cultural, networking y ruedas de negocios.
- Entre los logros de las políticas se destaca la **Alianza estratégica con el Sena, el Grupo de Emprendimiento y Prana Incubadora de Empresas Culturales e Industrias Creativas** (<http://pranaincubadora.org/quienes-somos/>) para la apertura de programas técnicos y tecnológicos en artes (música y artes escénicas).

Fuentes de financiación

- Existen diferentes fuentes de financiación en el sector cultural a través de aliados estratégicos como **Fondo Emprender del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)**, e **INNpulsa** con créditos condonables, así como con **BANCOLDEX** y **Fondo Nacional de Garantías (FNG)**, mediante el acceso a créditos no condonables con tasas preferenciales para el sector.
- En el ámbito de las artes escénicas destaca el **Fondo Iberoamericano** de ayuda **Iberescena**, como un programa de fomento, intercambio e integración de la actividad de las artes escénicas iberoamericanas. A través de diferentes convocatorias, pretende promover en los Estados miembros por medio de ayudas financieras, la creación de un espacio de integración de las Artes Escénicas
- Para fortalecer las industrias culturales se promueve la generación de empresas culturales formalizadas, realizando alianzas con el **Sistema Nacional de Incubadoras** y articulando redes de asesoría y apoyo técnico y empresarial, resultado de proyectos piloto

implementados en asocio con incubadoras, **Cajas de Compensación**, centros de formación y desarrollo empresarial. Otra medida es la búsqueda de canales y oportunidades de financiamiento para la cadena productiva de las artes a través de la convergencia de fuentes públicas y privadas, gestionar y divulgar nuevas fuentes de financiación como fondos de capital de riesgo, capital semilla o microcréditos e impulsar mecanismos tributarios que permitan dirigir recursos nuevos al sector e impulsar la RSE.

- El **Programa Nacional de Estímulos (PNE)** presente en la política de estímulos tiene por objetivo estimular la creación, la investigación y la formación de los actores del sector, así como la circulación de bienes y servicios, para la sostenibilidad cultural del país. Otorga premios nacionales y reconocimientos, becas para el desarrollo o culminación de un proyecto en particular, pasantías y residencias artísticas.
- La **Ley 1014 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento** descrita anteriormente gestiona acuerdos con las entidades financieras que promueven el otorgamiento de créditos y la generación de condiciones para que en las regiones surjan fondos de inversionistas, fondos de capital semilla y fondos de capital de riesgo para el apoyo a las nuevas empresas
- Existen diferentes fuentes de financiación en el sector cinematográfico como pudimos ver en la ley del cine (**Fondo para el Desarrollo Cinematográfico y el Fondo Fílmico Colombia (FFC), Fondo Ibermedia y Fondo de Desarrollo Cinematográfico (FDC)**).
- **TICS Américas**, considerado uno de los programas de mayor nivel para el apoyo a los emprendedores, ayuda en el desarrollo del plan de negocios, acompañamiento, apoyo tecnológico e implementación de procesos de innovación y creatividad en las nuevas compañías.

Costa Rica

En Costa Rica, la Cultura tiene un rango ministerial compartido, representado en el Ministerio de Cultura y Juventud, al que se puede acceder a través de su página web (<http://www.mcj.go.cr/ministerio/>). Su misión es la de fomentar y preservar la pluralidad y diversidad cultural, y facilitar la participación de todos los sectores sociales, en los procesos de desarrollo cultural y artístico, sin distinciones de género, grupo étnico y ubicación geográfica; mediante la apertura de espacios y oportunidades que propicien la revitalización de las tradiciones y manifestaciones culturales, el disfrute de los bienes y servicios culturales, así como la creación y apreciación artística en sus diversas manifestaciones.

La plataforma institucional que conforma el MCJ, es la responsable de un trabajo de gestión cultural que se concentra en ocho grandes áreas de atención: Gestión y promoción cultural, Información, comunicación y divulgación, Juventud, Artes escénicas, Audiovisuales, Artes musicales, Artes visuales, y Patrimonio histórico cultural. En la web del Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), Costa Rica divide la temática cultural en diferentes grupos: Artes Escénicas, Cine y Audiovisuales, Artes –Visuales y Diseño, Literatura, Música y Patrimonio. Si entramos en los diferentes enlaces de cada una de las artes, únicamente encontramos links a organismos nacionales del sector.

La gestión pública de la cultura se concentra mayoritariamente en dos áreas de atención: las expresiones artísticas y el patrimonio cultural, siguiendo lo que tradicionalmente se han considerado ámbitos de acción del sector cultura.

El País ha elaborado diferentes estudios para diagnosticar la situación institucional en materia de cultura en el país, siendo consciente de sus debilidades y líneas de acción. En 2010, se expuso la necesidad de emprender un proceso de construcción concertada de una Política Nacional de Cultura y una Ley General de Cultura, que daría lugar a la creación del Plan de trabajo para la construcción de una política pública y una ley de cultura en Costa Rica (2010-2012). Actualmente, Costa Rica está en pleno proceso de creación de una Ley General de Cultura, tras la reciente creación de la Política Nacional de los Derechos Culturales en base a unas líneas de acción que se llevarán a cabo en el periodo entre 2013 y 2024.

En la web del MCJ encontramos información relevante respecto a los siguientes puntos:

- La **Unidad de Cultura y Economía**, Desde su establecimiento en mayo de 2014, la UCE del Ministerio de Cultura y Juventud se ha propuesto generar las condiciones para crear y potenciar los emprendimientos e industrias culturales y creativas costarricenses, por medio de la coordinación y articulación de esfuerzos a nivel institucional, interinstitucional, con el sector privado y la sociedad civil, orientados hacia el crecimiento del sector y el desarrollo sostenible local y nacional. Consta de cinco componentes clave: La Cuenta Satélite de Cultura, la Encuesta Nacional de Cultura y el Sistema de Información Cultural brindan datos consistentes y actualizados para orientar la política pública y la toma de decisiones. Y por otro lado, la Economía Creativa y Corredor Cultural Caribe que promueven las alianzas público-privadas para el potenciamiento de emprendimientos y micro, pequeñas y medianas empresas culturales, en temas como capacitación y acceso al financiamiento.
- Existencia de una **Cuenta Satélite de la Cultura** (<http://cuentasatelitecultura.go.cr/>). La Cuenta Satélite de Cultura (CSC) es un sistema de información estadística que permite visibilizar la contribución de la cultura a la economía costarricense, como un motor de desarrollo integral y sostenible. Genera un conjunto de indicadores y estadísticas accesibles para todas las personas que quieran acceder a ellos.
- **SICultura**: El Sistema de Información Cultural Costarricense (SICultura) es un fichero en línea (<http://www.sicultura.go.cr>) concebido para convertirse en el más grande y completo captador, organizador y contenedor de la información cultural de todo el país. Es uno de los componentes del Proyecto Plataforma Tecnológica Cultural, impulsado por la Dirección de Cultura (DC) del Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ).
- **Corredor Cultural Caribe**: El Programa “Corredor Cultural Caribe (CCC)” tiene como objetivo fundamental promover los emprendimientos, la comunicación, la cooperación, el turismo cultural, la investigación, la formación y el diálogo cultural, poniendo en valor la diversidad y la integración de las culturas vivas del Caribe y su integración, desde Belice hasta Panamá y República Dominicana. No cuenta con una web propia, si no con un blog y página en FB a través del cual se puede acceder a información (<http://www.corredorculturalcaribecr.com/>).
- **Sistema Nacional de Educación Musical (SINEM)** cuya misión es establecer programas de formación musical de alta calidad en todo el país, basados en el principio de inclusión, que sirvan como herramienta de desarrollo humano, dirigidos a toda la población nacional de niños, niñas y jóvenes. (<http://www.sinem.go.cr/>)

- **Sistema Nacional de Bibliotecas de Costa Rica (SINABI):** Realiza diferentes actividades para fomentar la lectura, entre ellas el proyecto “Promoción de la lectura” que se realiza en todas las bibliotecas del país con el fin de impulsar el desarrollo integral de la comunidad nacional por medio de la lectura, el libro y las bibliotecas con actividades de extensión bibliotecaria y cultural, servicios, productos y espacios.

Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento

Aunque en Costa Rica no existe una Ley General de Cultura como tal, el país se encuentra en un proceso legislativo de creación de la misma, tras la reciente aprobación de una Política General de Cultura:

POLÍTICA NACIONAL DE LOS DERECHOS CULTURALES

Se aprobó a finales de 2013 la Política Nacional de Derechos Culturales, cuyos lineamientos estratégicos son:

1. Participación efectiva y disfrute de los derechos culturales en la diversidad.
2. Dinamización económica de la cultura.
3. Protección y gestión del patrimonio cultural, material e inmaterial.
4. Fortalecimiento institucional para la promoción y la protección de los derechos culturales.
5. Derechos culturales de los Pueblos Indígenas.

El proyecto que dará forma a la Ley General de Cultura es el siguiente:

PROYECTO DE LEY GENERAL DE DERECHOS CULTURALES

En ella se protesta acerca de los insuficientes mecanismos y estímulos específicos, para el desarrollo de la economía creativa y la economía social solidaria, la carencia de medidas específicas para la protección de la producción y de los trabajadores de la cultura, entre otros problemas.

La propuesta de ley se estructura en diferentes títulos:

- Título I Disposiciones preliminares: Busca una conceptualización más precisa y clara de la cultura y sus diferentes ámbitos.
- Título II. El Ministerio de Cultura y Juventud y el Sistema Nacional de Protección y Promoción de Derechos Culturales: Propone el Sistema Nacional de Protección y Promoción de Derechos Culturales
- Título III. Promoción y Estímulo para el Ejercicio de los Derechos Culturales : Propone acciones para respaldar los procesos de creación cultural y la dinamización económica de la cultura
- Título IV. Protección y gestión del patrimonio cultural: Busca fortalecer las medidas de protección y gestión del patrimonio cultural; y mejorar la regulación de la relación entre particulares e institucionalidad pública en materia de patrimonio, tomando en cuenta el ejercicio efectivo del derecho de participación.
- Título V. Derecho sancionatorio, establecer algunas medidas sancionatorias básicas que aseguren el cumplimiento de las leyes.
- Título VI. Disposiciones finales: Propone reformas legislativas como el establecimiento de una vinculación entre Sistema Educativo y derechos culturales

en la normativa básica y crear la Unidad Permanente de Asuntos Culturales en las Municipalidades.

El proyecto de ley cuenta con una página web propia donde se puede ampliar la información: <http://politica.cultura.cr/ley-general-de-cultura/>

Además de esta ley, en Costa Rica también se está trabajando para la aprobación de la Ley concertada de Fomento Cinematográfico y Audiovisual, a través de encuentros de figuras relevantes del sector y discusiones en Congresos. De momento se ha realizado el primer congreso el mes de noviembre de 2014.

En esta esfera de lo cultural, la República de Costa Rica cuenta con una serie de leyes que pertenecen al ámbito cultural, de las cuales podemos destacar:

CREACIÓN MINISTERIO DE CULTURA Y JUVENTUD (Ley 4788)

El 5 de julio de 1971, mediante la Ley N° 4788 se creó el Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes. Esta ley legalizó el traspaso de todas las responsabilidades, competencias y funciones de oficinas que estaban a cargo del Ministerio de Educación Pública.

LEY DEL SISTEMA NACIONAL DE ARCHIVOS (Ley N° 7202)

En la ley consta que La Dirección General del Archivo Nacional será una entidad de servicio público que funcionará como un órgano desconcentrado del Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes. Se convierte en el Archivo Histórico más grande de Costa Rica y, en el ente rector del Sistema Nacional de Archivos. Está compuesto por el conjunto de archivos públicos de Costa Rica, y por los privados y particulares que se integren a él, a los que se garantiza libre acceso salvo aquellos declarados secretos de Estado de acceso restringido.

LEY DE DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS (Ley No. 6683 de 14 de octubre de 1982)

En ella se incluyen una serie de derechos para los(as) autores(as) de las obras, como la necesidad de que autoricen que sus obras puedan ser publicadas, la obligación de colocar el nombre de la persona creadora si la obra es difundida, el derecho a autores(as) con anonimato a recuperar sus obras, el derecho a mantener la obra inédita, retirar la obra de circulación entre otros derechos morales y patrimoniales sobre su obra.

Fuentes de financiación

Entre los programas presupuestarios se encuentran: Actividades Centrales, Conservación del Patrimonio Cultural a cargo del Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, Gestión y Desarrollo Cultural, a cargo de la Dirección de Cultura, Sistema Nacional de Bibliotecas y Desarrollo Artístico y Extensión Musical, a cargo de la Dirección General de Bandas.

- **PROARTES.** El Programa Nacional para el Desarrollo de las Artes Escénicas (PROARTES) tiene como objetivo apoyar, promover, difundir, preservar e incrementar las manifestaciones artísticas escénicas de Costa Rica a través del apoyo económico a proyectos puntuales concebidos por el sector cultural y artístico independiente. Convocatoria hasta el 7 de julio. <http://www.teatromelico.go.cr/portal/proartes/Inicio.aspx>

➤ **Becas:**

- Becas Taller, Dirección de Cultura del MCJ. Una beca taller representa un estímulo económico anual para el desarrollo de proyectos, a fin de crear, investigar, impartir o recibir capacitación en áreas relacionadas con el arte y la cultura. El plazo de recepción de propuestas vence el 31 de julio de cada año. http://www.dircultura.go.cr/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=35&Itemid=111
- Becas Colegio de Costa Rica. Las categorías recompensadas son estímulo a la creación literaria, capacitación e investigación, edición y difusión, y promoción a la lectura
- Becas para el Fomento de las Artes Literarias, se realiza a través del programa del Colegio de Costa Rica promovido por el Ministerio de Cultura y Juventud, cuya dotación de las becas va desde un mínimo de 1,5 millones de colones hasta un máximo de 6 millones de colones. Se centra en diferentes categorías:

➤ Estímulo a la creación literaria:

Comprende apoyo para la realización de proyectos que tengan como objetivo fomentar la creación literaria nacional, y está dirigido a escritores profesionales y emergentes.

➤ Capacitación e investigación:

Apoyo a proyectos orientados a ampliar las competencias académicas, artísticas y culturales de personas físicas en instituciones nacionales o internacionales, mediante posgrados referentes a la edición, la crítica y la creación literarias, gestión de recursos bibliográficos, traducción literaria, conservación y restauración del patrimonio bibliográfico, entre otros. También contempla el desarrollo de proyectos de investigación, análisis, evaluación y estudios que aporten conocimientos referentes al libro y la lectura. En esta modalidad podrán postular, indistintamente, tanto personas físicas como jurídicas.

➤ Edición y Difusión:

Comprende apoyo total o parcial a proyectos destinados a la edición y difusión de las creaciones literarias, gracias a la promoción, distribución y difusión, en ámbito nacional e internacional.

➤ Promoción de la lectura:

Comprende apoyo a proyectos que tengan por objeto fomentar la lectura mediante diversos tipos de actividades, las cuales se dirijan a aquellas poblaciones que presenten mayores necesidades de atención.

➤ **BID Cultura**

Desde 1994, el Programa de Desarrollo Cultural del Centro Cultural del BID auspicia proyectos culturales a través de alianzas con instituciones en 26 países del Hemisferio. La convocatoria para este año ha concluido, prestar atención al 2015. <http://www.iadb.org/es/temas/cultura/cultural-center/programa-de-desarrollo-cultural,1671.html>

➤ **Centro Costarricense de Producción Cinematográfica**

Institución técnica y cultural especializada del Estado, adscrita al Ministerio de Cultura y Juventud, encargada de fomentar y desarrollar la producción y cultura cinematográfica

nacionales. El Centro, ofrece ayuda económica a productores costarricenses para poder asistir a diferentes encuentros o festivales del sector cinematográfico.

➤ **UNESCO**

Los Fondos concursables buscan financiar, total o parcialmente, proyectos de iniciativa social vinculados a la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial (PCI) de Latinoamérica de los 14 países miembros del CRESPIAL (a la fecha, el Centro está conformado por: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Paraguay, Perú, México, Uruguay y Venezuela)

. <http://www.crespial.org/es/Content2/index/0076/CR/0/fondos-concursables-de-proyectos-para-la-salvaguardia-del-pci-2013>

Cuba

En Cuba la cultura ocupa un rango ministerial, el Ministerio de Cultura (<http://www.min.cult.cu/>) creado en 1976 es el encargado de dirigir, orientar, controlar y ejecutar en el ámbito de su competencia la aplicación de la política cultural del Estado y del Gobierno, así como garantizar la defensa, preservación y enriquecimiento del patrimonio cultural de la nación cubana. El Ministerio se estructura en un total de once direcciones: Programas Culturales, Relaciones Internacionales, Economía, Supervisión y Auditoría, Recursos Humanos, Cuadros, Jurídica, Base Técnico-Material e Inversiones, Inspección, Seguridad y Protección e Industria y Servicios Culturales.

Además de ello, en el Ministerio se puede acceder a una gran red institucional en el ámbito cultural (instituciones nacionales y consejos, instituciones adscritas, fundaciones, empresas y sociedades mercantiles).

Algunas de las acciones y proyectos que realiza el gobierno cubano en el ámbito cultural son las siguientes:

- **CUBARTE:** (<http://www.cubarte.cu/>)

Es el portal virtual de la cultura cubana. Ofrece información de los diferentes sectores culturales (actividades, eventos, convocatorias, etc.) y de las entidades relacionadas con los mismos. El portal web se divide en los siguientes sectores: música, literatura, artes escénicas, artes visuales, cine, radio y TV, patrimonio, cultura comunitaria y enseñanza artística.

- **Cuba Literaria:** <http://www.cubaliteraria.cu/>

Es el Portal del Instituto Cubano del Libro, además de informar de todo lo que acontece en el ámbito cultural literario, produce cada año los sitios web de los premios nacionales de Literatura, Edición, Diseño del Libro y Ciencias Sociales; de otras personalidades de las letras, así como sitios en salud a efemérides y eventos nacionales e internacionales relacionados con la literatura. Desarrolla y realiza proyectos de audiolibros, multimedia y edita libros digitales.

- **Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano**

La Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano es una entidad cultural privada con personalidad jurídica propia, sin ánimo de lucro. Fue creada en 1985 con el propósito de contribuir al desarrollo e integración del cine latinoamericano y lograr un universo audiovisual común, además de cooperar con el rescate y afianzamiento de la identidad

cultural de América Latina y el Caribe. Además ofrece cursos, talleres y seminarios para fomentar la formación y realiza estudios e investigaciones y ofrece diferentes premios.

Cuenta con una página web (<http://www.cinelatinoamericano.org/>) que informa de convocatorias relacionadas con el cine y el audiovisual, así como de artistas y obras producidas en el país.

- **Observatorio del Cine y el Audiovisual Latinoamericano**

Es una plataforma de información y análisis especializados sobre la situación del Espacio Audiovisual de América Latina y el Caribe que pertenece a la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano.

- **Biblioteca Nacional de Cuba:** <http://www.bnjm.cu/>

La Biblioteca Nacional de Cuba José Martí es la institución encargada de la adquisición y conservación de los ejemplares de las publicaciones del país en cualquier formato. Tiene como objetivo principal salvaguardar el patrimonio bibliográfico de la nación cubana.

- **Portal de las Artes Visuales en Cuba:** <http://www.cnap.cult.cu/>

Ofrece información acerca de la actualidad en el sector cultural de las Artes Visuales dentro del país, publicando los diferentes eventos, exposiciones, acontecimientos acontecidos y demás información relevante.

- **Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC)**

El ICAIC es la autoridad cinematográfica nacional, la principal productora de largometrajes, documentales y animados del país, y la encargada de la promoción y distribución nacional e internacional del cine cubano. Dentro de la propia institución, sostiene la Cinemateca de Cuba, el Archivo Fílmico, Ediciones ICAIC, la Revista Cine Cubano y el Portal del ICAIC (www.cubacine.cult.cu).

- **Cubacine:** <http://www.cubacine.cult.cu/>

Es el portal del **Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC)**, brinda acceso a información relevante en el sector, publicaciones, convocatorias, eventos y a la cartelera. También proporciona acceso a un archivo de filmografía cubana.

- **Instituto Cubano de la Música (ICM)**

Creado en 1989, es la institución del Ministerio de Cultura que propone, ejecuta y controla la aplicación de la política cultural en la rama de la música y los espectáculos en el país y garantiza el desarrollo, protección, enriquecimiento, defensa y promoción del patrimonio musical de la nación.

- **Instituto Cubano del libro (ICL)**

El Instituto Cubano del Libro, es la institución rectora de la edición, la comercialización y la promoción de libros y publicaciones seriadas en Cuba, así como de las relaciones del Estado cubano con los escritores, sus organizaciones representativas y los profesionales del libro. Forma parte del Ministerio de Cultura, cuya política cultural ejerce en toda su estructura ramal, mediante el diálogo permanente y la participación activa de los intelectuales en la formulación de sus programas y proyectos, y las opiniones recibidas de los distintos públicos sobre su labor.

- **Consejo Nacional de Casas de Cultura**

Creado en 1991 bajo el nombre de Centro Nacional para el Trabajo Cultural en la Comunidad, modificado con el nombre Centro Nacional de Cultura Comunitaria en 1994, y actualmente como Consejo Nacional de Casas de Cultura. Lleva a cabo talleres, cursos y seminarios de animación socio - cultural comunitaria, promueve la participación social, entre otras actividades.

- **Consejo Nacional de las Artes Plásticas (CNAP)**

Institución creada en el año 1989. Su misión consiste en desarrollar y promover las artes visuales, preservar el patrimonio que atesoran sus instituciones, así como llevar a vías de hecho la política cultural, de acuerdo con el desarrollo del arte contemporáneo. El CNAP promueve la obra de más 10 000 creadores entre artesanos y artistas, y promociona y protege las piezas que atesoran las colecciones de sus instituciones.

- **Consejo Nacional de las Artes Escénicas (CNAE)**

Se encarga de promover el desarrollo de las manifestaciones teatrales y danzarias en el país. Bajo su atención se encuentran varias instituciones y más de 100 compañías de teatro, danza, canto lírico, pantomima, humor y circo. Promueve además el trabajo de la Revista Especializada Tablas, el Centro de Investigaciones de las Artes Escénicas, la Empresa Escenarte y Tecnoescena.

- **Consejo Nacional de Patrimonio Cultural (CNPC)**

Trabaja por la protección, rescate, conservación, restauración, exhibición, investigación y divulgación del patrimonio cultural y natural, así como por la formación de profesionales en la materia.

- **Casa de las Américas:** <http://www.casa.cult.cu/>

La Casa de las Américas divulga, investiga, auspicia, premia y publica la labor de escritores, artistas plásticos, músicos, teatristas y estudiosos de la literatura y las artes; cuya comunicación fomenta el intercambio con instituciones y personas de todo el mundo.

- **Teatro Nacional de Cuba:** <http://www.teatronacional.cult.cu/>

Cuenta con un servicio de información sobre el teatro, ofrece talleres y cursos de formación y dona un premio anual de \$ 5000.00 MN, además de realizar su labor como teatro de la nación cubana.

- **Centro Nacional de Derecho de Autor:** <http://www.cenda.cult.cu/>

El CENDA, creado en 1978 presta atención a la formación de especialistas en materia de Derecho de Autor, mediante la participación e implementación de cursos y adiestramientos, y el incremento permanente de sus fondos bibliográficos.

- **Archivo Nacional de la República de Cuba (ARNAC)** (<http://www.arnac.cu/>)

Tiene como misión salvaguardar la documentación de connotación nacional, que por su valor histórico, económico, social y político, constituye la reserva más importante de la memoria documental de la nación cubana.

Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento

A través de la página del Ministerio de cultura, encontramos una información acerca de la realización de un proceso de revisión de toda la legislación vigente en industrias culturales en estos momentos.

LEY DE REFORMA CONSTITUCIONAL (de 1992 en su Capítulo V, Artículo 39)

Se establece que el Estado orienta, fomenta y promueve la educación, la cultura y las ciencias en todas sus manifestaciones, y particularmente preconiza la libertad de creación artística y la defensa de la identidad de la Cultura Cubana, la conservación del patrimonio cultural y la riqueza artística e histórica de la nación y la protección de los monumentos nacionales. El Estado realizará la tarea de fomentar y desarrollar la educación artística, la vocación para la creación y el cultivo del arte y la capacidad para apreciarlo.

CREACIÓN DEL MINISTERIO DE CULTURA (Ley No. 1323 de 1976)

Entre sus funciones principales reguladas en el Acuerdo No. 2838, de 28 de noviembre de 1994, se encuentran:

"Dirigir, controlar y ejecutar en el ámbito de su competencia, la aplicación de la política cultural del Estado y el Gobierno, así como garantizar la defensa, preservación y enriquecimiento del patrimonio cultural de la nación cubana, orientar y estimular el desarrollo de la cultura en la comunidad, el interés y la participación de la población en las diversas expresiones culturales y el movimiento de aficionados, entre otras."

LEY DE ASOCIACIONES (Ley No. 54 de 1985)

Esta ley regula el ejercicio del derecho de asociación reconocido constitucionalmente a todos los ciudadanos. El Estado garantiza el derecho de asociación como medio a través del cual los ciudadanos pueden realizar múltiples actividades que coadyuven al desarrollo de la ciencia, la cultura, el deporte, las iniciativas creadoras, el esparcimiento y la recreación en el tiempo libre, así como las manifestaciones de amistad y solidaridad humana y otras formas de organización para el beneficio social. El Ministerio de Cultura sirve como órgano de relación a 6 Fundaciones y 14 Asociaciones.

LEY DEL DERECHO DE AUTOR (Ley N° 14 de 1997)

Tiene por objetivo brindar la debida protección al derecho de autor en Cuba en el caso de obras científicas, artísticas, literarias y educacionales de carácter original que se hayan hecho o puedan hacerse de conocimiento público por cualquier medio lícito, cualesquiera que sean sus formas de expresión, su contenido, valor o destino.

El Decreto No. 20, del 21 de febrero de 1978, creó al Centro Nacional de Derecho de Autor, el que se responsabiliza con la protección de los derechos de autores y tiene entre sus funciones básicas la de contribuir a que los valores culturales y la creación intelectual sean de beneficio universal, se difundan internacionalmente y se garanticen las remuneraciones correspondientes.

Asimismo por la Resolución No. 150, de fecha 12 de diciembre de 1986, del Ministro de Cultura, se crea la Agencia Cubana de Derecho de Autor Musical (ACDAM) entidad subordinada en la actualidad al Instituto Cubano de la Música, donde se le otorga entre sus atribuciones y funciones, la realización de gestiones operativas, comerciales y de promoción

relacionadas con los autores musicales, así como la representación en el extranjero de autores residentes en Cuba y la representación en el territorio nacional de autores cubanos y extranjeros.

LEY DE PROTECCIÓN AL PATRIMONIO CULTURAL (Ley nº 1 de 1977)

Tiene como propósito fundamental emprender una acción educativa de ámbito nacional encaminada a desarrollar en todo el pueblo un sentimiento de respeto al patrimonio cultural y a establecer las medidas de control indispensables que permitan conservar los bienes que integren o deban integrarlo. La Ley No. 2, de igual fecha, define qué se entiende por monumentos nacionales y locales y regula su protección.

Dentro de la legislación relacionada con este tema se encuentra la Ley No. 87, de 16 de febrero de 1999, modificativa de la Ley No. 62 “Código Penal” que incluye nuevas tipificaciones de delitos contra la protección del patrimonio cultural.

Otro aspecto importante dentro de esta legislación referida al patrimonio, es el contenido en el Decreto 129, de 17 de julio de 1985, que regula el desarrollo de la escultura monumentaria y ambiental y que establece los lineamientos a seguir en el desarrollo de esta manifestación.

LEY SOBRE EL FOMENTO Y PROMOCIÓN DE LA CREACIÓN (Decreto Ley Nº 106 de 1988)

Decreto de la condición laboral y la comercialización de las obras del creador de artes plásticas y aplicadas, establece la condición laboral y la comercialización de las obras del creador de artes plásticas y aplicadas. En su Capítulo II regula las formas en que se podrá desarrollar su labor y se le otorga el derecho de disfrutar de un régimen de seguridad social en los términos y condiciones que al efecto se establezcan. Asimismo, la Resolución No. 98, de 12 de junio de 1989, creó el Registro del Creador de Obras de Artes Plásticas y Aplicadas y pone en vigor su reglamento.

El Decreto No. 259, de 7 de diciembre de 1998, establece un régimen de seguridad social obligatorio a favor de los creadores de artes plásticas y aplicadas que realizan su labor de forma independiente y que no están amparados por otro régimen de seguridad social.

Los Decretos Leyes No. 144 y No. 145, del año 1993, reconocen respectivamente la condición laboral de los creadores musicales y literarios y consignan las vías para su protección y apoyo con el objetivo de fortalecer su papel en la creación de los valores espirituales del pueblo cubano. En ambos documentos se regulan las condiciones laborales y las remuneraciones que recibirán por el desempeño de sus trabajos.

Las Resoluciones No. 23 y No. 24 de 1995 crean los Registros Nacionales del Creador Musical y Literario respectivamente y determinan como se realizarán las inscripciones y certificaciones de las obras.

RÉGIMEN ESPECIAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL (Decreto-Ley No.312)

Establece un régimen especial de la Seguridad Social de los creadores, artistas, técnicos y personal de apoyo que no son sujetos del régimen general u otro régimen especial de Seguridad Social. Este régimen ofrece protección a los afiliados ante la vejez, invalidez, maternidad o en caso de muerte a su familia. Los artistas y creadores tendrán la posibilidad de escoger la base de

contribución que deseen en la escala progresiva diseñada para el pago de este tributo, acotó la especialista.

Sobre bibliotecas, museos y archivos

En Cuba existe una importante red de bibliotecas públicas que abarcan todos los municipios del país y que están regidas metodológicamente por la Biblioteca Nacional "José Martí", atendiendo a que el Decreto 3387, de 17 de marzo de 1964, establece que esta institución es la designada para llevar a la práctica la tarea de compilación y archivo especializado de la bibliografía nacional.

En 1998, mediante la Resolución No. 6 del Ministro de Cultura, atendiendo a que el departamento de Bibliografía Cubana de la Biblioteca Nacional realizaba con amplia experiencia y prestigio la labor de compilación de la bibliografía nacional y de temáticas históricas, literarias y de personalidades de la cultura cubana, se atribuye a la Biblioteca Nacional el control bibliográfico de la nación.

Por su parte la legislación del patrimonio cultural incluye la Ley No. 23, de 18 de mayo de 1979, que permitió crear en cada uno de los municipios de Cuba un museo en el que se atesoran la historia, las tradiciones y la vida de las personalidades más destacadas de cada localidad.

La Resolución No. 107, de 1983, establece el reglamento para las actividades del Archivo Central del Ministerio de Cultura, en el que se encuentra depositada una amplia documentación que constituye parte del patrimonio documental sobre diversos aspectos de la cultura, las artes y la enseñanza artística.

CASAS DE LA CULTURA

Resolución No. 8 de 1978, que crea el sistema nacional de Casas de Cultura con el objetivo de extender los servicios culturales a la población para satisfacer la demanda de disfrute cultural.

PLAN MAESTRO DE REVITALIZACIÓN INTEGRAL DE LA HABANA VIEJA

(Decreto Ley 143)

(<http://www.planmaestro.ohc.cu/>)

El Plan Maestro para la Revitalización Integral de La Habana Vieja surgió en 1994 dentro de la estructura de la Oficina del Historiador de la Ciudad, con el objeto de estudiar la problemática del Centro Histórico y dictar las estrategias y acciones para su recuperación, justo cuando se había puesto en marcha un nuevo modelo de gestión con la promulgación del Decreto-Ley 143. Desarrolla diferentes tareas, especialmente proyectos e investigaciones históricas, urbanísticas, sociales y económicas, como apoyo al proyecto de rehabilitación que se desarrolla en la Zona Priorizada para la Conservación.

Fuentes de financiación

Cuba lleva a cabo un tipo de financiamiento de proyectos culturales amplio, incluyendo la posibilidad de que los recursos provengan de fuentes privadas e independientes, siempre a través de una institución u organismo nacional, la mayoría de ellos, son realizados a través de organismos e instituciones. Algunas de esas instituciones son la Asociación Hermanos Saíz (AHS, de jóvenes artistas), la Unión de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC), los institutos y

consejos del Ministerio de Cultura (Mincult), así como el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT).

➤ **Premio Teatro Nacional De Cuba**

Premio anual a aquellos que por su labor, ya sean personas o colectivos, se hayan vinculado con nuestra institución en un intercambio cuyos frutos hayan redundado en favor de la sociedad. Consistente en trofeo (logotipo del TNC, en bronce, con base de mármol negro, tridimensional y con rótulos descriptivos), la suma de \$ 5000.00 MN y certificado acreditativo.

➤ **Fondo de Desarrollo de la Educación y la Cultura**

Tiene como objetivo contribuir a financiar los gastos en divisas de las siguientes actividades: programas culturales ramales o territoriales, proyectos culturales específicos, inversiones y gastos de la conservación, preservación y mantenimiento del patrimonio, gastos de promoción de los creadores y su obra, inversiones y gastos de la enseñanza artística, eventos culturales nacionales e internacionales, objetivos específicos de la base técnico-material de la cultura, dar atención, excepcionalmente, a personalidades de la cultura y el arte, cuando no se disponga de otras vías de solución.

➤ **Fondo Cubano de Bienes Culturales**

Creado en 1978, es la institución encargada de la promoción y comercialización nacional e internacional de las artes plásticas y de la artesanía artística. El trabajo con el sector artesanal constituye una de las líneas priorizadas de dicha institución atendiendo al protagonismo que la artesanía va adquiriendo en el mercado turístico, ya que en ella se encuentran reflejados elementos simbólicos de la cultura cubana.

➤ **Asociación Hermanos Saíz**

Desde el año 1995 la Asociación Hermanos Saíz (AHS) presenta sus convocatorias a las becas y premios resultado de la gestión y el diálogo entre la Dirección Nacional de la AHS, el Ministerio de Cultura y sus instituciones en aras de articular un sistema promocional que respalde la materialización de proyectos artísticos de los jóvenes creadores(as) cubanos.

➤ **Consejo Nacional de las Artes Plásticas (CNAP)**

Promueve tres premios importantes:

- **Premios Nacionales de Artes Plásticas:** Máximo reconocimiento otorgado a aquellos creadores de las artes visuales que hayan enriquecido el legado de la cultura cubana en general y de las artes visuales en particular.
- **Premio de Crítica de Arte “Guy Pérez Cisneros”:** Instaurado en el año 1999, con la intención de incentivar la investigación y el ejercicio de la crítica dentro de las artes visuales cubanas.
- **Premio de Curaduría de Arte:** Instaurado en el año 2000 con el fin de fomentar el desarrollo y la promoción de las artes visuales, la investigación sobre los procesos de transformación y evolución del arte cubano; así como, para incentivar esta práctica por su especial significado y capacidad de reflexión dentro del panorama de la cultura visual cubana.

➤ **Programas internacionales**

Cuba participa en diversos programas de gran interés en el plano internacional como son: la Red del Sistema de Información Cultural de Latinoamérica y el Caribe o la Red Internacional sobre Políticas Culturales. Además, es miembro de la Organización de Estados Iberoamericanos, de la

Organización para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y de la Organización Mundial para la Propiedad Intelectual (OMPI), entre otras. Cuba brinda asistencia técnica en diversas manifestaciones artísticas en un gran número de países y actualmente tiene en vigor alrededor de 50 convenios, acuerdos y actas de cooperación.

España

Las funciones del Estado relativas a materia de Bellas Artes y Patrimonio Artístico y Cultural se remontan al S.XIX, con la articulación de las Reales Academias. Sin embargo no es hasta 1977 cuando se crea el Ministerio de Cultura como tal. Desde entonces mantiene el rango ministerial con identidad propia hasta 1996 y desde 2004 a 2011. Durante los demás períodos se encuentra asociado a los ministerios de Educación, con sus distintas designaciones. Actualmente la Cultura en España comparte rango ministerial con Educación y deporte, constituyendo así el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. La Secretaría de Estado de Cultura es el organismo encargado de la gestión y directrices relativas a la política cultural. Sus funciones principales son la promoción, protección y difusión de la misma, con referencia específica a la cultura en español y la tauromaquia, así como al aspecto internacional en colaboración con el Ministerio de Exteriores.

A través del enlace <http://www.mecd.gob.es> accedemos a su página web, donde existe un apartado específico en el cual podemos encontrar todo lo relativo al Cultura. Dentro del mismo, en la organización de contenidos se destaca:

- Áreas de Cultura: Archivo, Artes Escénicas y Música, Bibliotecas, Cine y Audiovisuales, Cooperación, Industrias Culturales y Mecenazgo, Infraestructuras y Equipamientos, Libro, Museos, Patrimonio Cultural, Promoción del Arte, Propiedad Intelectual, Subsecretaría: Tauromaquia.
- Becas, ayudas y subvenciones.
- Información Administrativa; Sede Electrónica; Estadísticas; Publicaciones y Bibliotecas

En cuanto a los sectores culturales en España y cómo se organizan, los principales son: Artes Escénicas y Música agrupadas; Cine y Audiovisuales; Libro, lectura y letras; Patrimonio Cultural y Tauromaquia. En cada acceso concreto de la página web existe información relativa a las mismas. Las demás pestañas son ámbitos cuya información es relativa a todos los sectores.

Los aspectos más relevantes relativos a la cultura a los que tenemos acceso a través de la página web del Ministerio son:

- Plan de Cultura 2020, creado como un documento funcional con el objetivo principal de instrumentalizar los recursos de cara a la consecución de los siguientes objetivos específicos:
 1. Fomentar una oferta cultural de calidad.
 2. Actualizar el marco jurídico de protección de la cultura.
 3. Promover una alianza social por la cultura.
 4. Extender la cultura española más allá de nuestras fronteras.
 5. Impulsar la actividad creadora.
- Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas 2017: El fomento de la innovación y el emprendimiento, el desarrollo tecnológico y digital, el desarrollo del mercado y la internacionalización, la necesidad de una formación multidisciplinar y empresarial de los

profesionales de las ICC, la provisión de fondos y la ayuda a la captación de inversión y la creación de un marco que favorezca la apreciación de la propiedad intelectual.

- Plan de Fomento para las Industrias Creativas y Culturales de España en 2015, que focaliza sus esfuerzos en los siguientes objetivos:
 1. Articular una política de Estado que garantice el derecho de acceso a la cultura y contribuya a vertebrar la ciudadanía y favorecer la cohesión social.
 2. Reforzar, desde la transparencia, los instrumentos de comunicación y cooperación cultural entre las administraciones públicas y otras instituciones para promover un uso eficiente y racional de los recursos culturales.
 3. Impulsar la cultura como elemento esencial de proyección exterior de la marca ESPAÑA.
 4. Incentivar la participación y el protagonismo de la sociedad civil en el apoyo y el fomento de la cultura.
 5. Facilitar la creación, la innovación y la producción de conocimiento e impulsar la Cultura en Red, salvaguardando los derechos derivados de la propiedad intelectual.
- El Ministerio cuenta con una base de datos estadísticos ligados especialmente a la cultura, los cuales son publicados en un portal concreto llamado CULTURABase (<http://www.mcu.es/culturabase>). En ella podemos encontrar resultados relativos a los diferentes sectores culturales, (Véase Libro, Artes Escénicas y Musicales, Cine y Vídeo, Asuntos taurinos y Bienes culturales), así como a magnitudes transversales, además de una Estadística de Síntesis.

Leyes específicas de cultura

Si bien no existe una Ley que abarque todos los aspectos relacionados con la cultura, en España hay una serie de leyes y documentos legislativos que regulan diferentes ámbitos culturales. A continuación se exponen los más relevantes en el tema que nos ocupa, el emprendimiento, organizadas por áreas.

LEY DE APOYO A LOS EMPRENDEDORES Y SU INTERNACIONALIZACIÓN (Ley 14/2013)

Se basa en las siguientes líneas de acción:

1. Impulso al proyecto emprendedor: Se crea la nueva figura del Emprendedor de Responsabilidad Limitada (ERL), que permitirá proteger el patrimonio personal del emprendedor ante las eventuales deudas que pudiera generar su actividad empresarial. Se impone la Tarifa plana de 75 euros para los nuevos emprendedores, que permitirá reducir en un 80% la cuota mínima de autónomos en los primeros seis meses de actividad, en un 50% en los siguientes seis, y en un 30% en los seis posteriores. Supresión del requisito de capital mínimo para crear una sociedad, se crea la figura de la Sociedad Limitada de Formación Sucesiva que permitirá poner en marcha una sociedad sin necesidad de atender al requisito de aportar un capital mínimo de 3.000 euros. A cambio, se restringe la retribución anual que pueden percibir socios y administradores, y la posibilidad de repartir dividendos.
2. Mejora del entorno normativo:

Agilización de la creación de empresas. La ley fija un método rápido de constitución de sociedades mediante modelos simplificados y procesos telemáticos.

Garantía de una segunda oportunidad: agiliza la liquidación de los proyectos fallidos mediante acuerdos extrajudiciales con los acreedores y les ofrece mayor protección, previendo quitas de hasta el 25% y moratorias de hasta tres años.

Incentivos fiscales. La nueva ley establece una nueva deducción del 10% en la cuota del Impuesto de Sociedades para los beneficios de las pymes que, en lugar de repartirse entre los accionistas o los propietarios, se reinviertan en nuevos activos para impulsar el negocio. La medida supone la creación de un tipo superreducido del 15% para las pymes que reinviertan sus ganancias. Se crean ayudas a la I+D para empresas con pocos beneficios o en pérdidas e incentivos fiscales a financiadores (los inversores podrán deducirse un 20% de la cuantía aportada en la cuota estatal del IRPF y tendrán exención total sobre los beneficios que obtengan siempre que se materialicen en un plazo máximo de doce años y que se reinviertan en otra sociedad.) de proyectos emprendedores.

Apoyo a la expansión de los proyectos a través de la reducción de cargas administrativas y facilitando el proceso para optar a contratos públicos.

Ayudas a la internacionalización: La ley compromete a los poderes públicos a prestar asesoramiento a los emprendedores que quieran acceder a los planes de ayuda al emprendimiento de las instituciones internacionales. Además de ello, el Gobierno utilizará el estímulo de los permisos de residencia para atraer inversiones significativas en deuda pública, compra de vivienda o proyectos empresariales.

LEY DE LA LECTURA, DEL LIBRO Y DE LAS BIBLIOTECAS (Ley de 10/2007)

Esta Ley nace con el propósito de establecer la jurisdicción sobre el libro como elemento cultural y bien económico de mercado; como publicación, desde su producción a comercialización y en cualquier soporte disponible, publicado en España (en español o lenguas oficiales de las diferentes Comunidades Autónomas). Incluye promoción de los autores y la industria y del comercio del libro, regulación de las bibliotecas. Notable en relación al desarrollo cultural es la importancia que se da en este documento a la lectura, considerado imprescindible para ejercer el derecho a la educación y cultura en la sociedad de la información. Por ello se incluyen planes para su fomento, los cuales:

- Estarán dirigidos especialmente a población infantil, juvenil y sectores desfavorecidos de la sociedad, en especial personas discapacitadas.
- Potenciarán el acceso a la información y desarrollo de los lectores a través de la mejora de los servicios y dotaciones bibliográficas.
- Incluirán entre sus acciones la creación de instrumentos de análisis para conocer la realidad al respecto.
- Se nutrirán de las aportaciones del Estado y otras entidades colaboradoras, en cooperación.
- Incluirán medidas de evaluación y seguimiento.
- Promoverán el especial compromiso de los medios de comunicación, públicos y privados, así como los de titularidad autonómica.

LEY CINE Y AUDIOVISUALES (Ley55/2007)

En este documento se regula el funcionamiento de las producciones cinematográficas en España. En su contenido aparecen ayudas para la creación, producción, distribución, exhibición,

conservación y promoción de las obras, así como otras ayudas e incentivos (económicos y de participación) con el objetivo de fomentar las mismas.

LEY DE FUNDACIONES (Ley 49/2002, de 23 de diciembre)

La ley de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. Entre las entidades sin fines lucrativos se encuentran por tanto aquellas que realizan actividades relacionadas con la cultura, su impulso, protección, o cualquier acción que signifique un aporte positivo a la misma.

Esta ley regula el régimen fiscal de las entidades sin ánimo de lucro, así como los incentivos fiscales al mecenazgo. Relacionado con el tema que nos ocupa, contiene “una nueva regla especial de imputación de rentas en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas aplicable a las ayudas públicas destinadas a la conservación y rehabilitación de bienes de interés cultural; una novedosa regulación de las deducciones por gastos e inversiones en bienes del Patrimonio Histórico Español contenidas en la Ley del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y en la Ley del Impuesto sobre Sociedades, extendiéndose el derecho a practicar la deducción a las cantidades invertidas en entornos protegidos de ciudades españolas o en conjuntos declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO, que se relacionan en un anexo de la propia Ley”.

Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones contempla los fines culturales como posible actividad propia de una Fundación. De hecho, las fundaciones dirigidas a los mismos tendrán especial atención en cuanto a financiación.

LEY DE PATRIMONIO HISTÓRICO (Ley 16/1985)

En este documento se definen los bienes culturales o de Patrimonio Histórico y se exponen las medidas para su protección. Asimismo propone el inventariado de los más relevantes y su declaración de interés cultural. Cada Comunidad Autónoma se hará cargo de la preservación, protección y proyección del Patrimonio Histórico que contenga, siempre que se respeten las directrices estatales.

PROPIEDAD INTELECTUAL

En esta área existen varias leyes creadas para la protección de los Derechos de Autor, con el fin de salvaguardar las libertades y derechos de las personas que contribuyen con su aportación al crecimiento de la cultura de España.

Fuentes de financiación

→ Secretaría de Estado de Cultura De España

Otorga ayudas y subvenciones para proyectos en las áreas de Archivos; Artes escénicas y música; Bibliotecas; Cine y audiovisuales; Cooperación cultural; Industrias culturales; Libro, lectura y letras; Museos; Patrimonio histórico; y Promoción de las bellas artes.

→ Ministerio De Educación Cultura Y Deporte

Corresponde al Ministerio de Educación, Cultura y Deporte la propuesta y ejecución de la política del Gobierno en materia educativa, de formación profesional y de universidades, así como la promoción, protección y difusión del patrimonio histórico español, de los museos estatales y de las artes, del libro, la lectura y la creación literaria, de las actividades cinematográficas y audiovisuales y de los libros y bibliotecas estatales, la promoción y difusión de la cultura en español, así como el impulso de las acciones de cooperación

cultural y, en coordinación con el Ministerio de Asuntos Exteriores, de las relaciones internacionales en materia de cultura. Asimismo, corresponde a este Ministerio la propuesta y ejecución de la política del Gobierno en materia de deporte

→ **Organización De Estados Iberoamericanos (OEI)**

Para contribuir a la construcción de un espacio cultural iberoamericano favoreciendo el intercambio entre profesionales iberoamericanos de la cultura, la OEI convoca ayudas a la movilidad para creadores, gestores, promotores y profesionales iberoamericanos de la cultura que quieran enriquecer su trabajo mediante el conocimiento de otros contextos profesionales que permitan el intercambio en los distintos ámbitos culturales de Iberoamérica.

→ **Agencia Española De Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)**

La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), es una Entidad de Derecho Público adscrita al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación a través de la Secretaría de Estado de Cooperación Internacional (SECI). La Declaración del Milenio y los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) configuran una agenda y metodología común en la lucha contra la pobreza, por lo que son el principal referente de la política española de cooperación internacional. Proporcionan becas, premios y subvenciones, muchas de ellas en el ámbito de la cultura y el desarrollo del patrimonio.

→ **FUNDACIONES**

Existen múltiples fundaciones dedicadas al mecenazgo, a la investigación, al fomento y a la difusión de la cultura. Las más destacables son: Fundación telefónica, Banco Santander, AXA, Fundación BBVA, Fundación Obra Social La Caixa, Fundación Endesa, Fundación Vodafone o Fundación Málaga.

México

México es el país de Latinoamérica con más bienes culturales y bienes inmateriales, de acuerdo a la Lista de Patrimonio Cultural, elaborada por la UNESCO. A pesar de ello, el país no ha contado con una Secretaría dedicada a la Cultura hasta el año 2015.

La Secretaría de Cultura fue creada en diciembre de 2015. Es la institución encargada de la promoción y difusión de las expresiones artísticas y culturales de México, así como de la proyección de la presencia del país en el extranjero. Impulsa la educación y la investigación artística y cultural y dota a la infraestructura cultural, de espacios y servicios dignos para hacer de ella, un uso más intensivo. Trabaja en favor de la preservación, promoción y difusión del patrimonio y la diversidad cultural. Asimismo, apoya la creación artística y el desarrollo de las industrias creativas para reforzar la generación y acceso de bienes y servicios culturales, además de que promueve el acceso universal a la cultura aprovechando los recursos que ofrece la tecnología digital. Se puede acceder a la Institución a través de la web <https://www.gob.mx/cultura>.

El Gobierno de México pone en marcha diferentes instituciones y organismos de los cuales cabe destacar:

La existencia de los Centros Nacionales de Investigación, Documentación e Información: Teatral, de Artes Plásticas, de la Danza y el Musical. Estos centros trabajan en la investigación,

conservación documental y la realización de publicaciones en su sector; además de promover actividades, seminarios, conferencias, encuentros y talleres.

En México destaca en el ámbito de la recolección de información y estadísticas culturales, la puesta en marcha de la Cuenta Satélite de la Cultura que se puede encontrar dentro del Instituto Nacional de Estadística y Geografía. No cuenta con una página web propia, ni se le da amplia visibilidad, resultando prácticamente dificultoso el acceso a los datos de la misma. Su propósito es delimitar la interacción de agentes económicos y la generación de flujos que dan como resultado el intercambio de bienes y servicios, que incorporan trabajo y capital, y que producen valor agregado, en torno a las prácticas culturales, lo cual permitirá recopilar datos para la generación de información que posibilite el análisis del sector cultural. El primer informe que se presenta es el del intervalo 2008-2011, pero ya está disponible el informe 2015-2016.

Cabe destacar también, la existencia del Centro Nacional de las Artes (CENART) (<http://www.cenart.gob.mx>), es una institución dedicada a la difusión, investigación, formación, impulso, debate y enseñanza del arte, la cultura y la interdisciplina. La misión del CENART es generar e impulsar nuevos enfoques y modelos para la educación, la investigación y la difusión de las artes, con énfasis en las expresiones y debates actuales, la interdisciplina artística, y la vinculación del arte con la ciencia y la tecnología; así como promover y estimular espacios de confluencia para la formación, la creación, la vida profesional y el desarrollo de públicos, a través de múltiples canales de cooperación académica y artística. Aquí se encuentran, además, cuatro centros nacionales de investigación artística del INBA dedicados al teatro, la danza, las artes plásticas y la música, y el Centro Multimedia, que lleva a cabo proyectos de enseñanza y de experimentación en el campo de las artes electrónicas y las nuevas tecnologías aplicadas al arte.

Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento

CONSTITUCIÓN DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Contiene numerosos artículos referidos a la educación y la cultura:

- Artículo 3: Establece como obligación del Estado, alentar el fortalecimiento y difusión de la cultura mexicana con la ayuda de las universidades y demás instituciones de educación superior a las que la Ley otorga autonomía para difundir la cultura.
- Artículo 4. Señala que la Ley protegerá y promoverá el desarrollo de las lenguas, culturas, usos, costumbres, recursos y formas específicas de organización social de los pueblos indígenas.
- Artículo 6 Establece el derecho a la libertad de expresión, garantizando la libertad de difundir el producto de la creación, el artículo 7º garantiza la libertad de escribir y publicar sobre cualquier materia.
- En el artículo 28 se reconoce la propiedad del producto de la creación cultural y se enuncian los principios para su producción.

LEY GENERAL DE CULTURA Y DERECHOS CULTURALES (del 19 de junio de 2017)

Promueve y protege el ejercicio de los derechos culturales y establece las bases de coordinación para el acceso de los bienes y servicios que presta el Estado en materia cultural. Sus disposiciones son de orden público e interés social y de observancia general en el territorio nacional.

La Ley tiene por objeto:

- I. Reconocer los derechos culturales de las personas que habitan el territorio de los Estados Unidos Mexicanos;
- II. Establecer los mecanismos de acceso y participación de las personas y comunidades a las manifestaciones culturales;
- III. Promover y respetar la continuidad y el conocimiento de la cultura del país en todas sus manifestaciones y expresiones;
- IV. Garantizar el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en materia cultural;
- V. Promover, respetar, proteger y asegurar el ejercicio de los derechos culturales;
- VI. Establecer las bases de coordinación entre la Federación, las entidades federativas, los municipios y alcaldías de la Ciudad de México en materia de política cultural;
- VII. Establecer mecanismos de participación de los sectores social y privado.
- VIII. Promover entre la población el principio de solidaridad y responsabilidad en la preservación, conservación, mejoramiento y restauración de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia.

Sin embargo, la Ley no hace referencia alguna al tema de las industrias culturales y/o creativas. En la actualidad, todavía no ha sido desarrollado el correspondiente reglamento de esta Ley.

DECRETO DE CREACIÓN DEL CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES (del 6 de diciembre de 1988)

Se crea como órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública que ejercerá las atribuciones de promoción y difusión de la cultura y las artes.

DECRETO DE LEY DE FOMENTO CULTURAL DEL DISTRITO FEDERAL (del 14 de octubre de 2003)

Se crea con objeto de regular las acciones de fomento y propiciar el desarrollo cultural en el Distrito Federal, en su diversidad de manifestaciones. De este decreto cabe destacar el plan de crear una Secretaría de Cultura, así como el compromiso de impulsar la creación del Fondo para Creadores, el cual tendrá el objetivo de generar becas para financiar a los creadores de la Ciudad de México. Aunque estos compromisos se publicaron en 2013, a día de hoy aún no se ha llevado a cabo la creación de la Secretaría de la Cultura ni existe como tal el Fondo de Creadores.

LEY FEDERAL DE DERECHOS DE AUTOR (del 21 de diciembre de 1963, modificada por última vez en 2014)

Se crea con el objetivo de salvaguardar y promocionar el acervo cultural de la Nación; protección de los derechos de los autores, de los artistas intérpretes o ejecutantes, así como de los editores, de los productores y de los organismos de radiodifusión, en relación con sus obras literarias o artísticas en todas sus manifestaciones, sus interpretaciones o ejecuciones. El autor gozará de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial. Los primeros integran el llamado derecho moral y los segundos, el patrimonial.

Establece la creación del Instituto Nacional de Derecho de Autor, con facultades administrativas para tramitar solicitudes, cobrar tarifas, promover arbitrajes en casos de controversia y aplicar sanciones

LEY DE PREMIOS, ESTÍMULOS Y RECOMPENSAS CIVILES (Ley creada el 31 de diciembre de 1975, modificada por última vez en abril de 2015)

La ley regula y crea los siguientes premios relacionados con la cultura:

- Premio Nacional de Ciencias y Artes que se otorga a: la Lingüística y Literatura, Bellas Artes, Historia, Ciencias Sociales y Filosofía, Ciencias Físico-Matemáticas y Naturales, Tecnología, Innovación y Diseño y Artes y Tradiciones Populares.
- Premio Nacional de Trabajo y Cultura Indígena reconoce la labor que hace posible la conservación, rescate y promoción de las manifestaciones culturales propias de los pueblos y comunidades indígenas. Se otorga en los campos de Desarrollo Comunitario, Medicina Tradicional, Música, Danza Tradicional, Literatura Indígena, y Equidad de Género
- Premio Nacional de Cerámica.

LEY FEDERAL DE CINEMATOGRAFÍA (del 29 de diciembre de 1992. Reformas: 29 de diciembre de 1998)

Tiene como objetivos fomentar y proteger la creación cinematográfica nacional. Esta ley regula y norma tanto las acciones estatales de fomento a la creación como la exhibición y comercialización de las películas (nacionales y extranjeras) en los diferentes medios.

Políticas culturales

La política cultural mexicana se divide en los siguientes ejes: Patrimonio y diversidad cultural, Infraestructura cultural, promoción cultural nacional e internacional, estímulos públicos a la creación y mecenazgo, formación e investigación antropológica, histórica, cultural y artística, esparcimiento cultural y lectura, cultura y turismo e industrias culturales. Dentro del eje de estímulos a la creación, se incluyen cinco objetivos: mejora del sistema de estímulos públicos a la creación artística e intelectual a nivel nacional, generación de modelos de cooperación corresponsables que posibiliten el desarrollo artístico y cultural de las entidades federativas, mediante la articulación y optimización de recursos provenientes de los tres órdenes de gobierno, impulsar el fortalecimiento de procesos culturales comunitarios, la correcta aplicación de los recursos públicos que el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes otorga como apoyos y donativos y disponer de un marco claro de colaboración con patronatos y asociaciones de amigos y de recepción de apoyos y donativos a los programas de las instituciones culturales.

Dentro del eje de las industrias culturales, cabe destacar dos objetivos: establecer políticas que fomenten la consolidación de la industria cultural y la creación de empresas culturales; y su contribución en la protección de los derechos de autor dentro de la industria fonográfica.

PROGRAMA ESPECIAL DE CULTURA Y ARTE (2014-2018):

Se rige en base a seis objetivos:

1. Promover y difundir las expresiones artísticas y culturales de México fomentando la presencia del país en el extranjero.
2. Impulsar la educación e investigación artística y cultural.
3. Dotar a la infraestructura cultural de espacios y servicios dignos y hacer un uso más intensivo de ella.
4. Preservar, promover y difundir el patrimonio y la diversidad cultural.

5. Apoyar la creación artística y desarrollar las industrias creativas para reforzar la generación y acceso a bienes y servicios culturales.
6. Posibilitar el acceso universal a la cultura aprovechando los recursos de la tecnología digital.

Fuentes de financiación

- **Fondo Nacional de la Cultura y las Artes (FONCA):** <http://fonca.cultura.gob.mx/>
Nace en 1989, con la tarea de apoyar la creación y la producción artística y cultural de calidad; promover y difundir la cultura; incrementar el acervo cultural, y preservar y conservar el patrimonio cultural de México. Invierte en los proyectos culturales profesionales que surgen en la comunidad artística; ofrece fondos para los creadores. Algunos de los programas a destacar son el Jóvenes Creadores, Programa de Creadores Escénicos, Sistema Nacional de Creadores de Arte y Programa de Fomento a Proyectos y Coinversiones Culturales.
- **Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE)** <http://www.imcine.gob.mx/>
Organismo público descentralizado que impulsa el desarrollo de la actividad cinematográfica nacional a través del apoyo a la producción, el estímulo a creadores, el fomento industrial y la promoción, distribución, difusión y divulgación del cine mexicano.
 - Programa de estímulo a creadores cinematográficos: El IMCINE ofrece diferentes programas de apoyo a las personas creadoras: Apoyo directo a escritura de guión, asesoría para la reescritura de guión, asesoría para líneas argumentales y desarrolla la función de coproductor. Cuenta con la Dirección de Apoyo a la Producción Cinematográfica que invierte sus fondos en el apoyo de personas creadoras, con una idea pero sin fondos para realizarla.
- **Centro Nacional de las Artes (CENART)** <http://www.cenart.gob.mx/>
Dentro del CENART se encuentra el Centro Multimedia, del que destacamos la convocatoria bianual para desarrollar un proyecto artístico o de investigación con acceso al equipo especializado, y/o apoyos económicos para la producción de obra artística individual o colectiva dentro de las siguientes categorías: Arte en red, interacción, Audio , Imagen de síntesis, Investigación teórica y documental en nuevos medios.
- Otro de los programas del CENART es México en Escena que se basa en tres objetivos principales: el fomento a la creación, producción y profesionalización., la promoción y difusión y el apoyo a programas especiales.

Forma parte de los programas Ibermúsicas e Iberescena.

Paraguay

El órgano rector de Paraguay en el ámbito de la cultura está representado en la Secretaría Nacional de Cultura, dependiente de la presidencia de la República. Las funciones del organismo vienen definidas en el artículo 8 de la Ley N° 3.051/06, las cuales se enfocan a promover las condiciones necesarias para el ejercicio de los derechos culturales por parte de ciudadanos y colectividades, a través de la incorporación de la dimensión cultural en las diferentes políticas públicas del Estado, la descentralización de la gestión cultural y la promoción de la participación ciudadana. Dentro de la Secretaría Nacional de Cultura se encuentra en Consejo Nacional de Cultura (CONCULTURA).

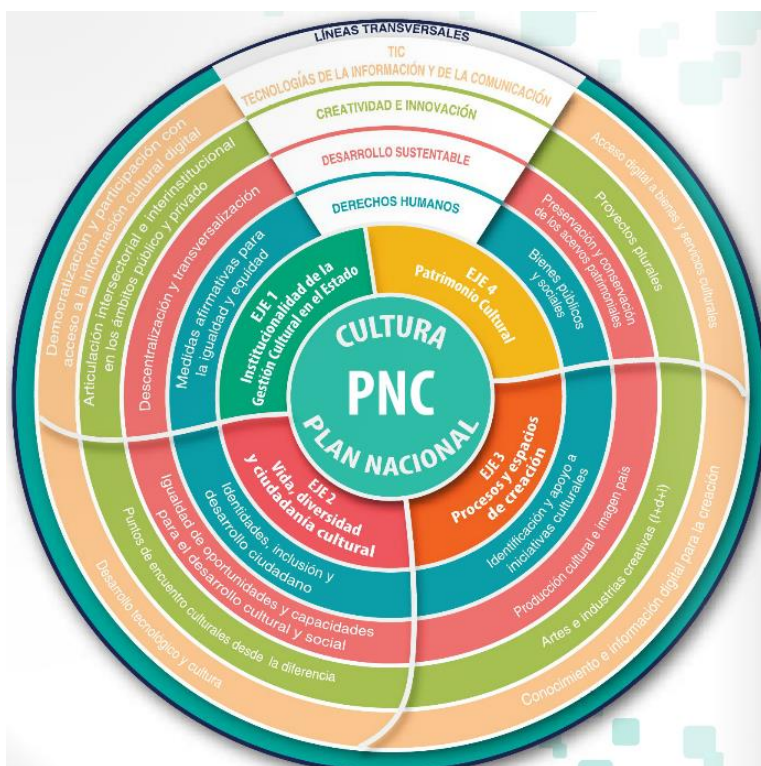
Entre las medidas a destacar por parte de los organismos gubernamentales, destaca el Plan Nacional de Cultura (2014-2018) que se constituye a través de 4 ejes:

1. Institucionalidad de la Gestión Cultural en el Estado. Pretende corregir desigualdades culturales existentes, democratizar la cultura y modificar leyes que han quedado obsoletas en el ámbito de lo cultural.
2. Vida, diversidad y ciudadanía cultural: Incluye acciones basadas en la inclusión y valoración de la diversidad existente en el Paraguay.
3. Procesos y espacios de creación: Este eje contiene diferentes acciones cuyo objetivo se centra en el fomento y el apoyo a la creación de la industria cultural, apoyando iniciativas culturales, la industria creativa y las artes, etc.
4. Patrimonio cultural: Tiene su marco de actuación en los bienes y servicios culturales de la república, la administración y preservación de los mismos, etc.

De forma transversal, el conjunto de los cuatro ejes, se combinará con cuatro líneas:

- TICs (Tecnologías de la Información y la Comunicación).
- Creatividad e innovación.
- Desarrollo sustentable.
- Derechos Humanos.

Puede observarse la estructura definida con más claridad en la siguiente ilustración:



Fuente: Secretaría Nacional de Cultura

Leves específicas de cultura y/o emprendimiento

Destaca la Ley Nacional de Cultura N° 3051/06 que determina como deberes del Estado la adopción de un modelo democrático de gestión cultural, tolerante, descentralizado, que valore y respete la diversidad cultural y defienda los derechos culturales. Contempla como deberes, el

Por amor al arte: Realidades, políticas y retos para emprender cultura en Panamá

apoyo a la creación y difusión de la cultura, la conservación del patrimonio cultural y del ambiente natural y la integración de la diversidad, como principales.

En esta ley se establece una clasificación de las que se consideran manifestaciones y actividades culturales, a saber:

Artes visuales: pintura, grabado, dibujo, escultura, objetos, artesanías, escenografía, diseño creativo, fotografía, técnicas mixtas, instalaciones, experimentaciones diversas, obras realizadas a través de medios informáticos y cibernéticos y cualquier otra tecnología basada en la imagen
Artes escénicas: teatro, danza, artes en movimiento, espectáculos mixtos, ópera, mímica, zarzuela, títeres, comedias musicales, circo y afines
Literatura, oralidad, consideradas en todos sus géneros y formas expresivas
Música considerada en todos sus géneros y formas expresivas
Artes audiovisuales: cinematografía, videografía y otros medios audiovisuales de expresión
Radio, televisión y otras manifestaciones de las industrias culturales, orientadas a objetivos de expresión, educación o difusión cultural
Periodismo cultural: opiniones, críticas, análisis e investigaciones referentes a cuestiones culturales
Actividades intelectuales relacionadas con el pensamiento crítico, la investigación teórica y los estudios, ensayos, reflexiones y análisis realizados a través de diferentes medios
Arquitectura, urbanismo y ambientalismo
Protección, preservación y promoción del patrimonio cultural, cuyos acervos incluyen bienes muebles e inmuebles, materiales e intangibles, ambientales y construidos, en cuanto resultan relevantes para la cultura por sus valores simbólicos, históricos, estéticos o científicos. También incluyen los museos, archivos, bibliotecas e instituciones afines
Gestión cultural: tareas de promoción e impulso de los procesos culturales realizados desde el interior de los sectores, comunidades o instituciones culturales
Educación artística y cultural: transmisión de conocimientos referidos a cualquiera de las manifestaciones enunciadas en los incisos anteriores
Expresiones de comunidades indígenas y sectores populares varios: rituales, ceremonias, festividades y cualquiera de las manifestaciones enunciadas en los incisos anteriores, en cuanto sean realizadas por esas comunidades y sectores
Manifestaciones referidas al ámbito informático y comunicacional masivo y otras que surjan de los cambios tecnológicos y socioculturales

Otras de las líneas marcadas por la Ley a destacar son la creación y establecimiento de las funciones de la Secretaría Nacional de Cultura y el Consejo Nacional de Cultura.

Fuentes de financiación

→ **Fondo Nacional de la Cultura y las Artes (FONDEC)** (<http://www.fondec.gov.py/>)

Esta institución se encarga de promover y financiar actividades culturales privadas en todo el territorio nacional. A través del fondo se financian múltiples proyectos culturales pertenecientes a diferentes subsectores culturales (artes visuales, música, danza, audiovisual, culturas indígenas, etc.). En 2013 se adjudicaron un total de 31 proyectos.

→ **Proyectos Internacionales:** En la página web de la Secretaría se contabilizan un total de 27 27 proyectos internacionales en los que participa Paraguay.

Perú

En el Perú, a la Cultura le es otorgado un rango ministerial formalizado a través del Ministerio de Cultura (<http://www.cultura.gob.pe/>), un organismo del Poder Ejecutivo responsable de todos los aspectos culturales del país y ejerce competencia exclusiva y excluyente, respecto a otros niveles de gestión en todo el territorio nacional el 21 de julio de 2010 mediante Ley N° 29565. El Ministerio se divide en las siguientes Direcciones:

- Patrimonio Cultural
- Interculturalidad
- Defensa del Patrimonio
- Industrias Culturales y Artes : Algunas de sus funciones son:
 - Elaborar y elevar al Despacho Viceministerial de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales, el Plan Anual de Actividades y concursos de proyectos y obras cinematográficas, fonográficas y editoriales.
 - Administrar y supervisar el registro de personas naturales y jurídicas que se dedican a actividades relacionadas a las industrias culturales, a las artes, así como el de proyectos culturales.
 - Diseñar y mantener un sistema de información cultural y promover la inversión privada.
 - Difundir y facilitar para la promoción del consumo de industrias culturales.

Cabe destacar algunas de las iniciativas creadas por el Ministerio de Cultura de Perú como:

PUNTOS DE CULTURA: El Programa Puntos de Cultura es una iniciativa inspirada en el programa brasilero del mismo nombre que ha permitido, en ese país, el impulso y fortalecimiento de más de 3,500 organizaciones culturales que trabajan con poblaciones vulnerables a través del arte y la educación, contribuyendo a la inclusión social, la difusión de sus expresiones culturales y el empoderamiento ciudadano. En febrero 2011, el Ministerio de Cultura del Perú, en alianza con un significativo número de organizaciones culturales, inició el proceso de articulación de la Red de Puntos de Cultura con el fin de fortalecer las iniciativas culturales ya existentes y que han demostrado aportar significativamente a la inclusión y ciudadanía.

INFOARTES: <http://www.infoartes.pe/>

Organismo creado por la Dirección de Artes del Ministerio de Cultura encargado de recopilar, documentar, sistematizar, reflexionar y comunicar información de las dinámicas, oportunidades, indicadores de desarrollo, potencialidades y contribuciones de la actividad de las artes en el Perú, buscando siempre la articulación de los diversos agentes del sector a fin de generar flujos institucionales de información. **Divide las artes en los siguientes grupos:** artes literarias, artes escénicas, artes audiovisuales, artes visuales, música y artes digitales.

Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento

LEY GENERAL DE AMPARO AL PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACIÓN (Ley N° 2407)

El Art. 25 de la ley establece que se exime de todo impuesto y aranceles aduaneros al internamiento de bienes culturales al país, además de la obligación que tienen los Bancos estatales y la Banca asociada a otorgar créditos en las mejores condiciones, para la restauración de bienes culturales inmuebles. En esa línea, la misma Ley en su Art. 28, establece que inmuebles, museos y colecciones privadas pueden ser calificados como Centros Culturales y así lograr los beneficios de la exoneración tributaria. Establece desgravamientos e incentivos fiscales para el sector cultural.

CREACIÓN DEL INSTITUTO NACIONAL DE CULTURA (Ley N° 24047)

Se crea como un Organismo Público Descentralizado del Sector Educación que sustituyese en funciones a la Casa de la Cultura del Perú, convirtiéndose en el organismo rector, responsable de la promoción y el desarrollo de las manifestaciones culturales del país y de la conservación, preservación, restauración, investigación, difusión y promoción del Patrimonio Cultural de la Nación. Se compone de seis direcciones: Dirección General del Patrimonio Monumental e Histórico, Dirección General del Patrimonio Arqueológico, Dirección General del Sistema Nacional de Museos del Estado, Dirección General de Formación Artística, Dirección General de Productos, Desarrollo y Difuso Cultura y la Dirección General de Información Cultural.

LEY DEL ARTISTA INTERPRETE O EJECUTANTE (Ley N° 28131 de 2012)

Establece los derechos y medidas necesarias para el cumplimiento de los siguientes objetivos:

1. El reconocimiento, la tutela, el ejercicio y la defensa de los derechos morales, patrimoniales, laborales y de seguridad social, entre otros, que le correspondan al artista.
2. El permanente desarrollo profesional y académico del artista.
3. El incentivo de la creación y el desarrollo de fuentes de trabajo, a través de la participación de todos los trabajadores de la actividad, incluyendo a creadores y empresarios.
4. El fomento de las actividades culturales, permitiendo la libre circulación de los artistas, así como las inversiones que financien actividades artísticas;
5. La aplicación de los Principios de Igualdad de Trato, Libertad de Trabajo, y Libertad de Iniciativa, como ejes promotores de la actividad artística a desarrollarse en el Perú,

incluyendo la posibilidad excepcional de aplicar medidas de protección o compensación frente a actos discriminatorios.

6. El reconocimiento de los tratados internacionales de los cuales el Perú es parte.

LEY CINEMATOGRAFICA (Ley N° 26370)

Tiene por objetivos el fomento de la creación y producción de obras cinematográficas peruanas, prestando una especial atención a los nuevos realizadores y con el propósito fundamental de posibilitar el perfeccionamiento artístico y técnico de la cinematografía nacional; impulsar la promoción y difusión nacional e internacional del cine peruano, preservar el patrimonio audiovisual del país, promover la industria cinematográfica en el programa de educación secundaria, la realización de coproducciones cinematográficas, concursos festivos y otros acontecimientos cinematográficos semejantes y crear un Registro Cinematográfico Nacional.

La ley crea el Consejo Nacional de Cinematografía (CONACINE) como órgano dependiente del Ministerio de Educación cuya función principal es la aplicación de la ley del Cine y su reglamento, entre sus actividades se encuentra la de promover concursos y premios.

LEY SOBRE EL DERECHO DE AUTOR (Decreto Legislativo 822)

Tiene la función de proteger la creación fruto del ingenio en cualquiera de sus formas, con la llegada de los años 90 se produce la renovación de la legislación local y se crea un organismo especializado y activo en la materia: la Oficina de Derechos de Autor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

A pesar de la existencia de legislación en materia cultural, se hace visible la ineficiencia de normas generales sobre los siguientes aspectos fundamentales:

- Régimen Legal sobre fomento y promoción de la creación
- Régimen Legal del libro, la lectura y la industria cultural
- Régimen Legal sobre bibliotecas y museos
- Régimen Legal sobre fomento de la música, teatro, danza y otras artes escénicas.
- Régimen Legal sobre gestores y promotores culturales
- Régimen Legal sobre instituciones culturales no gubernamentales
- Régimen Legal sobre mecenazgo

Políticas culturales

El Ministerio estableció una serie de lineamientos de la Política Cultural (2013-2016) en los cuales se hace mención al emprendimiento. Estos se dividen en los siguientes:

1. Impulsar una perspectiva intercultural.
2. Promover la ciudadanía.
3. Fortalecer la institucionalidad.
4. Alentar la creación cultural.

Para este lineamiento se llevan a cabo las siguientes actividades: La adecuación de la legislación existente, a los requerimientos del fomento de la cultura, una normatividad que ayude a que la inversión privada se sume a la pública en las distintas manifestaciones del quehacer cultural, impulsando una ley que viabilice el mecenazgo, la mayor utilización de los espacios públicos para hacer llegar expresiones culturales a un número cada vez más amplio de ciudadanos, la suscripción de convenios o alianzas

entre el Ministerio y organizaciones públicas y privadas para fomentar la cultura y preservar el patrimonio cultural, la reedición de los Premios Nacionales de Cultura y el otorgamiento de distinciones y la presencia del Ministerio en eventos latinoamericanos y mundiales relacionados con la cultura.

5. Defensa y apropiación social del patrimonio.
6. Apoyar a las industrias culturales: a través de la difusión, internacionalización, reelaboración de leyes que fomenten las prácticas y el consumo cultural, etc.
7. Promover y difundir las artes con la preparación de anteproyectos como los de la Ley del Artista y de Incentivos a la Cultura (mecenazgo) y el fomento de las distintas expresiones artísticas a través de talleres y cursos de enseñanza.

Fuentes de financiación

➤ Concursos de Proyectos y Obras Cinematográficas

Organizado por la Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO), esta iniciativa busca financiar diversas etapas de la producción cinematográfica como el desarrollo del guión, la producción, la post producción y la distribución, tanto para cortometrajes como largometrajes. También son parte de estas convocatorias las áreas de formación, gestión cultural y, por primera vez, la promoción internacional.

La mayor parte de los proyectos financiados por el Ministerio están relacionados con la conservación del patrimonio cultural, aunque promociona diferentes vías de financiación externa como:

➤ Ideame

Ideame es una plataforma que ayuda a talentosos creadores Latinoamericanos a realizar sus ideas a través del financiamiento colectivo, las redes sociales y servicios de valor agregado. Es una comunidad on-line aportando pequeñas (o no tan pequeñas) sumas de dinero para apoyar iniciativas creativas latinas.

➤ Becas Semilla

El proyecto All Roads Film provee “becas semilla” de mil a 10 mil dólares para ayudar a cineastas indígenas o de culturas minoritarias para producir películas o vídeos. Las cintas apoyadas son consideradas también para incluirlas en el All Roads Film Festival y otras empresas afiliadas a National Geographic.

➤ Fondo Internacional para la Promoción de la Cultura

Este fondo se creó en noviembre de 1974 en virtud de la resolución 3.322, de la Conferencia General de la UNESCO en su 18ª reunión, durante la cual aprobó también sus Estatutos. El principal objetivo del Fondo es ayudar a los creadores y empresarios culturales a hallar un complemento de financiación para sus proyectos, con el fin de que la diversidad cultural pueda aprovechar la mundialización para afirmarse más, en lugar de ser víctima de ella. Los recursos del Fondo sirven tanto para financiar proyectos de poca envergadura como para apoyar proyectos de más importancia, financiados en cooperación con otros organismos de financiación que persiguen los mismos objetivos conformes a los ideales de la UNESCO, como el BID y la Fundación Ford.

➤ CRESPIAL

El Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) de América Latina (CRESPIAL), fue creado en febrero de 2006, con el objetivo de promover y

apoyar acciones de salvaguardia y protección del vasto patrimonio cultural inmaterial de los pueblos de América Latina. Cuenta con los Fondos Concursables que buscan financiar, total o parcialmente, proyectos de iniciativa social vinculados a la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial (PCI) de Latinoamérica de los 14 países miembros del CRESPIAL (a la fecha, el Centro está conformado por: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Paraguay, Perú, México, Uruguay y Venezuela).

Las categorías comprendidas para postular proyectos son:

- **PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN EN PCI.** Se valoran los estudios académicos, técnicos, artísticos y culturales, vinculados a la salvaguardia del PCI en Latinoamérica, con particular énfasis a los temas vinculados al PCI que se encuentre en peligro y/o en emergencia.
- **PROYECTOS DE SALVAGUARDIA EN PCI.** Se valoran las propuestas que soliciten fondos para el inicio de programas, proyectos y actividades que promuevan la salvaguardia del PCI y la participación comunitaria.

Perú es también país participe en el programa de **Ibermedia, Ibermúsicas e Iberscena.**

Uruguay

En Uruguay, el sector cultural se concentra dentro del ámbito institucional en forma de Dirección Nacional de Cultura, insertada en el Ministerio de Educación y Cultura (<http://cultura.mec.gub.uy/>). El Ministerio de Educación y Cultura es el responsable de la coordinación de la educación nacional; de la promoción del desarrollo cultural; la preservación del patrimonio artístico, histórico y cultural de la nación; de la innovación, la ciencia y la tecnología y de la promoción y fortalecimiento de la vigencia de los derechos humanos.

La **Dirección Nacional de Cultura** es la responsable del desarrollo cultural en todo el territorio nacional, promoviendo la ciudadanía cultural y los derechos culturales de los ciudadanos - tendiendo a eliminar la inequidad en el ejercicio de estos derechos-; orientando y planificando la política pública en cultura; articulando los servicios estatales, municipales y locales; generando los mecanismos para la interacción entre públicos y privados; creando diferentes mecanismos para la capacitación, la investigación y el estímulo a la creación en el sector artístico-cultural así como la difusión e investigación del patrimonio cultural uruguayo.

Dentro de las actividades, organismos y programas que se llevan a cabo en relación con la cultura cabe destacar:

- **Departamento de Industrias Culturales: (DICREA)**

Su objetivo es el de trabajar junto a los distintos agentes e instituciones que conforman y llevan adelante el complejo industrial cultural local/nacional, tanto públicas como privadas, para apoyar y difundir la cultura nacional en toda su diversidad, garantizar el acceso democrático tanto a los bienes culturales así como a los propios medios de producción y difusión cultural como punto de partida del enriquecimiento de la cultura nacional y el desarrollo social.

A su vez el departamento genera espacios de reflexión e investigación en el ámbito de las industrias creativas para guiar la acción tanto de políticas públicas como de emprendimientos privados.

- **Cuenta Satélite de la Cultura**

DICREA proyectó la implementación de una cuenta satélite en Cultura -para el año 2009- a través del proyecto de cooperación internacional Viví Cultura y en convenio con la Universidad de la República. La Cuenta Satélite de Cultura se puede describir como un conjunto de cuentas basado en los principios metodológicos de la contabilidad nacional (Sistema de Cuentas Nacionales) que presenta los distintos parámetros económicos de la cultura, de forma interrelacionada.

Para la primera investigación se decidió focalizar en los siguientes sectores culturales: Audiovisual, Música, Libros y Publicaciones, Artes Escénicas (que incluyen teatro, danza y música en vivo), Artes Plásticas y Visuales; Museos, Bibliotecas y Formación cultural. En el futuro se incluirán las fiestas tradicionales, el diseño, las artesanías, y el turismo cultural.

- **Sistema Integrado de Información Cultural**

Creado en el marco del Proyecto Viví Cultura, tiene como objetivo generar y poner a disposición de los actores culturales, los tomadores de decisiones, los investigadores del quehacer cultural y el público en general, información y datos acerca de los distintos campos de actividad cultural en el país.

El SIC pretende ser un mapa de las industrias culturales y ofrecer información acerca de estas áreas de producción cultural: actores culturales de cada campo, cadenas de valor, datos cuantitativos acerca de cada sector, instituciones y documentos relevantes, así como enlaces con sitios donde se puede ampliar información.

- **Fábricas de Cultura**

Proyecto del Área Ciudadanía y Territorio de la Dirección Nacional de Cultura, del Ministerio de Educación y Cultura, que tiene como misión fortalecer el capital humano y productivo de nuestro país mediante la creación de espacios de formación y desarrollo de emprendimientos culturales.

Este proyecto crea ámbitos de interacción socio cultural dirigido a la población local para la producción de servicios, de pequeños y medianos emprendimientos de carácter cultural, innovadores, creadores de fuentes de trabajo y que contribuyan al desarrollo humano. Promueve el estímulo de jóvenes como líderes, creadores y emprendedores

- **Usinas Culturales**

Las Usinas Culturales son centros regionales equipados con salas de grabación musical y equipamiento para la producción audiovisual, cuyo objetivo central es promover el potencial creativo de la ciudadanía a partir del uso de las nuevas tecnologías.

Las Usinas descentralizan el acceso a la producción cultural, instalando y desarrollando infraestructura en lugares que tengan un notorio déficit para ampliar las oportunidades de acceso y uso creativo de nuevas tecnologías relacionadas con la comunicación y la cultura.

- **Programa de Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivas (PACC)**

El Estado pretende a través de la política de conglomerados en los sectores culturales favorecer el desarrollo económico promoviendo la articulación entre empresas, instituciones de

investigación, instituciones del sector privado y el gobierno; siempre teniendo una presencia del sector privado en la ejecución de estos programas ya que son los únicos beneficiarios. Existen diferentes *clusters* como el de Música, Editorial, Diseño y Audiovisual.

- **Programa de apoyo a las políticas culturales inclusivas y de comunicación científica**

Financiado por la AECID, su objetivo es potenciar la gestión de las instituciones involucradas creando capacidades institucionales en diferentes niveles y la realización de actividades de promoción de derechos culturales y científicos a través del acceso a bienes y servicios culturales.

Tal como se aprecia, Uruguay parece estar bastante comprometido con la cultura en el marco institucional, apoyando al sector y fomentando su difusión y creación a través de leyes y fondos que veremos a continuación:

Leyes específicas de cultura y/o emprendimiento

INSTITUTO DEL CINE Y AUDIOVISUAL DE URUGUAY (Ley nº 18.284)

La ley nº 18.284 crea el Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay (ICAU) como una institución que funciona en forma desconcentrada dentro del MEC. A los efectos de esta ley, se entiende por actividades cinematográficas y audiovisuales aquellas que se expresen en un proceso creativo y productivo de imágenes en movimiento sobre cualquier soporte y de cualquier duración, destinadas a ser difundidas por cualquier medio existente o futuro.

ESTATUTO DEL ARTISTA Y OFICIOS CONEXOS (Ley nº 18.384)

Se entiende por artista, intérprete o ejecutante, a todo aquel que represente un papel, cante, recite, declame, interprete o ejecute -en cualquier forma- una obra artística, la dirija o realice cualquier actividad similar a las mencionadas, sea en vivo o registrada en cualquier tipo de soporte para su exhibición pública o privada. La actividad de los artistas, intérpretes o ejecutantes y las actividades u oficios conexos a dicha profesión se registrarán por las disposiciones de la esta ley.

Se entiende por oficios conexos aquellas actividades derivadas de las definidas en el inciso anterior y que impliquen un proceso creativo.

FONDO NACIONAL DEL TEATRO (Ley Nº 16.297)

Se crea el Fondo Nacional del Teatro, dirigido por la Comisión del Fondo Nacional del Teatro, sus recursos económicos se destinarían a espectáculos teatrales de elencos de la capital y del interior de la República, presentaciones de conjuntos teatrales, el intercambio de artistas y técnicos entre los teatros de la capital de la República y los teatros del interior del país, acciones de estímulo a autores nacionales; becas de estudio en el exterior, contratación de docentes, directores y técnicos extranjeros; el apoyo a giras de conjuntos nacionales en el exterior y de conjuntos extranjeros en el país, funcionamiento de Escuelas de Arte Dramático, la construcción, recuperación, mantenimiento y equipamiento de salas teatrales y escenarios móviles.

Así mismo, la ley crea el Registro Nacional de Instituciones Teatrales Culturales.

LEY DEL LIBRO (Ley N° 15.913)

La ley establece de interés nacional la producción, impresión, edición, coedición, introducción, comercialización y difusión del libro y aplica una serie de medidas de asistencia crediticia directa, franquicias fiscales y otras facilidades; así como sanciones para aquellas personas, empresas privadas o entidades que incumplan la ley. Dicha ley también es la responsable de la creación de la Comisión Nacional del Libro.

DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS

El derecho de autor protege las obras literarias y artísticas siempre y cuando estas sean originales (o sea que trasnten la personalidad del creador, su esfuerzo creativo) y tengan su concreción material (o sea que sea más que una simple idea).

Con la Ley n° 15.289 se crea una figura penal que proteja los derechos de los productores, frente a la reproducción no autorizada.

Se observa que la ley protege al artista en diferentes sentidos intentando crear un clima adecuado para la creación, fomento y difusión de las obras artísticas.

Fuentes de financiación

➤ **Fondo Concursable para la Cultura (FCC)**

Programa que desde 2005 destina fondos públicos a Proyectos Artísticos Culturales a través de mecanismos concursables. Se realiza una convocatoria pública por año, dirigida a artistas y hacedores de la cultura, para postular Proyectos Artísticos Culturales que son evaluados por jurados externos al MEC. En total se han financiado 800 proyectos culturales.

➤ **Fondo de Estímulo a la Formación y Creación Artística (FEFCA)**

Se pone en marcha en 2010 por primera vez, está conformada por dos fondos: El Fondo Eduardo Víctor Haedo que consta de becas para la formación, dirigidas a artistas de hasta 35 años y el Fondo Justino Zavala Muniz otorga becas de apoyo a la creación, dirigidas a artistas en actividad. Ambas becas se instrumentan en seis categorías: Letras, Artes Escénicas, Artes Visuales, Audiovisual, Danza y Música

➤ **Fondos de Incentivo Cultural (FI)**

Regidos por la Ley n.º 17.930 de 2005, constituyen una herramienta para el financiamiento de proyectos artísticos culturales en todo el país. Estos fondos se integran con los aportes de las personas físicas -y empresas y personas físicas contribuyentes al IRAE- y al Impuesto al Patrimonio que a cambio reciben beneficios fiscales de acuerdo con la modalidad de apoyo utilizada: Fondo Global o Proyectos Específicos.

El objetivo principal de los FI es desarrollar la interacción y la cooperación entre el sector artístico cultural (artistas, instituciones y gestores culturales) y el sector contribuyente dispuesto a aportar recursos económicos a fin de generar inclusión, sentido de pertenencia y responsabilidad social empresarial.

➤ **Fondo Nacional de la Música**

El Fondo Nacional de Música (FONAM) nace el 10 de noviembre de 1994, al ser promulgada la ley 16.624, que se reglamenta el 12 de setiembre de 1996. Dicha ley, consagra aspiraciones largamente esperadas por los músicos de nuestro país y apunta al

fomento y desarrollo de todos los géneros musicales cultivados por nuestros compatriotas en todo el territorio nacional. Hasta el momento de ser promulgada, no había existido en Uruguay un apoyo oficial a la música y los músicos uruguayos, comparable al que surge de su articulado.

➤ **Fondo Nacional del Teatro.** (Ley N° 16.297)

El Fondo Nacional del Teatro se crea con el objetivo de proporcionar apoyo y difusión del arte teatral en todo el territorio de la República.

➤ **CONSEJO NACIONAL DE EVALUACIÓN Y FOMENTO DE PROYECTOS ARTÍSTICO CULTURALES (CONAEF)**

Organismo dependiente del Ministerio de Educación y Cultura (MEC). Tiene varios cometidos de los cuales nos interesa destacar la captación de recursos financieros destinados al desarrollo artístico cultural, tal como ser donaciones y legados, la promoción de proyectos de patrocinio, fomento, inversión y la cooperación internacional, fundamentalmente con los países de la región, destinados a la integración regional para el desarrollo cultural, la promoción de la creación de líneas de crédito y otras medidas de apoyo para el crecimiento y desarrollo de las industrias culturales nacionales que promuevan y difundan a artistas uruguayos y créditos sociales para el crecimiento y desarrollo de Instituciones civiles sin fines de lucro con personería jurídica, destinadas a la gestión cultural.

➤ **FUNDACIÓN ITAÚ**

Junto a grandes eventos, la Fundación apoya y encara numerosos proyectos que incluyen pequeños y medianos proyectos y actividades de personas e instituciones que trabajan en la educación y capacitación, o en el teatro, la música, la pintura y la edición de libros. Para llevar adelante su tarea Fundación Itaú trabaja con organizaciones, empresas privadas y públicas. Esto ha permitido desarrollar numerosos proyectos y emprendimientos.

Uruguay también es uno de los países que se beneficia del Fondo **Iberescena**.