



Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura



Diversidad
de las expresiones
culturales

POLÍTICA E
INVESTIGACIÓN

La Cultura en el entorno digital

Evaluar el impacto
en América Latina
y en España

Octavio Kulesz

Este estudio fue realizado por Octavio Kulesz, fundador y director de Editorial Teseo. Con más de 15 años de experiencia en el sector editorial, trabaja como investigador en temas relacionados con libros electrónicos, medios sociales y cultura digital en economías emergentes.

Este estudio se centra en España y los siguientes países hispanohablantes de América Latina: Argentina, Colombia, Ecuador y México.

Publicado en 2017 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 7, place de Fontenoy, 75352 París 07 SP, Francia

© UNESCO 2017
CLT-2017/WS/11



Esta publicación está disponible en acceso abierto bajo la licencia Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Al utilizar el contenido de la presente publicación, los usuarios aceptan las condiciones de utilización del Repositorio UNESCO de acceso abierto (<http://fr.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-fr>).

Los términos empleados en esta publicación y la presentación de los datos que en ella aparecen no implican toma alguna de posición de parte de la UNESCO en cuanto al estatuto jurídico de los países, territorios, ciudades o regiones ni respecto de sus autoridades, fronteras o límites.

Las ideas y opiniones expresadas en esta obra son las de los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de la UNESCO ni comprometen a la Organización.

Diseño gráfico: Corinne Hayworth
Diseño de cubierta: Corinne Hayworth

Impreso en Francia

Esta publicación fue apoyada por el Gobierno de España



Índice

Prólogo	5
Resumen ejecutivo	7
Introducción	11
1. Acceso a la cultura	17
Caso de estudio 1. Plan Vive Digital (Colombia)	21
2. Creatividad	25
Caso de estudio 2. Latitud1x1 (Ecuador)	27
Caso de estudio 3. Centro de Cultura Digital (México)	31
3. Industrias culturales	33
Caso de estudio 4. Ayudas a las industrias culturales y creativas (España)	38
Caso de estudio 5. Retina Latina	39
4. Sociedad civil	41
Caso de estudio 6. Foro de Cultura Digital (Argentina)	43
Conclusión y recomendaciones	47
ANEXO 1. Principales expertos consultados	55
ANEXO 2. Bibliografía	59

Prólogo

Desde la adopción de la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales en octubre de 2005, se han producido enormes transformaciones tecnológicas. La era digital ha cambiado significativamente el panorama cultural y ha tenido un gran impacto en los sectores creativos de todo el mundo.

Con la aparición de nuevos actores, la acelerada expansión de las redes sociales, la explosión de los macrodatos (big data) y de la computación en nube, han surgido nuevos modelos de creación, producción, distribución, acceso y participación. Estos nuevos modelos han permitido a los artistas y profesionales culturales pasar por alto los canales de distribución tradicionales e interactuar directamente con el público y las audiencias o clientes potenciales.

Tales cambios pueden ser simultáneamente ventajosos y desafiantes, y los sistemas globales de gobierno de la cultura deben adaptarse a esta nueva realidad para asegurar que la diversidad de las expresiones culturales sea protegida y promovida.

El respeto de los derechos humanos y la libertad artística en el entorno digital, en particular los derechos sociales y económicos de los artistas, se reconoce ahora como un nuevo desafío para el desarrollo sostenible. Esto incluye el empoderamiento de las mujeres y las niñas mediante el apoyo a su participación en las industrias culturales y creativas como creadoras y productoras de expresiones culturales.

Nuevas preguntas requieren nuevas respuestas: ¿Cómo modernizar las políticas para la creatividad en el entorno digital? ¿Cómo considerar el comercio electrónico en los acuerdos comerciales? ¿Cómo involucrar a los actores digitales locales y proteger la remuneración en línea de los artistas? ¿Cómo abordar las fracturas y desigualdades digitales?

Las Partes en la Convención de 2005 han reconocido la importancia de estas cuestiones y manifestado su compromiso político para trabajar en una nueva “agenda digital”. En junio de 2017, se incluyeron nuevas orientaciones prácticas sobre cuestiones digitales en el texto de la Convención. Las Partes también apoyan cada vez más la creatividad digital a través del Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (FIDC).

En este contexto, una búsqueda sistémica y continua de datos es indispensable para monitorear las principales tendencias en la formulación de políticas e identificar los avances intervenidos en este ámbito. En este sentido, los datos obtenidos en una región y las experiencias de otra pueden ser extremadamente valiosos para determinar el impacto de las políticas y medidas.

Al analizar cómo estos cambios han creado oportunidades y desafíos para la cadena creativa en América Latina y en España, este estudio ofrece una visión única de una parte del mundo que está experimentando cambios rápidos, que se ilustran en la adopción de nuevos planes y estrategias digitales.

La compilación y difusión de estas informaciones son esenciales para evaluar los objetivos, resolver cuestiones estratégicas de política y mejorar los instrumentos de política existentes.

Quiero agradecer sinceramente al Reino de España por su apoyo financiero y por hacer posible este estudio. Esperamos realizar un trabajo comparativo similar en el futuro, con un ámbito geográfico más amplio, con el fin de fomentar una mayor cooperación y de continuar repensando los principios clave de la Convención -acceso, apertura y equilibrio- en la era digital.

Danielle Cliche

*Secretaria de la Convención sobre la Protección y Promoción
de la Diversidad de las Expresiones Culturales de 2005,
Jefa de la Sección de la Diversidad de las Expresiones Culturales*

Resumen ejecutivo

En las últimas dos décadas, las tecnologías digitales han transformado de raíz la escena cultural. En efecto, las nuevas formas de creación, producción, distribución, acceso y participación han revolucionado industrias enteras, como la edición de libros, la música y el cine, en un proceso que ha afectado tanto al Norte como al Sur.

En el seno de la UNESCO, esta cuestión es actualmente objeto de un tratamiento pormenorizado, en el marco de la Convención de 2005 sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (en lo sucesivo la Convención 2005). Además de las diferentes investigaciones que se han llevado adelante hasta la fecha, las Partes de la Convención 2005 están incorporando de manera progresiva la problemática digital en sus informes periódicos cuadriennales, y en el marco del proceso de aprobación de directivas operacionales exclusivamente enfocadas a esta área.

En este trabajo, proponemos examinar el impacto de lo digital en la diversidad de las expresiones culturales en España y en los países hispanohablantes de América Latina (en lo sucesivo “América Latina”), prestando particular atención a los sectores del libro, la música y el cine. Nos hemos concentrado en 5 países: Argentina, Colombia, Ecuador, España y México.

Tal como intentaremos mostrar, el panorama de oportunidades, desafíos y políticas asociados con la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales en la era digital en España y América Latina presenta una gran complejidad. Del examen parece desprenderse que las nuevas tecnologías pueden representar tanto una ventaja como un reto, en función de cómo se apliquen en cada contexto: en efecto, según el modo en que se empleen, las herramientas digitales pueden por ejemplo generar un mercado de industrias culturales rico y dinámico, o bien concentrar la oferta en manos de muy pocos jugadores. Y las políticas públicas tienen un peso decisivo a la hora de definir el resultado en uno u otro sentido.

Dentro de este marco, cuando se trata de proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales en el nuevo entorno, los avances logrados por unos países pueden ser de enorme utilidad para los otros. Por cierto, muchas de las iniciativas que hemos estudiado en relación con el acceso, la creatividad, las industrias culturales y la participación de la sociedad constituyen claros casos de éxito que podrían replicarse. Ahora bien, más allá de las acciones que han sido llevadas adelante, existen ciertas zonas menos exploradas, sobre las que valdría la pena detenerse. Nos referimos principalmente a ciertas oportunidades que no están siendo completamente aprovechadas, o a determinados desafíos que no están siendo suficientemente atendidos.

En el ámbito del acceso, el sector público ha realizado importantes esfuerzos para reducir la brecha digital. Sin embargo, estos proyectos suelen formar parte de vastos planes nacionales de infraestructura en cuya elaboración e implementación intervienen generalmente los Ministerios de Tecnología, de Industria, de Comunicaciones, de Educación, entre otros, pero no el de Cultura –lo que puede impactar negativamente en términos de la diversidad de las expresiones culturales. Por otro lado, en un contexto en el cual grandes plataformas internacionales ejercen una presión creciente para ofrecer soluciones de infraestructura, resulta indispensable insistir en que, sin políticas públicas en este ámbito, el acceso equitativo y la neutralidad de la web pueden correr riesgos.

Desde el punto de vista de la creatividad, los países han invertido en plataformas y aplicaciones que contribuyen a la visibilidad de los artistas locales, en actividades de capacitación que ayudan a experimentar y crear con tecnologías digitales, y en distintas medidas que protegen el derecho de autor. No obstante, a menudo las políticas culturales siguen demasiado ancladas en el modelo de creación analógico –en el cual el mensaje se comunica unidireccionalmente– y pierden un poco de vista el paradigma propio de nuevo entorno, que se caracteriza por la interacción y la colaboración.

Respecto de las industrias culturales, las ayudas para la vinculación profesional, la capacitación y la modernización, así como la construcción de plataformas que contribuyen a la consolidación de la industria del libro, de la música o del cine son iniciativas fundamentales. Con todo, los desafíos relacionados con las grandes plataformas globales y su impacto en la cadena creativa local no están recibiendo un tratamiento integral: sin una estrategia firme en este ámbito, pueden acentuarse los problemas a nivel no sólo de las industrias sino también de las estadísticas nacionales.

Finalmente, los países han llevado adelante numerosos proyectos de difusión cultural y fomento de la participación social, en particular a través de plataformas de divulgación, comunicación en redes sociales, consultas ciudadanas, conferencias y publicaciones sobre la cultura en la era digital. Pero aquí se presenta una oportunidad algo desaprovechada: la posibilidad de sensibilizar al público general sobre los objetivos y principios de la Convención 2005 y de mantener una discusión más explícita sobre cómo impacta lo digital en la diversidad de las expresiones culturales.

En cualquier caso, es claro que para la cultura de los países hispanohablantes la era digital no representa un futuro posible, sino que constituye una realidad presente. A pesar de que falta muchísimo por hacer para alcanzar una comprensión profunda de estos procesos tanto en términos cuantitativos como cualitativos, podríamos postular que el espacio cultural digital conformado por España y América Latina no es algo que deba construirse desde cero, sino que ya existe y se desarrolla de manera muy dinámica.

Al mismo tiempo, también es evidente que existen marcados contrastes entre los países, referidos a un buen número de particularidades tecnológicas, económicas y sociales. Por ejemplo, muchas de las medidas llevadas adelante en España tienden a alinearse con los programas de integración europea –como ocurre con el Mercado Único Digital–, mientras que las agendas digitales de los 4 países latinoamericanos estudiados suelen poner el acento en la reducción de asimetrías y en la diversificación de una economía demasiado dependiente de las exportaciones primarias. En el caso concreto de Colombia, las nuevas tecnologías adquieren un sentido aún más específico: aparecen directamente asociadas a la construcción de la paz y al período del “posconflicto”.

En futuras investigaciones sobre la relación entre lo digital y la diversidad de las expresiones culturales en el mundo hispanohablante, será sin duda necesario mantener este doble abordaje. Por un lado, habrá que seguir prestando atención al aspecto universal/común, conformado por el amplio espectro de oportunidades, desafíos y políticas que se repiten a lo largo de la región. En segundo término –en la medida en que los datos disponibles lo permitan– resultará fundamental examinar el componente local/específico, definido por la coyuntura y las prioridades de cada país –rasgos originales que podrían acentuarse con el paso del tiempo. En cierto sentido, se trata de la misma dualidad que hallamos en la idea de una lengua común: la región comparte el español, pero existen diferencias dialectales que deben ser tenidas en cuenta. Y, a fin de cuentas, si el objetivo es consolidar el espacio digital hispanohablante de un modo que promueva y proteja la diversidad de las expresiones culturales, resultará indispensable fortalecer ambos pilares a la vez: las redes de intercambio regional –de datos, de experiencias, de contenidos, de expresiones artísticas– y el trabajo incesante sobre las necesidades locales concretas.

Introducción

En las últimas dos décadas, las tecnologías digitales han transformado de raíz la escena cultural. En efecto, las nuevas formas de creación, producción, distribución, acceso y participación han revolucionado industrias enteras, como la edición de libros, la música y el cine, en un proceso que ha afectado tanto al Norte como al Sur.

En el seno de la UNESCO, esta cuestión es actualmente objeto de un tratamiento pormenorizado, en el marco de la Convención de 2005 sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (en lo sucesivo la Convención 2005). Por cierto, si bien la Convención 2005 no menciona explícitamente la cuestión digital –pues sólo alude, de manera más genérica, a las “tecnologías de la información y la comunicación” o a las “nuevas tecnologías”–, el principio de neutralidad tecnológica enunciado en el artículo 4.1 deja en claro que su marco legal debe aplicarse a cualquier entorno –incluso el digital.

Las referencias a la cuestión digital se han multiplicado desde que los primeros informes periódicos cuatrienales sobre la implementación de la Convención fueron entregados en 2012.¹ El análisis de estos documentos y de otras tendencias contemporáneas² parece indicar que lo digital afecta transversalmente los 4 grandes objetivos que subyacen a la Convención 2005:³

- el nuevo contexto tecnológico ha reconfigurado drásticamente la cadena de valor, de un modo que afecta la **sostenibilidad de los sistemas de gobernanza para la cultura**;
- las disparidades tecnológicas entre Norte y Sur representan un claro desafío a la hora de lograr un **flujo equilibrado de bienes y servicios culturales**;

1. Los informes, entregados por las Partes cada cuatro años, pueden consultarse desde este enlace: <http://www.unesco.org/culture/cultural-diversity/2005convention/en/periodicreport/list/>. El nuevo formulario para los informes periódicos, revisado en junio de 2015, invita a las Partes a ofrecer detalles acerca de las tecnologías digitales y los desafíos que éstas presentan, dentro de las secciones tituladas “Contexto de la política cultural” y “Aspectos transversales”. Una versión en PDF de este formulario se encuentra disponible aquí: http://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/qpr_online_form_en_shorten.pdf.

2. Entre las diferentes investigaciones que se han llevado adelante acerca de la diversidad de las expresiones culturales en la era digital, podríamos mencionar Guèvremont *et al.* (2013), Kulesz (2014) y Lee y Lim (2015).

3. Cf. UNESCO (2015b: 13).

- ▮ si bien las nuevas tecnologías pueden ayudar a consolidar el entramado económico y social local, la irrupción de las grandes plataformas de Internet en el comercio de bienes y servicios culturales puede constituir un reto cuando se trata de **integrar la cultura en un marco de desarrollo sostenible**.
- ▮ la expansión de la web como espacio de creación, acceso y participación social renueva la necesidad de **promover la libertad de expresión, el derecho a la privacidad y los derechos humanos** en general.

Es dentro de este contexto, caracterizado tanto por oportunidades como por desafíos, que los órganos de la Convención 2005 están elaborando directivas operacionales específicamente orientadas a la temática digital, que están en proceso de aprobación.⁴ El texto servirá de guía para interpretar la Convención 2005 en el entorno digital y ofrecerá principios claros para implementación de nuevas políticas culturales. Al mismo tiempo, el marco de seguimiento propuesto en el Reporte Global *Repensar las políticas culturales* de la UNESCO⁵ contribuirá a medir potenciales avances en la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales en el entorno digital.⁶

Otro aspecto a tener en cuenta es que el impacto de las tecnologías reviste características globales, pero también presenta particularidades locales y regionales, en función de variables como la infraestructura, la legislación e incluso la lengua. En este último caso, hay que reconocer que aquellos países que comparten un mismo idioma conforman una suerte de “territorio digital” común, al interior del cual pueden detectarse oportunidades y desafíos recurrentes. Ahora bien, puesto que casi 470 millones de personas tienen al español como lengua materna,⁷ es claro que estudiar estos fenómenos en el mundo hispanohablante puede resultar un ejercicio sumamente fecundo, sobre todo a la hora de pensar nuevas estrategias culturales.

Llegados a este punto, hay que subrayar que lo digital está ganando relevancia en las políticas de la región, aunque los enfoques son variados.

4. Cf. UNESCO (2015a).

5. Cf. Anheier (2015: 31 y ss.).

6. Para un resumen de este marco, ver *infra*, sección “Seguimiento y evaluación de las variables digitales”.

7. Cf. Instituto Cervantes (2015: 5).

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (CEPAL),⁸ por ejemplo, impulsa la adopción de una agenda digital –eLAC2018–,⁹ orientada a distintas áreas de la economía, entre ellas al desarrollo de contenidos y aplicaciones. Por otro lado, la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC) promueve el Plan de Acción Cultural 2015-2020, que subraya la necesidad de garantizar la libre manifestación de la diversidad de las expresiones culturales en Internet.¹⁰ Sin embargo, es tal vez a escala iberoamericana donde la intersección entre la diversidad de las expresiones culturales y la era digital se expresa de manera más concisa. La Carta Cultural Iberoamericana –instrumento creado en 2006 por iniciativa de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) para favorecer una mayor articulación y una mejor cooperación entre los países de la región–¹¹ reafirma explícitamente los principios de la Convención 2005 y menciona en reiteradas ocasiones la cuestión tecnológica. En particular, el documento llama a “promover el desarrollo y la utilización de las nuevas tecnologías como oportunidades de creación, producción, difusión y promoción de bienes y servicios culturales, así como su contribución a la formación de nuevos públicos y al intercambio cultural entre los países”. A diez años de la adopción de la Carta Cultural, estos objetivos siguen vigentes y se plasman hoy en el proyecto de Agenda Cultural Digital para Iberoamérica impulsado por la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), con apoyo de la OEI. Por cierto, en el artículo 14 de la Declaración de Veracruz –emitida en 2014, en el marco de la XXIV Cumbre Iberoamericana, que llevó como título “Educación, innovación y cultura en un mundo en transformación”– se recomienda:

“encargar a la SEGIB y a la OEI, en coordinación con los países miembros y con el grupo de trabajo permanente adoptado en la XVII Conferencia Iberoamericana de Ministros de Cultura, que articule la puesta en marcha de la Agenda Digital Cultural para Iberoamérica que contribuirá a la consolidación del espacio cultural iberoamericano y su inserción en las redes mundiales de información.

8. Cabe aclarar que en la exposición haremos referencia a la situación de Iberoamérica y de América Latina, territorios que en rigor no coinciden con el que aquí examinamos (puesto que esos conjuntos incluyen también a países lusófonos como Portugal y Brasil), pero que de todos modos pueden resultar muy útiles para el análisis de tendencias comunes.

9. Cf. CEPAL (2015a).

10. Cf. CELAC (2015).

11. Cf. “Carta Cultural” (2006).

Dicha Agenda promoverá la digitalización y la participación de la sociedad en la cultura digital, en las industrias creativas, en la generación de contenidos locales y compartidos, y en la preservación del patrimonio cultural, reconociendo las diferencias y asimetrías entre los países, respetando los ordenamientos jurídicos nacionales, la diversidad cultural, expandiendo el acceso a los contenidos y respetando la propiedad intelectual.”¹²

Esta declaración expresa un programa muy claro. En primer lugar, el texto –en sintonía con otros documentos anteriores– habla de “consolidar” el espacio cultural iberoamericano, y no de “crearlo”, lo que representa una apuesta firme en pos de integrar y mejorar lo ya logrado –en lugar de impulsar soluciones construidas “desde arriba”.¹³ Además, el documento define con precisión las grandes líneas de acción, en un marco de promoción de la diversidad cultural y de respeto de la soberanía de cada país: 1) la expansión del acceso; 2) la generación de contenidos locales; 3) el desarrollo de las industrias creativas; 4) la participación de la sociedad; 5) la preservación del patrimonio cultural.

Es dentro de este marco que proponemos examinar el impacto de lo digital en la diversidad de las expresiones culturales de España y América Latina, prestando particular atención a los sectores del libro, la música y el cine.¹⁴ Nos hemos concentrado en 5 países –Argentina, Colombia, Ecuador, España y México–,¹⁵ priorizando en cada caso el punto de vista nacional, aunque también hemos incluido ciertas referencias a la situación provincial/autonómica y municipal.

12. Cf. “Declaración de Veracruz” (2014).

13. Cf. por ejemplo SEGIB (2013: 22): “En definitiva, disponemos de numerosos fragmentos de Espacio Cultural Iberoamericano ya construidos, y esto es lo que hace que lo correcto sea hablar de afirmación o ‘consolidación’ del Espacio –como hacen la Carta Cultural Iberoamericana y la Declaración de la Cumbre Iberoamericana de Cádiz– y no de ‘creación’ del Espacio. Crear es generar algo ex novo; consolidar es impulsar algo que ya existe. Y, efectivamente, el espacio en parte ya es”.

14. Si bien la era digital ha implicado una transformación de todas las industrias culturales, en el presente trabajo hemos orientado el análisis a esos 3 segmentos, ya que hacia allí se dirige el grueso de las políticas públicas de los países hispanohablantes. Esto es particularmente evidente en el terreno de la cooperación: la Carta Cultural Iberoamericana, por ejemplo, llama a “establecer mecanismos de cooperación que promuevan una distribución de sus bienes y servicios culturales en el espacio iberoamericano y en el exterior, con especial atención en el sector cinematográfico y audiovisual, en la música y el libro”. Asimismo, la incorporación de estos tres sectores permite realizar una primera aproximación y establecer comparaciones cuantitativas y cualitativas de un modo mucho más firme que si tratáramos con otras prácticas que en la región son aún incipientes –como la utilización de nuevas tecnologías en artes escénicas– o que han recibido hasta hoy una menor atención por parte de las políticas públicas. No obstante, tal como señalaremos en las conclusiones y en las recomendaciones finales, una de las claves para la consolidación de las industrias del libro, la música y el cine podría residir en el establecimiento de sinergias con otros sectores creativos, tales como la animación o los videojuegos. El impacto de estos últimos en la diversidad de las expresiones culturales deberá ser objeto de nuevos estudios en el futuro.

15. Dicha selección consigue reunir los 4 países de mayor PIB y población –Argentina, Colombia, España y México–, que cubren áreas geográficas y contextos culturales muy diversos –Europa, América del Norte, Cono Sur, Región Andina, Caribe, Amazonas–, que determinan una rica variedad de políticas públicas; la inclusión de Ecuador –sede de la oficina de la UNESCO para Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela– ha sido especialmente relevante para comprender la realidad andina. Inevitablemente, esta elección metodológica deja afuera a muchos países que podrían contribuir con elementos muy importantes, y que deberían ser objeto de nuevos estudios en el futuro. Por otro lado, en el presente trabajo no hemos incluido referencias a la situación de la comunidad hispanohablante de Estados Unidos, pues nos hemos concentrado únicamente en los países que son parte de la Convención 2005.

Por otro lado, dado el carácter cambiante tanto de las tecnologías como de las políticas y de los actores involucrados,¹⁶ no sólo hemos consultado fuentes escritas –legislación, informes periódicos cuatrienales, estadísticas, investigaciones sectoriales, artículos periodísticos, entre otros–¹⁷ sino que hemos recurrido además al testimonio directo de alrededor de 80 expertos, artistas, emprendedores y representantes del sector público cuya generosa contribución ha sido vital para comprender la situación local.¹⁸ A fin de abarcar un universo de tendencias lo más rico posible, hemos prestado atención a la digitalización de los bienes culturales analógicos, a su distribución y difusión en línea e incluso a los fenómenos relacionados con la creación digital pura –tal como ocurre con el arte digital.

Ahora bien, debemos advertir que la presente investigación no busca constituirse en un diagnóstico de la cultura digital local ni de los progresos tecnológicos de cada país: se trata, más bien, de analizar el modo específico en que las nuevas tecnologías impactan en la diversidad de las expresiones culturales¹⁹ en el seno de la región, con un claro énfasis en las oportunidades, los desafíos y las medidas implementadas en años recientes.

Sin embargo, será importante no perder de vista las circunstancias locales. En efecto, entre los países seleccionados existen numerosas especificidades socio-económicas que determinan prioridades y problemáticas diferentes. En términos de infraestructura, por ejemplo, España se encuentra alineada con los programas de integración europea –en particular con el Mercado Único Digital– y lleva una clara ventaja respecto de América Latina.²⁰ Al mismo tiempo, la crisis económica iniciada en 2008 ha obligado a las industrias culturales españolas a buscar nuevos mercados y a ganar competitividad por todos los medios posibles.

16. Este aspecto se ve acentuado por las transformaciones en la coyuntura política de 3 de los países analizados: Argentina eligió una nueva administración en diciembre de 2015; España atraviesa actualmente un proceso electoral; y México disolvió recientemente la CONACULTA, para crear la nueva Secretaría de Cultura.

17. Los informes cuatrienales disponibles a la fecha son los de Argentina (2012 y 2016), Ecuador (2012), España (2012 y 2016) y México (2012 y 2016). En cuanto a las estadísticas, no siempre resulta sencillo dar con informaciones actualizadas sobre los fenómenos que aquí examinamos, de modo que ha sido necesario recurrir a una pluralidad de fuentes: sector público de cada país, gremios profesionales tanto nacionales como internacionales, organismos regionales como el CERLALC y la CEPAL (entre otros), empresas de investigación de mercado como eMarketer o Deloitte, así como artículos de prensa. Las fuentes específicamente citadas en el trabajo pueden encontrarse detalladas en el Anexo 2.

18. En el Anexo 1 consignamos la lista de los principales expertos contactados. Las entrevistas fueron llevadas adelante entre febrero y abril de 2016 y, en su vasta mayoría, se realizaron cara a cara. Los testimonios que aparecen insertados en el texto sin referencia de fuentes han sido extraídos de estas conversaciones.

19. Es importante señalar que aquí nos referimos a la diversidad de las expresiones culturales –en el sentido estricto que se le asigna en la Convención 2005– y no a la diversidad cultural en general. Esto deja de lado cuestiones como el patrimonio –material o inmaterial.

20. A lo largo del trabajo, brindaremos informaciones más detalladas sobre todas estas tendencias.

Los países latinoamericanos, por su parte, han logrado mejoras en cuanto a la conectividad de banda ancha, aunque las brechas de acceso siguen siendo considerables y explican en buena medida que el comercio electrónico represente aún una porción relativamente pequeña de la economía. Por otro lado, la actual desaceleración económica y la caída de los precios de las materias primas refuerzan en toda la región la urgencia de diversificar las fuentes de ingresos. En el caso particular de Argentina, existe una enorme asimetría de infraestructura que separa a la capital de las otras localidades de ese extenso país. En Colombia existen ciudades intermedias –como Medellín y Cali– de mayor peso relativo, y el énfasis está puesto especialmente en reducir las brechas entre campo y ciudad, así como en aprovechar todas las herramientas disponibles a fin de consolidar la paz. Las disparidades entre centros urbanos y rurales afectan igualmente a Ecuador –un país caracterizado por una rica pluralidad de culturas. México –el país más poblado de la región hispanohablante– también cuenta con una vasta diversidad y un valioso legado histórico; su escala posibilita la puesta en marcha de proyectos de gran envergadura.

A fin de tratar todos estos temas, hemos organizado el informe a partir de 4 ejes centrales, que se corresponden con artículos clave de la Convención 2005:

- 1. El acceso a la cultura;**²¹
- 2. La creatividad;**²²
- 3. Las industrias culturales;**²³
- 4. La participación de la sociedad civil y la sensibilización del público.**²⁴

Tal como intentaremos mostrar, la región presenta una amplia gama de políticas que, aunque no mencionen explícitamente la Convención 2005,²⁵ contribuyen de manera concreta a proteger y promover la diversidad de expresiones culturales en la era digital. Los casos de éxito y las lecciones aprendidas podrían servir de inspiración para promover nuevos proyectos, ya sea a nivel nacional o regional.

21. Artículos 2.7, 4.6 y 7.1.

22. Artículos 4.1, 4.3, 6.2, 7.2 y 10.c.

23. Artículos 4.5, 6.2.c y 10.c. En términos de la cadena de valor cultural, esta sección correspondería a las etapas de producción y distribución.

24. Artículos 10 y 11. Vale la pena aclarar que, en un contexto de reacomodamiento de la cadena creativa, las 4 áreas examinadas pueden superponerse: por ejemplo, el ámbito de los artistas se acerca cada vez más al mundo de las industrias culturales, en la medida en que los creadores tienen mayores posibilidades de auto-publicarse y auto-distribuirse. Con todo, pensamos que, a los fines de la exposición, la distinción entre creatividad –punto de vista de los artistas– e industrias culturales –punto de vista de los emprendedores/empresarios– sigue siendo relevante.

25. Por cierto, las referencias a la Convención 2005 y a la diversidad de las expresiones culturales suelen estar mucho más presentes en el ámbito de la cooperación internacional que en las políticas nacionales. Cf. García Leiva (2015).

1

Acceso
a la cultura

1. Acceso

“Nuestros países suelen ser muy centralistas: por las capitales circula el grueso de los intercambios. Es cierto que, en algunos casos, las ciudades intermedias tienen un peso importante –como ocurre en Colombia con Medellín o Cali–, pero todavía hay mucho por hacer en toda América Latina, en términos de descentralización. Y para las políticas culturales que se aboquen a esta tarea, las nuevas tecnologías pueden convertirse en un aliado muy valioso.”

Ángel Moreno

Subdirector de Prácticas Culturales de la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte de la alcaldía de Bogotá, Colombia

Es claro que las nuevas tecnologías pueden implicar grandes ventajas en términos de acceso a la cultura.²⁶ En primer lugar, los medios de distribución digital permiten –al menos en principio– acercar los libros, la música y el cine a cualquier rincón de un país, de una manera mucho más eficaz que épocas anteriores. Esto resulta particularmente útil para las naciones que poseen una gran extensión territorial y una geografía accidentada: así, para una pequeña biblioteca del sur de la Argentina u otra del interior de Colombia que buscan ofrecer a sus lectores un fondo surtido y actualizado, podría resultar más sencillo dotarse de libros electrónicos que de libros físicos. Además, en un tiempo caracterizado por la masificación de teléfonos inteligentes cada vez más potentes y asequibles,²⁷ el acceso digital a los bienes y servicios culturales se facilita de manera considerable.

Es evidente también que la oferta cultural propia de la era digital resulta mucho más abundante que aquella a la que los usuarios estaban acostumbrados en el pasado. Ninguna tienda de discos podría competir en catálogo con Spotify, Pandora u otras plataformas de música por *streaming*. Por otra parte, gracias a que el proceso de copia y descarga tiene un costo prácticamente nulo, los usuarios gozan de la posibilidad de acceder gratis a miles de obras de dominio público.

Con todo, no hay que perder de vista las barreras que actualmente impiden el pleno aprovechamiento de estas ventajas. Para empezar, la brecha digital –entre los diferentes sectores socioeconómicos; entre el campo y la ciudad; entre la capital y el resto del territorio– que afecta particularmente a los países de América Latina repercute de modo negativo en el acceso: en efecto, a pesar de los grandes progresos realizados en la última década,²⁸ siguen existiendo en la región marcadas disparidades en términos de infraestructura de conexión y de equipamiento.²⁹

26. Los beneficios de las nuevas tecnologías con miras al acceso a la cultura sobresalen en los informes de Argentina (2012: 4, 9, 15 y 16), Ecuador (2012: 13), España (2016: 31 y 66) y México (2016: 3).

27. Según datos recientes de Deloitte (2015: 2), España posee una penetración de teléfonos inteligentes de 88%, lo que la coloca por encima del promedio de europeo (78%) y en segundo lugar a nivel global, sólo detrás de Singapur (92%). En el caso de América Latina, la cifra de *smartphones* se ha incrementado un 740% en los últimos 4 años; de persistir esta tendencia, la región se convertirá hacia 2020 en el segundo mercado móvil mundial (Cf. Granados, 2015).

28. Cf. CEPAL (2015b: 11).

29. Para una reseña pormenorizada sobre estas desigualdades –tanto al interior de cada país como entre los diferentes países–, cf. CEPAL (2015b: 41 y ss.).

Otro de los obstáculos para el acceso reside en el déficit de expresiones culturales disponibles en línea. Es claro que sin una estrategia de contenidos, cualquier política de infraestructura puede resultar incompleta.

En este contexto, algunas fundaciones y grandes plataformas globales han propuesto esquemas gratuitos o de muy bajo costo para que habitantes de países en desarrollo accedan a Internet. Un ejemplo es FreeBasics³⁰ –inicialmente bautizado como “Internet.org”–, proyecto promovido por Facebook en alianza con operadoras de telefonía, que ya ha dado sus primeros pasos para brindar acceso móvil en Colombia, Perú y Bolivia, entre otros. Una propuesta alternativa –que en América Latina apenas se halla en estado de prueba– es Loon,³¹ de Google: se trata de una red de globos que flotan sobre la estratósfera y llevan la conectividad a zonas remotas o rurales. Sin embargo, estas iniciativas han sido objeto de numerosas críticas, en particular por el hecho de que pueden implicar una ventaja desproporcionada para los contenidos y las aplicaciones distribuidos por las empresas participantes. En la “Carta abierta a Mark Zuckerberg sobre Internet.org, Neutralidad de la Red, Privacidad y Seguridad” (2015), organizaciones de la sociedad civil de varios países –entre ellos Colombia, Ecuador, España y México– alertaron sobre los peligros que surgen cuando la provisión de acceso queda en manos de grandes plataformas privadas:

“Los abajo firmantes compartimos una gran preocupación por el lanzamiento y la expansión de la plataforma Internet.org impulsada por Facebook y por sus implicaciones para la internet abierta en el mundo.

30. <https://info.internet.org/en/story/free-basics-from-internet-org/>

31. <http://www.google.com.ar/intl/es-419/loon/>

En esa Internet abierta, todos los contenidos, aplicaciones y servicios deben ser tratados con igualdad, sin discriminaciones. Nos perturba particularmente que el acceso a Internet para personas sin recursos sea usado para justificar violaciones a la neutralidad de la red.”³²

El sector público ha puesto en marcha un buen número de políticas con miras a aprovechar las ventajas y superar los retos antes descritos. A continuación detallamos algunos de los planes que los países seleccionados han implementado en años recientes con el objetivo de consolidar la infraestructura de acceso:³³

Argentina

- ▶ **Plan Nacional de Telecomunicaciones Argentina Conectada** (2010):³⁴ estrategia integral de mejora de la conectividad en territorio nacional;
- ▶ **Televisión Digital Abierta** (2009):³⁵ proyecto de acceso universal gratuito a la TV por aire, que incorpora referencias explícitas a la cuestión de la diversidad cultural.³⁶
- ▶ **Plan Nacional Igualdad Cultural** (2012):³⁷ programa que apunta a fomentar la igualdad de oportunidades en el disfrute de los bienes culturales y el acceso a las nuevas formas de comunicación, bajo el lema “Inclusión en la diversidad”.

32. Cf. “Carta abierta” (2015).

33. En la lista no hemos incluido los programas de entrega de dispositivos –tales como *Conectar Igualdad* (Argentina, 2010) o *Tabletas para educar* (Colombia, 2014)– que, aunque impactan en área del acceso a la cultura, están más enfocados al ámbito escolar.

34. www.enacom.gov.ar/multimedia/normativas/2010/Decreto%201552_10.pdf

35. <http://www.tda.gov.ar/>

36. <http://www.tda.gov.ar/tda/141/11165/consejo-asesor.html>.

37. <http://www.cultura.gov.ar/acciones/plan-nacional-igualdad-cultural/>

- **Plan Federal de Internet** (2016):³⁸ suministro de banda ancha de calidad para 1200 localidades. El proyecto apunta a reducir las asimetrías de conectividad y será complementado por el plan País Digital, de próximo lanzamiento.³⁹

Colombia

- **Plan Vive Digital** (2014):⁴⁰ esta segunda edición del exitoso programa lanzado en 2010 abarca un amplísimo abanico de áreas; en términos de infraestructura, apunta a mejorar de forma decisiva el acceso a Internet –en particular en zonas rurales–, a instalar puntos con wifi gratuito y a ampliar la cobertura de la TV digital, entre otras metas.⁴¹

Ecuador

- **Plan Nacional para el Buen Vivir** (2013):⁴² plan de vasto alcance, con un claro componente de infraestructura, acceso y conectividad. Se plantea como misión democratizar la prestación de servicios públicos de telecomunicaciones y de tecnologías de información y comunicación, incluyendo la radiodifusión y la televisión.
- **Plan Nacional de Desarrollo de Banda Ancha** (2011):⁴³ consolidación de la infraestructura de banda ancha, fundamentalmente entre los sectores menos atendidos.

38. <http://www.argentina.gob.ar/planfederaldeinternet>

39. Cf. "Plan Federal de Internet" (2016).

40. <http://www.vivedigital.gov.co/>

41. La edición 2010-2014 del programa alcanzó y en ocasiones superó las metas planteadas inicialmente. En el sitio web del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia pueden consultarse todos los avances cuantitativos y cualitativos. Cf. MinTIC (s.f.).

42. <http://www.buenvivir.gob.ec/>

43. <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-de-banda-ancha/>

España

- **Agenda Digital para España** (2013):⁴⁴ estrategia nacional que coordina todos los planes para desarrollar la economía y la sociedad digital, con múltiples ejes, entre los cuales sobresale el despliegue de redes y servicios para garantizar la conectividad y mejorar las prestaciones de la televisión digital. El plan se articula con la Agenda Digital para Europa y con el Mercado Único Digital europeo.⁴⁵

México

- **Estrategia Digital Nacional** (2013):⁴⁶ programa integral para la modernización del país, con énfasis en la mejora de la conectividad, el comercio electrónico, la educación, la salud, la seguridad y los servicios públicos.
- **México conectado** (2013):⁴⁷ plan de suministro de banda ancha en espacios públicos.
- **Programa Sectorial de Comunicaciones y Transportes** (2013):⁴⁸ proyecto enfocado, entre otros objetivos, a optimizar la cobertura, conectividad y accesibilidad de las comunicaciones, en el ámbito de la televisión, la radio, la telefonía y los datos.

44. <http://www.agendadigital.gob.es/>

45. <http://ec.europa.eu/digital-agenda/>

46. <http://www.gob.mx/mexicodigital/>

47. <http://www.mexicoconectado.gob.mx/>

48. http://www.sct.gob.mx/fileadmin/banners/Programa_Sectorial_de_Comunicaciones_y_Transportes.pdf

Vale la pena subrayar que, como complemento de los planes de infraestructura, los países han construido centros comunitarios dotados de computadoras y conexión a Internet que funcionan como espacios de inclusión social, en particular en áreas desfavorecidas. En Argentina, sobresalen los **Núcleos de Acceso al Conocimiento (NAC)**,⁴⁹ que forman parte del plan Argentina Conectada. Colombia, por su lado, ha instalado **Puntos**⁵⁰ y **Kioscos Vive Digital**,⁵¹ en el marco del programa de infraestructura homónimo: estos puestos, localizados en cabeceras municipales y localidades rurales, funcionan como centros de acceso, con un claro foco puesto en la integración para la paz.⁵² España dispone desde 2003 de una vasta red de **telecentros**:⁵³ se trata de puntos de acceso a Internet situados en poblaciones rurales, que actualmente son administrados por las comunidades autónomas. En Ecuador, podemos mencionar los **Infocentros Comunitarios**,⁵⁴ mientras que en México se destacan los **Puntos México Conectado**.⁵⁵

49. <http://www.nac.gob.ar/>

50. <http://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-669.html>

51. <http://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-7059.html>

52. Tal como ocurre con el programa Puntos de Paz. Cf. Arana, J. (2016).

53. www.red.es/redes/actuaciones/5/98

54. <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/infocentros-comunitarios/>

55. <http://www.pmc.gob.mx/>

Caso de estudio 1

Plan Vive Digital (Colombia)

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) puso en marcha en 2010 su plan Vive Digital, inicialmente para un período de 4 años. El objetivo del proyecto era consolidar el “ecosistema digital” colombiano, conformado por cuatro componentes principales: servicios, aplicaciones, usuarios e infraestructura. El éxito de este programa derivó en el lanzamiento de una segunda edición, para el cuatrienio 2014-2018. Entre las múltiples virtudes del plan Vive Digital, vale la pena destacar: una mirada integral de la cuestión digital –con el foco puesto no sólo en el acceso sino también en la creatividad y en las industrias de contenidos–, el establecimiento de nuevas sinergias interministeriales –por ejemplo, entre el MinTic y el Ministerio de Cultura– y la posibilidad de pensar políticas de Estado de largo plazo, articuladas con los actores locales, entre otros. El programa ha reposicionado a Colombia en el centro de la escena digital de la región y constituye una referencia insoslayable para otros países hispanohablantes.

Los países también han llevado adelante un buen número de iniciativas destinadas a facilitar el acceso de los ciudadanos a las expresiones culturales en línea, en particular desde bibliotecas, museos y archivos virtuales.⁵⁶

56. En el área de las bibliotecas, los museos y los archivos, reaparece en parte la cuestión del patrimonio, que –tal como señalamos en la introducción– no forma parte del presente trabajo. Por ese motivo hemos excluido aquellos proyectos digitales que están específicamente relacionados con la conservación. Sin embargo, sí hemos consignado iniciativas que resultan interesantes para la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, en la medida en que brindan acceso a diferentes contenidos en línea. También es importante advertir que algunos de los casos que presentamos en esta sección están emparentados con los que exponemos en la sección 3 (Industrias culturales), por ejemplo aquellos concernientes al video bajo demanda. A los fines de la exposición, hemos incluido en la sección 1 las iniciativas cuyo objetivo principal se vincula con garantizar el acceso (i.e., con foco en el usuario), mientras que en la sección 3 hemos referido aquellos proyectos que –aunque también provean materiales gratuitos– apuntan a consolidar o dar visibilidad a un determinado sector (i.e., con foco en la industria). Una distinción similar podría establecerse respecto de las iniciativas digitales de los museos: si el énfasis está puesto en el acceso, pueden incluirse en la unidad 1, mientras que, si se trata de fomentar la participación de la sociedad, deberían remitirse a la unidad 4.

En agosto de 2014, la Biblioteca Nacional de Argentina presentó **Trapalanda**,⁵⁷ una plataforma que integra sus colecciones digitales y que, además de materiales históricos, exhibe numerosas publicaciones recientes, de descarga gratuita. En el marco del Plan Nacional Igualdad Cultural, Argentina inauguró en 2012 el **Banco de la Música**,⁵⁸ una plataforma que ofrece contenidos musicales, también de acceso libre –ya sea de dominio público o cedidos por sus creadores. Asimismo, Argentina cuenta con la plataforma **Contenidos Digitales Abiertos** (CDA)⁵⁹ y con el **Banco Audiovisual de Contenidos Universales** (BACUA),⁶⁰ que proponen un surtido catálogo de recursos en línea.

En Colombia, la Biblioteca Nacional⁶¹ organiza muestras virtuales sobre temas históricos, así como sobre problemáticas contemporáneas. Al mismo tiempo, la entidad ofrece desde 2015 una selección de libros electrónicos para libre lectura en línea, como la *Antología del Comic colombiano*.⁶² El Museo Nacional, por su lado, dispone de una sección virtual cuyos materiales no sólo refieren a patrimonio, sino también a expresiones culturales recientes.⁶³

En el caso de Ecuador, la Biblioteca Nacional “Eugenio Espejo”⁶⁴ ha emprendido desde 2014 diversas acciones de modernización, con el fin de digitalizar materiales que serán ofrecidos para descarga gratuita.⁶⁵

La Biblioteca Nacional de España exhibe numerosas colecciones digitales, reunidas en la **Biblioteca Digital Hispánica**.⁶⁶ Los lectores pueden acceder a los materiales en línea y, para determinadas obras, tienen incluso la posibilidad de adquirir un ejemplar impreso a pedido.⁶⁷ En el área de museos, España muestra un elevado índice de digitalización, tanto por la variedad y calidad de los materiales multimedia disponibles como por la abundancia de metadatos asociados.⁶⁸ En 2009, se presentó **Hispana**,⁶⁹ un portal de acceso a la cultura digital española conformado por materiales de instituciones públicas y privadas, que actúa como agregador nacional para la plataforma Europea. También desarrollado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD), el sitio **CER.es**⁷⁰ (“Colecciones en red”) permite visualizar y conocer más sobre las obras exhibidas en 95 museos de España.

57. <http://trapalanda.bn.gov.ar/>

58. www.bancodelamusica.gob.ar/

59. <http://cda.gob.ar/>

60. <http://www.bacua.gob.ar/>

61. <http://www.bibliotecanacional.gov.co/content/biblioteca-digital>

62. <http://www.bibliotecanacional.gov.co/content/antolog%C3%AD-de-comic-colombiano-libro-digital>

63. Ver por ejemplo la muestra en línea “Nación Rock”: http://www.museonacional.gov.co/sitio/rockvirtual/swf/Menu_principal.html

64. <http://biblioteca.casadelacultura.gob.ec/>

65. Cf. “Biblioteca Nacional” (2015).

66. <http://www.bne.es/es/Catalogos/BibliotecaDigital-Hispanica/Colecciones/>

67. Ver, por ejemplo: <http://bdh.bne.es/bnearch/Search.do?destacadas1=Bubok&home=true>

68. Al respecto, puede visitarse por ejemplo la sección multimedia del Museo Reina Sofía (<http://www.museoreinasofia.es/multimedia/>) y del Museo del Prado (<https://www.museodelprado.es/actualidad/videos>).

69. <http://hispana.mcu.es>. El proyecto es heredero del Directorio y Recolector de Recursos Digitales.

70. <http://ceres.mcu.es>

En México, la Biblioteca Nacional también cuenta con su propio espacio digital.⁷¹ Asimismo, en mayo 2010, cuatro instituciones culturales lanzaron la **Biblioteca Digital Mexicana**:⁷² este portal reúne actualmente los fondos de 13 bibliotecas y archivos nacionales. Por otro lado, en el marco de la Agenda Digital de la Secretaría de Cultura,⁷³ el país está desarrollando repositorios para distintas áreas artísticas, así como acervos sonoros, audiovisuales y museísticos, entre otros.⁷⁴

Desde el punto de vista de la cooperación, los programas Ibermuseos e Iberbibliotecas promueven el intercambio con miras a la modernización y la digitalización.⁷⁵ Por otro lado, la Asociación de Bibliotecas Nacionales de Iberoamérica (ABINIA) puso en línea en 2012 la **Biblioteca Digital de Patrimonio Iberoamericano** (BDPI),⁷⁶ que brinda a las bibliotecas participantes un punto de acceso a sus recursos digitales.⁷⁷

También debemos resaltar el proyecto **Señal que nos une**:⁷⁸ este canal de televisión satelital iberoamericano –creado en 2015, en cumplimiento de los acuerdos de la XXIV Cumbre Iberoamericana referidos a la Agenda Cultural Digital– tiene como objetivo difundir contenidos culturales que identifiquen a los 22 países de la comunidad regional.

71. http://catalogo.iib.unam.mx/F/?func=login&local_base=BNDM

72. <http://bdmx.mx>

73. La Agenda Digital de Cultura se deriva directamente de la Estrategia Digital Nacional: constituye el objetivo secundario número 13, que forma parte del objetivo principal “Educación de calidad”.

74. En la sección 3, comentaremos la iniciativa que se vincula con los libros (Libros México).

75. Por cierto, lo digital ocupa un papel cada vez más importante en ambos espacios, tal como se desprende del temario del VIII Encuentro Iberoamericano de Museos o del XV Comité Intergubernamental de Iberbibliotecas.

76. <http://www.iberoamericadigital.net>

77. Una vez más, aunque es claro que –por su mismo nombre– la BDPI remite a patrimonio, este caso puede servir como ejemplo de medida de cooperación en términos de acceso a los contenidos digitales. Muchas de las bibliotecas participantes no sólo contribuyen con materiales históricos sino también con expresiones contemporáneas. Un ejemplo es la Biblioteca Nacional de Argentina, que pone en línea conciertos de artistas actuales como Leo Sujatovich y Ricardo Mollo, entre otros.

78. <http://www.ibe.tv/es/canal/iberoamericano>.

2

Creatividad

2. Creatividad

Lo digital no sólo impacta en el acceso, sino también en la creatividad y en la situación de los artistas. En primer lugar, es evidente que los creadores locales en general pueden ganar muchísima visibilidad gracias a las nuevas tecnologías. Un músico independiente, por ejemplo, cuenta hoy con un sinnúmero de herramientas que le permiten distribuir y promocionar su álbum desde la web y comunicarse directamente con su público.

Además de abrir nuevos canales para la difusión, la era digital ha producido enormes cambios en el seno mismo de la creación. En efecto, la masificación de los dispositivos conectados y la vertiginosa expansión de aplicaciones para la auto-edición han convertido a todos los usuarios/consumidores en potenciales artistas. Aquí, podemos evocar la experiencia del músico colombiano Carlos Muñoz, que ha alcanzado notoriedad por haber grabado y editado un álbum completo con su teléfono celular. Al ser consultado sobre cómo impacta la tecnología en la creatividad, el artista observa:

“La tecnología contribuye mucho al desarrollo cultural de una sociedad. Me parece que se están formando artesanos digitales, gente que está haciendo arte y creando un nuevo mundo.”⁷⁹

Por cierto, asistimos a una intensa transformación de las formas expresivas, que progresivamente se entrelazan con las nuevas herramientas. Según el cineasta argentino Daniel Burman, atravesamos un verdadero cambio de paradigma:

“La tecnología ya no es un ‘plus’, sino que ha pasado a ser parte intrínseca del contenido. Los medios tienden a ser confundidos con el contenido artístico que están mostrando (...). Tenemos que empezar a incorporar la tecnología en nuestros procesos creativos. La tecnología tiene que dejar de ser una plataforma o un medio de alcanzar un proceso. La tecnología no es un resultado, sino un proceso.”⁸⁰

En este sentido, debemos reconocer que la cultura digital no sólo se vincula con la digitalización de expresiones analógicas, sino que remite a un espacio sumamente dinámico, en el que conviven

79. Cf. “Colombiano produce” (2015).

80. Blanc, Lhermitte y Perrin (2015: 97).

las modalidades multimedia, crossmedia, transmedia, así como la realidad aumentada y la realidad virtual.⁸¹ En la región, las actividades llevadas adelante por festivales independientes y diversos centros que han sido pioneros en el arte digital muestran el gran potencial de estas nuevas formas expresivas.⁸²

Sin embargo, el panorama no está exento de desafíos. Si bien las herramientas digitales multiplican las opciones de difusión, el crecimiento exponencial de la oferta de contenidos provenientes de todo el mundo en ocasiones termina provocando, paradójicamente, el efecto contrario: una saturación que puede invisibilizar a los artistas locales.

Respecto de las posibilidades de producción ofrecidas por el nuevo entorno, es importante reconocer que las tecnologías por sí solas no alcanzan para fomentar la creatividad: sin el componente de experimentación, capacitación y apropiación activa de las herramientas digitales por parte de los usuarios, la mera entrega de dispositivos o aplicaciones no sólo no suma sino que puede incluso empeorar la situación de partida. Este reto ha sido detectado claramente por el Ministerio de Cultura de Colombia en su documento *Política de Cultura Digital*, que data de 2009:

“En términos culturales, [la dotación tecnológica y la conectividad] son insuficientes, pues los usos de éstas no sólo son formas de circulación de datos, sino que están generando una enorme revolución cultural en todo el mundo.

81. Cf. Kulesz (2014: 10).

82. En este punto, podríamos mencionar varios proyectos surgidos en España, tales como los festivales Artfutura (<http://www.artfutura.org>) y Sónar (<https://sonar.es>), o el Espacio Fundación Telefónica (<https://espacio.fundaciontelefonica.com>).

Incluso, las experiencias sugieren que los procesos de dotación de computadores y conectividad, sin respeto ni estímulos a procesos culturales, pueden fragmentar las identidades culturales de las sociedades o comunidades.”⁸³

Según Germán Franco –subdirector del Centro Ático en la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá y experto en políticas de comunicación y cultura digital–, el problema se plantea no sólo a nivel nacional sino a escala latinoamericana:

“Tradicionalmente, se ha pensado que un proyecto que se desarrolla en el campo de la cultura digital necesita información, dispositivos y conectividad. Pero no debemos poner eso en el centro: lo más importante son las personas y su capacidad de crear. Lo crucial aquí es la cultura, las prácticas colectivas, las representaciones y motivaciones profundas. Y creo que América Latina puede hacer mucho más. Deberíamos aprovechar las nuevas herramientas, pero para narrarnos como región.”

Asimismo, varios entrevistados indican que ni el mercado ni el sector público han tomado debida nota de los nuevos tiempos. En el caso del arte digital, es evidente que los circuitos de consagración y de comercialización siguen demasiado aferrados al mundo analógico.⁸⁴ Y a pesar de que existen muchísimos artistas, investigadores y docentes trabajando en el campo de la cultura digital en sentido amplio, la región aún no ha logrado conformar un espacio común para la vinculación de todos estos actores.

83. Ministerio de Cultura (2009: 478).

84. Cf. Waelder, P. (2016: 45 y ss).

Desde la perspectiva de Felipe Londoño, rector de la Universidad de Caldas (Colombia) y director del Festival Internacional de la Imagen,⁸⁵ el problema de fondo reside en que las políticas públicas no han asimilado de una manera integral las nuevas lógicas de creación:

“Resulta fundamental revisar el concepto de cultura, bajo las perspectivas de las transformaciones sociales y tecnológicas del mundo de hoy. No puede ser que hoy no esté, en la agenda de las políticas públicas, la creación de plataformas colaborativas que posibiliten el trabajo con datos abiertos, licencias libres, redes electrónicas, o el software de código abierto que permitan potenciar las capacidades de las comunidades, dando lugar a la expansión de un nuevo modelo participativo en la construcción de conocimiento y cultura.”

Caso de estudio 2

Latitud1x1 (Ecuador)

Lanzada en marzo de 2016 por la Superintendencia de la Información y la Comunicación de Ecuador (SUPERCOM), la plataforma Latitud1x1 permite a los músicos ecuatorianos promocionar sus temas y controlar su difusión en los medios de comunicación. La medida no sólo facilita la circulación de música ecuatoriana, sino que también estimula a los creadores a registrar sus obras y a afiliarse a sociedades de gestión colectiva. Se trata de una iniciativa que repercute favorablemente en el ecosistema cultural local, en particular en la condición de los artistas, tanto en términos de visibilidad como de remuneración económica.

Desde España, Marcos García ofrece un diagnóstico similar:

“Normalmente se han planteado las políticas culturales en términos de acceso. Sin embargo, también hay que pensar las políticas de producción, es decir, pasar de un abordaje basado en la transmisión, a otro fundado en la creación que habilite lugares en los que los públicos puedan tomar parte activa en los procesos de producción.”

Otro punto en el que coinciden los entrevistados es que los sistemas de registro de las obras digitales no están suficientemente desarrollados. Por ejemplo, en muchos países de la región, cualquier escritor que quiera realizar los trámites de registro de obra inédita y de depósito legal para su libro electrónico deberá dirigirse en persona a la oficina pública, llevar una copia de su publicación en formato CD o DVD y completar a mano diversos formularios. Esta falta de modernización produce efectos muy nocivos, pues –como bien se sabe– una versión almacenada en formato CD o DVD se deteriora rápidamente; además, las estadísticas nacionales resultan perjudicadas, porque muchos de autores terminan pasando por alto los trámites nacionales y colocan sus obras directamente en las grandes plataformas globales.⁸⁶ Un aspecto igualmente problemático –también señalado de forma recurrente– es la piratería.⁸⁷

85. Cf. *infra*.

86. Cf. Gil (2015).

87. En la sección que sigue abordaremos la dimensión económica de este reto.

En este contexto de oportunidades y desafíos, son numerosas las iniciativas que han sido puestas en marcha para consolidar la creación y la situación de los artistas. Entre los proyectos destinados a aumentar la visibilidad de los creadores y de las producciones locales, podríamos destacar la plataforma **Latitud1x1**,⁸⁸ lanzada en marzo de 2016 por la Superintendencia de la Información y la Comunicación de Ecuador (SUPERCOM). Este portal permite a los músicos ecuatorianos promocionar sus temas y controlar su difusión. La medida no sólo facilita la circulación de música ecuatoriana –en cumplimiento del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación,⁸⁹ que establece que, en las estaciones de radio, “la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador deberá representar al menos el 50% de los contenidos musicales emitidos en todos sus horarios”–, sino que también estimula a los creadores a registrar sus obras y a afiliarse a sociedades de gestión colectiva.

Es interesante observar que en Ecuador se han desarrollado soluciones tecnológicas que impactan favorablemente en la visibilización del arte local, no sólo en el contexto digital, sino también en el entorno analógico. Un ejemplo interesante es el proyecto **Muros Libres**.⁹⁰ Esta aplicación, impulsada por el centro ConQuito⁹¹ y la alcaldía de la capital, tiene como objetivo apoyar al graffiti como expresión artística y minimizar el vandalismo. La ciudad ofrece determinados muros del espacio público para que los artistas pinten; luego la plataforma digital permitirá

organizar y coordinar las intervenciones, así como facilitar el encuentro entre propietarios de muros privados y artistas.⁹²

En el terreno de la capacitación, hay que advertir que en los centros de acceso comunitario mencionados en la sección 1 generalmente se ofrecen cursos –la mayor parte gratuitos– de formación en oficios y artes digitales, tales como animación 3D, fotografía digital, aplicaciones y efectos visuales. Más importante aún, en años recientes han surgido espacios –la mayoría de los cuales también cuenta con apoyo público– dedicados a la experimentación con nuevas tecnologías, que operan como centros de aprendizaje y creación. Aquí podríamos destacar:

- ▶ **ViveLabs** (Colombia):⁹³ red de laboratorios de innovación ciudadana que buscan promover la creación colaborativa y el desarrollo de contenidos digitales, en el marco del plan Vive Digital. El ViveLab Bogotá es operado por la Universidad Nacional.
- ▶ **MediaLab UIO** (Ecuador):⁹⁴ laboratorio de arte, comunicación, cultura y sociedad, impulsado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL).
- ▶ **MediaLab Prado** (España):⁹⁵ creado por iniciativa del Ayuntamiento de Madrid, este laboratorio ciudadano de producción, investigación y difusión de proyectos culturales fomenta diferentes formas de experimentación y aprendizaje colaborativo surgidas de las redes digitales.

88. <http://latitud1x1ec.supercom.gob.ec>

89. <http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>

90. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.neptuno.ml&hl=en>

91. <http://www.conquito.org.ec/>

92. Cf. “150 artistas urbanos” (2014).

93. <http://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-article-4055.html>

94. <http://www.medialabuio.org/>

95. <http://medialab-prado.es/>

- **LABoral** (España):⁹⁶ esta institución multidisciplinar –establecida en Gijón– produce y difunde las nuevas formas culturales nacidas de la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación.
- **Laboratorio Arte Alameda** (México):⁹⁷ espacio perteneciente al Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), dedicado a la producción e investigación de las prácticas artísticas que ponen en diálogo la relación arte-tecnología.
- **Centro de Cultura Digital** (México):⁹⁸ este centro multifuncional y multidisciplinario, fundado por iniciativa de la Secretaría de Cultura, realiza numerosas actividades de promoción y capacitación que resultan vitales para la creación en el entorno digital.⁹⁹
- **Centro Multimedia** (México):¹⁰⁰ proyecto impulsado por el Centro Nacional de las Artes (CENART) y enfocado, entre otras acciones, a la formación de creadores y públicos interesados en el arte electrónico.
- **Laboratorio de ciudadanía digital** (México y España): espacio de formación, desarrollado por el Centro Cultural de España en México, la Fundación Telefónica y el Ateneo Español, con el fin de promover, entre otros aspectos, la aplicación de nuevas tecnologías en el arte y la cultura.

En términos de estímulo a la creación, resulta indispensable mencionar el programa **Crea Digital**,¹⁰¹ impulsado desde 2012 por el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia en el marco del plan Vive Digital. Con un abordaje que mantiene total sintonía con los principios de política para la cultura digital enunciados anteriormente, Crea Digital ha brindado financiamiento a creadores de contenidos digitales interesados en desarrollar proyectos de fomento a la cultura, la lectoescritura y la apropiación de las TIC. Tal como subrayan varios de los entrevistados colombianos, este programa ha tenido múltiples virtudes, entre ellas el haber apostado fuertemente por la sinergia interministerial. En su edición 2016,¹⁰² además de apoyar iniciativas relacionadas con ebooks, animación y videojuegos, Crea Digital ha incluido una nueva categoría –“contenidos para una cultura de paz”–, a fin de incentivar a creadores de contenidos digitales de diferentes medios y plataformas que se encuentren interesados en aportar a la consolidación de una cultura de convivencia pacífica y participación.

En el análisis de las oportunidades, señalábamos que en la región han surgido numerosos festivales y exhibiciones dedicados al arte digital. Varios de estos eventos han recibido el apoyo de instituciones públicas. Aquí podríamos referir los siguientes ejemplos:

96. <http://www.laboralcentrodearte.org/>

97. <http://www.artedalameda.bellasartes.gob.mx>

98. <http://www.centroculturaldigital.mx>

99. Cf. “Brinda el Centro de Cultura Digital talleres” (2016).

100. <http://cmm.cenart.gob.mx/>

101. <http://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/convocatorias/Documents/CREADIGITAL2015.pdf>

102. <http://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/cultura-digital/creadigital/convocatoria2016/Paginas/default.aspx>

- **Noviembre Electrónico** (Argentina):¹⁰³ muestra sobre arte, tecnología y cultura digital, llevado adelante por el Centro Cultural San Martín de la ciudad de Buenos Aires.
- **Festival internacional de la imagen** (Colombia):¹⁰⁴ encuentro organizado por el Departamento de Diseño Visual de la Universidad de Caldas, que se ha consolidado como referencia fundamental para toda América Latina en el ámbito de las artes electrónicas.
- **Festival de Artes Electrónicas / Video Transito_MX** (México):¹⁰⁵ este evento –impulsado por el Centro Multimedia del CENART– se consagra a la expresión y análisis de las prácticas contemporáneas de creación artística vinculadas a la tecnología.
- **Festival de escritura digital** (México): encuentro impulsado por la Secretaría de Cultura –a través de la Coordinación Nacional de Literatura– que explora las formas de creación literaria en plataformas digitales como Twitter.¹⁰⁶

Respecto de la protección del derecho de autor, los países han puesto en marcha diferentes iniciativas. La Dirección Nacional de Derecho de Autor de Colombia (DNDA)¹⁰⁷ ha desarrollado toda una línea de cursos virtuales enfocados a titulares y usuarios del derecho de autor y derechos conexos, centros de formación artística y cultural, organismos públicos y privados, sociedades de gestión colectiva, universidades y colegios interesados en la materia.

103. <http://www.noviembreelectronico.elculturalsanmartin.org/>

104. <http://www.festivaldelaimagen.com/>

105. <http://transitiomx.net/inicio.html>

106. Cf. "Creación literaria en redes sociales" (2016).

107. <http://derechodeautor.gov.co/>

Hasta el momento han participado de los cursos más de 115 mil personas.¹⁰⁸ En términos del registro en línea de obras inéditas, la DNDA de Colombia es pionera en América Latina. A fines de 2015, la entidad presentó la aplicación **Protege tus obras**,¹⁰⁹ un servicio móvil que permite efectuar el registro de videos y fotos tomadas desde un celular o una tableta.

Caso de estudio 3

Centro de Cultura Digital (México)

Inaugurado en septiembre de 2012 por iniciativa de la Secretaría de Cultura de México, el Centro de Cultura Digital se enfoca a investigar las implicaciones culturales, sociales y económicas del uso de la tecnología digital. El centro se propone, entre otros objetivos: promover la adopción consciente de herramientas digitales que fomenten el intercambio de información y conocimiento, la lectura crítica, la autogestión, la producción de contenidos de calidad y la creación de redes. Se trata de una iniciativa pionera en la región, que sin duda resultará fundamental para el estímulo de la creatividad y para la exploración de las formas expresivas propias de la era digital.

108. Cf. "Programa de difusión de derecho de autor" (2016).

109. <https://itunes.apple.com/us/app/protege-tus-obras/id1055375729?l=es&mt=8>

Por otro lado, también en Colombia, la Biblioteca Nacional ofrece la posibilidad de realizar el depósito legal de forma digital. La institución permite depositar textos, imágenes, videos, audio, mapas digitales y sitios web.

España, por su parte, modificó el texto refundido de propiedad intelectual y reformó la ley 1/2000 de Enjuiciamiento Civil, lo que permite acelerar las solicitudes de retiro de enlaces a contenidos ilegales, cancelar dominios .es o bloquear sitios web extranjeros que infrinjan derechos. Asimismo, el MECD inauguró en 2011 el programa **Cultura en positivo**,¹¹⁰ que fomenta, a través de un sello web de calidad, el respeto de los derechos de propiedad intelectual.¹¹¹

110. <http://www.culturaenpositivo.mecd.gob.es/es/index.html>

111. Una lista más completa de las iniciativas anti-piratería llevadas adelante por el Ministerio puede consultarse aquí: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/propiedadintelectual/lucha-contra-la-pirateria.html>

3

Industrias
culturales

3. Industrias culturales

“En la era digital, ya no rigen tanto las fronteras físicas cuanto los idiomas. En ese sentido, tenemos una clara ventaja frente a otros países cuya lengua es menos hablada –por ejemplo, el holandés. Y el español ya no es un patrimonio exclusivo de España. Por ejemplo, el sitio web más visitado en España es YouTube, sobre todo para contenidos en español o doblados al español que no provienen de España sino de otras regiones hispanohablantes.”

Borja Adsuara

Abogado, profesor universitario y consultor experto en derecho y estrategia digital, España

Las ventajas de las nuevas tecnologías en el terreno de las industrias culturales son innegables. En efecto, lo digital permite reducir los costos de distribución –lo cual implica enormes ahorros para las empresas–, así como incorporar métodos de financiamiento innovadores como el *crowdfunding* o micro-mecenazgo, desarrollar nuevos modelos de negocio y llegar a un mercado potencialmente global. Por cierto, el “territorio digital” conformado por los países hispanohablantes presenta un enorme potencial en términos de intercambio comercial y profesional.¹¹²

En la región, las industrias culturales están aprovechando todas estas oportunidades y en muchos casos incorporan las nuevas tecnologías de manera activa. Aunque a un ritmo diferente según cada país, las salas de cine migran progresivamente a digital¹¹³ y la explosión de servicios de video bajo

demanda da nuevo aire a muchísimas obras de nicho –tanto clásicas como contemporáneas–, que resurgen gracias al efecto *long tail*.¹¹⁴ Respecto de la música, en el caso específico de América Latina, los ingresos digitales aumentaron 44,5% en 2015, y dentro de este conjunto, la porción correspondiente al *streaming* creció nada menos que 80,4%.¹¹⁵ En la industria editorial, a pesar de que las ventas en digital todavía no representan una porción predominante, el libro electrónico sigue ascendiendo en las cifras de producción y registro.¹¹⁶

Dentro de este marco, hay que reconocer que la propia coyuntura económica de la región hace que las nuevas tecnologías se conviertan en un potencial aliado para las industrias culturales. En efecto, en un momento caracterizado por la debilidad de la demanda interna –en España, como resultado de la crisis que afecta desde 2008 a numerosas economías europeas, y en América Latina, por la caída de los precios de las materias primas y

112. Un buen resumen del peso económico del idioma español puede encontrarse en Instituto Cervantes (2015: 20 y ss).

113. España lidera la región, con 95,1% de las salas ya digitalizadas (cf. AIMC, 2016). En América Latina, la situación es bastante desigual (para estadísticas referidas la proporción de cines digitales respecto del total de salas, pueden consultarse los datos del Observatorio Iberoamericano Audiovisual: <http://www.oia-caci.org/es/estadisticas/cines/> y <http://www.oia-caci.org/es/estadisticas/teatro-digital-incluyendo-3d/>)

114. Cf. Anderson (s.f.).

115. Cf. IFPI (2016: 11).

116. Cf. CERLALC (2016: 8).

la recesión–,¹¹⁷ resulta vital hallar nuevos destinos comerciales. Para el sector cultural, la exportación de bienes y servicios en formato digital podría representar una fuente de ingresos suplementaria.

No obstante, las barreras son también considerables. En primer lugar, al igual que ocurre entre los artistas, las industrias culturales –en especial las empresas pequeñas y medianas– suelen carecer de las herramientas y las competencias digitales necesarias. Además, si bien es cierto que en muchos casos el nuevo entorno permite trabajar con costos menores, la migración de analógico a digital suele resultar en sí misma muy onerosa: por ejemplo, la digitalización del fondo completo de una editorial puede representar un gasto muy elevado y difícil de asumir para los sellos más pequeños. Asimismo, las prácticas de consumo propias del nuevo entorno rompen con los modos de circulación tradicionales y exigen un reacomodamiento permanente de los modelos de negocio.¹¹⁸

En el caso específico de América Latina, son muchos los analistas que advierten que la economía digital no se ha desarrollado tanto como la conectividad. En efecto, en muchos de estos países, la industria digital carece de un desarrollo autóctono.¹¹⁹ En una línea cercana a lo que establecía el documento *Política de cultura digital* de Colombia, el investigador argentino Raúl Katz advierte sobre los problemas que surgen toda vez que se pierde de vista la industria digital doméstica:

117. Cf. FMI (2016).

118. Para un examen pormenorizado de cómo impactan las nuevas tecnologías en la lectura, la escritura y en la cadena de valor del libro, cf. CERLALC (2013).

119. Cf. Katz (2015: 232). El comercio electrónico de la región constituye apenas el 2% del total de la economía –una proporción muy inferior a la que encontramos en Europa o en Estados Unidos (cf. CEPAL, 2015b: 68).

“Hasta el momento, el foco en los centros decisivos de los gobiernos del continente ha recaído en las redes, el despliegue de banda ancha y los precios de acceso. Sin dejar de considerar que todavía quedan tareas por hacer en este terreno –sobre todo en lo que hace a la inclusión digital de sectores vulnerables–, el hecho es que tanto gobiernos como empresas, investigadores y académicos debemos comenzar a definir una visión para el futuro, basada en una visión integrada del ecosistema digital. Si no lo hacemos, corremos el riesgo de transformarnos en consumidores de productos, aplicaciones y contenidos generados afuera del continente, un proceso que sustenta una transferencia de rentas al exterior de América Latina.”¹²⁰

Este fenómeno puede conducir a un resultado particularmente negativo en términos de empleo y de capacidades locales. Efectivamente, los mejores talentos de cada industria en muchas ocasiones reciben ofertas de trabajo más tentadoras desde el exterior y optan por emigrar, lo que debilita aún más el ecosistema nacional.

Por otro lado, aunque es cierto que lo digital permite monetizar ventas *long tail* y de nicho, no está claro que todas las empresas puedan subsistir gracias a esos esquemas comerciales. De hecho, existe el peligro de que sean las grandes plataformas –gracias a su inigualable capacidad de agregar millones de productos diferentes y de procesar *Big Data*– las únicas que podrán aprovechar esa “cola larga” de productos consumidos por relativamente pocos usuarios, pero que en el total derivan en retornos considerables.

120. Katz (2015: 333).

Así, aunque en la región existe una multiplicidad de plataformas de video bajo demanda, Netflix cuenta en México con alrededor del 70% de los usuarios de este sector;¹²¹ por otro lado, el bloque conformado por jugadores globales como Amazon, Apple, Google y Kobo concentra en España 77,2% del mercado del libro electrónico.¹²²

Son numerosos los entrevistados que coinciden en que la concentración de la oferta en manos de unas pocas plataformas puede convertirse en un serio riesgo para la sostenibilidad de las industrias locales, y por lo tanto para la diversidad de las expresiones culturales. Por cierto, hay que reconocer que los gigantes de la web no representan un simple eslabón en la cadena creativa, sino que se constituyen progresivamente en mercados cerrados en sí mismos –algo que se percibe claramente en el sector de las aplicaciones, donde Google y Apple son, literalmente, *marketplaces*. Puesto que cada plataforma puede optar por determinados formatos de archivos y de metadatos, se corre el riesgo de que se debilite la interoperabilidad y se intensifique la fragmentación. Además, en la medida en que administran sus propios algoritmos de recomendación, las grandes plataformas pueden también controlar la visibilidad de los diferentes productos que ofrecen a la venta. Tal como advierte la “Declaración sobre la protección y promoción de la diversidad audiovisual en la era digital”:

“En las nuevas redes y soportes digitales, se verifica un proceso de re-intermediación a cargo de nuevos agentes –como Google, Youtube,

Facebook, Spotify– y las alianzas de éstos con los tradicionales conglomerados mediático-culturales cuestionan la diversidad en las redes digitales (. . .). Es necesario realizar más investigación acerca de las estrategias desarrolladas por parte de los intermediarios del paisaje digital en temas sensibles como las alianzas con los grandes grupos de cultura-comunicación, el etiquetado de contenidos o los secretos algoritmos empleados por los motores de búsqueda que guían la visibilidad de contenidos.”¹²³

El predominio de los gigantes de la web en la escena cultural es tan pronunciado que puede derivar en un peligro adicional: la imposibilidad de producir estadísticas nacionales fiables sobre la economía de la cultura digital. En efecto, puesto que los intercambios de información entre el usuario y la nube –esto es, la plataforma– se realizan de forma electrónica y están generalmente encriptados, los Estados no siempre disponen de medios para establecer cuáles ni cuántos bienes y servicios han sido consumidos o producidos por los usuarios locales. Así, si observáramos en la sección 2 que resulta cada vez más complejo precisar cuántos libros electrónicos de autores locales han sido publicados en determinado período, el mismo problema se presenta a la hora de definir cuántas copias han sido comercializadas.

Además del avance de las grandes plataformas, otro de los desafíos señalados reside en la piratería o descargas no autorizadas.¹²⁴

123. “Declaración” (2013: 3). El texto fue elaborado en el marco del seminario “Protección y promoción de la diversidad audiovisual en la era digital” (organizado en octubre de 2013 en Getafe por el proyecto Diversidad Audiovisual –cf. *infra*, sección 4).

124. Es tal vez en el informe periódico de España de 2016 (sección “Resumen ejecutivo”) donde más claramente se subraya este problema.

121. Cf. Castañares (2016).

122. Librandá (2016: 7).

Este fenómeno atañe no sólo a América Latina¹²⁵ sino también a Europa: según la Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos de España, el 87,48% de los contenidos consumidos en 2015 en ese país fueron ilegales, lo que equivaldría a un lucro cesante de 1.669 millones de euros.¹²⁶

Asimismo, los cambios en los hábitos de consumo pueden repercutir negativamente en los circuitos culturales típicamente analógicos, como las librerías físicas. En España, por ejemplo, se cerraron en promedio 2 librerías por día a lo largo de 2014.¹²⁷ Aunque existen grandes diferencias entre los ecosistemas de librerías de España y de América Latina, cabría preguntarse si la situación española no estará tal vez preanunciando lo que en el futuro podría ocurrir en Argentina, México, Colombia y Ecuador, a medida que la digitalización avance.

Frente a este escenario de oportunidades y desafíos que afectan a las industrias culturales, los países han implementado un amplio abanico de políticas y medidas. Un primer grupo de iniciativas se relaciona con la capacitación, la vinculación profesional y la modernización,¹²⁸ entre las cuales podríamos destacar:

- ▶ **Programa Polos y Nodos Audiovisuales** (Argentina):¹²⁹ impulsado por el Ministerio de Planificación Federal, Inversiones Públicas y Servicios, este proyecto busca consolidar la industria audiovisual local a través de la asistencia en equipamiento, capacitación e I+D, con la mira puesta en la producción de contenidos para la TV Digital.
- ▶ **Colombia 3.0** (Colombia):¹³⁰ evento de capacitación e intercambio para las industrias de contenidos digitales, realizado en el marco del plan Vive Digital.
- ▶ **Apps.co** (Colombia):¹³¹ también dentro del plan Vive Digital, esta iniciativa busca fortalecer las capacidades locales y la generación de negocios en el terreno de las aplicaciones móviles, las plataformas web y los contenidos digitales.
- ▶ **C3+D** (Colombia):¹³² laboratorio de emprendimientos de contenidos digitales, organizado por el Ministerio de Cultura y el Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia (CTA).
- ▶ **Ayudas a las industrias culturales** (España):¹³³ programa de apoyo del MECD, orientado a incrementar la oferta legal de contenidos digitales culturales en Internet y a promover la modernización e innovación de las industrias culturales y creativas.

125. Cf. Alianza (2016).

126. Cf. Observatorio (2016). Con todo, hay que advertir que los cálculos utilizados para estimar el lucro cesante han sido cuestionados en reiteradas ocasiones (cf. Corroto, 2015).

127. Cf. Manrique Sabogal (2015).

128. En esta lista sólo incluimos aquellas políticas y medidas específicamente enfocadas al entorno digital. Con todo, existen numerosas iniciativas que se dirigen a la industria en general e incorporan algunas categorías dedicadas a las nuevas tecnologías, tal como ocurre en el caso de MICA (Argentina) o su variante internacional, el MICSUR.

129. <http://www.tda.gov.ar/tda/141/11162/polos.html>

130. <http://col30.co>

131. <https://apps.co>

132. <http://laboratorioc3masd.co>

133. http://www.mecd.gov.es/cultura-mecd/areas-cultura/industriasculturales/ayudas/ayudas_inversio.html

Caso de estudio 4

Ayudas a las industrias culturales y creativas (España)

La Secretaría de Estado de Cultura del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España ofrece ayudas económicas para la modernización e innovación de las industrias culturales y creativas mediante proyectos digitales y tecnológicos. Estos proyectos tienen que incrementar la oferta legal de contenidos digitales culturales en Internet. Un aspecto fundamental de las ayudas es que no solamente apuntan a consolidar el ecosistema de las industrias –en sectores como las artes escénicas, artes visuales, patrimonio cultural, cine, televisión, radio, publicidad, videojuegos y artes interactivas, diseño, diseño de moda, nuevos medios de comunicación, música, y libros –, sino que también impactan positivamente en el acceso, ya que promueven una mayor calidad en la oferta cultural disponible en línea.

- ▶ **FICOD** (España):¹³⁴ foro internacional de contenidos digitales organizado a través de Red.es por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Constituye una de las herramientas de la Agenda Digital para España.
- ▶ **Emprendelibro** (España):¹³⁵ programa de asistencia a emprendimientos de edición digital, llevado adelante por la Fundación Germán Sánchez Ruipérez y Factoría Cultural, con el respaldo del MECD.
- ▶ **Appuesta Digital** (México):¹³⁶ ayuda ofrecida por el Centro de Cultura Digital para el desarrollo de aplicaciones web o móviles que contribuyan a mejorar la productividad y la sustentabilidad de las empresas culturales.

En el caso puntual del micro-mecenazgo, cabe mencionar que España anunció en 2015 una reforma fiscal que regula

este instrumento y ofrece deducciones impositivas sobre los aportes destinados a producciones culturales.¹³⁷

Por otro lado, existen diversos proyectos de aplicaciones y plataformas en línea, creadas generalmente por instituciones públicas, que apuntan a dinamizar y fortalecer determinadas industrias culturales. La Secretaría de Cultura de México, por ejemplo, presentó en 2015 **Libros México**,¹³⁸ un espacio virtual multifuncional que ofrece herramientas tecnológicas para editores, importadores, distribuidores, bibliotecarios, librerías y lectores locales. Otra iniciativa interesante es **libreriasdeviejomexico.org**, un portal desarrollado por la Universidad Autónoma Metropolitana que presenta un mapa interactivo con la ubicación de decenas de librerías “de viejo” mexicanas –un mercado considerado en riesgo de extinción.

134. <https://ficod.es>

135. <http://emprendelibro.com/>

136. <http://semana-emprendedor.centroculturaldigital.mx/appuesta.html>

137. Cf. “El micromecenazgo” (2015).

138. <https://librosmexico.mx/>

La aplicación **Ibermúsicas**,¹³⁹ desarrollada a principios de 2016 por el programa iberoamericano homónimo, tiene como fin último fomentar la diversidad musical, estimular la formación de nuevos públicos en la región y ampliar el mercado de trabajo de los profesionales del sector, con el apoyo de 10 países –Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Cuba, México, Paraguay, Perú y Uruguay.

Es tal vez en el segmento del cine donde más plataformas han surgido por iniciativa pública. En 2015, el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales de Argentina (INCAA) presentó **Odeón**,¹⁴⁰ un portal de video bajo demanda con películas, series, documentales y cortos nacionales. A fines de 2014, la Corporación Nacional de Telecomunicaciones de Ecuador puso en funcionamiento el sistema **CNT Play**,¹⁴¹ que provee contenidos bajo demanda, con un énfasis especial en las producciones locales. Por su parte, el MECD de España administra el servicio **Ver películas online**,¹⁴² un buscador que permite recorrer toda la oferta legal de cine en la red. El Instituto Mexicano del Cine (IMCINE) –con apoyo de la Secretaría de Cultura y en alianza con la empresa española Filmin– tiene a su cargo el portal de video bajo demanda **Filmin Latino**,¹⁴³ que ofrece películas de ficción, documentales, animación, cortos, series, de realizadores tanto locales como internacionales. El IMCINE también gestiona la plataforma digital **Cinema México**, que pone a disposición del público más de 200 películas producidas por el Instituto.

139. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.theamalgama.ibermusicasapp>

140. <https://www.odeon.com.ar>

141. <http://www.cntplay.com/>

142. <http://verpeliculasonline.meecd.gob.es/mc>

143. <https://www.filminlatino.mx/>

Existen, además, plataformas de cine surgidas de la cooperación internacional. El portal **Retina Latina**,¹⁴⁴ sostenido por seis entidades cinematográficas de América Latina –Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú, México y Uruguay– y apoyado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI), propone una variedad de obras en línea, con el fin de presentar la producción de cine local a nuevos públicos de la región.

Caso de estudio 5

Retina Latina

Sostenido por seis entidades cinematográficas de América Latina –Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú, México y Uruguay– y apoyado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI), el portal Retina Latina propone desde marzo de 2016 una variedad de películas en línea, con el fin de presentar la producción de cine local a nuevos públicos. En el largo plazo, el proyecto apunta a fortalecer el mercado de cine latinoamericano y a facilitar la distribución internacional de las obras. Experiencias como Retina Latina revisten suma importancia a la hora de consolidar el mercado cultural digital a nivel de toda la región.

144. <http://retinalatina.org/>

Por otra parte, gracias al impulso de la CACI y de la plataforma digital Cinema México, se ha conformado el proyecto **Pantalla CACI**,¹⁴⁵ un portal de cine iberoamericano compuesto por 3 áreas: Ibermedia Digital –cine–, DOCTV Latinoamérica –documentales– y Aula –lecciones magistrales organizadas en torno a reportajes, entrevistas con directores, técnicos y actores.

Finalmente, también en el terreno de la cooperación, puede mencionarse el proyecto **Red de salas digitales del Mercosur**.¹⁴⁶ La estructura nace en el marco del Programa MERCOSUR Audiovisual, una iniciativa de la Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del MERCOSUR (RECAM), en colaboración con la Unión Europea. Su principal objetivo es fortalecer el sector cinematográfico y la circulación de contenidos audiovisuales locales, al interior del bloque regional. La red está integrada actualmente por 30 salas: 10 en Argentina, 10 en Brasil, 5 en Paraguay y 5 en Uruguay (en una segunda etapa se sumarán salas en Venezuela y también nuevos puntos de proyección en los países antes mencionados).¹⁴⁷

145. <http://pantallacaci.com/>

146. <http://www.recam.org/pma/categorias/red-de-salas/contenidos/red-de-salas>

147. El listado de las salas, así como el catálogo de películas y la programación en cada país pueden consultarse desde el sitio <http://mercosuraudiovisual.org/>

4

Sociedad civil

4. Sociedad civil

Las herramientas digitales pueden constituir un claro aliado a la hora de fomentar la participación de la sociedad civil y la sensibilización en torno a la diversidad de las expresiones culturales. Es evidente que Internet posee una capacidad única de entregar informaciones de manera instantánea y económica a un número gigantesco de usuarios, lo que representa un claro argumento a favor de la construcción de portales de difusión cultural. A continuación, presentamos algunos ejemplos de plataformas de este tipo que cuentan con apoyo público:

- ▶ **España es cultura:**¹⁴⁸ portal desarrollado por el MECD, para la difusión y promoción de las culturas locales. Entre otros materiales, presenta una agenda con lo más destacado de la oferta cultural actual.
- ▶ **Hipermédula:**¹⁴⁹ plataforma digital de difusión cultural que alienta la vinculación de los diferentes actores, creadores y públicos de la cultura iberoamericana; se trata de un emprendimiento independiente,

apoyado por la Agencia española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y el Centro Cultural de España / Córdoba (Argentina).

- ▶ **Americanosfera:**¹⁵⁰ plataforma de colaboración digital, creada por Casa de América (España), que invita a centros culturales y de pensamiento del ámbito iberoamericano a mostrar sus actividades, trabajos y proyectos.
- ▶ **México es cultura:**¹⁵¹ sitio web que opera como cartelera nacional de la Secretaría de Cultura de México. El visitante puede encontrar la lista de actividades más relevantes en el ámbito de la música, cine, danza, exposiciones e incluso en la categoría "cultura digital". El portal es también muy activo en redes sociales y cuenta con una aplicación móvil que ha sido considerada una de las mejores del mundo.¹⁵²
- ▶ **WikiMexico:**¹⁵³ sitio web de interacción y divulgación de la cultura mexicana, tanto histórica como actual.

148. <http://www.españaecultura.es>

149. <http://hipermedula.org/>

150. <http://americanosfera.org>

151. <http://www.mexicoescultura.com/>

152. Cf. "Multiplataforma de Conaculta" (2015).

153. <http://wikimexico.com/>

■ **Alas y raíces:**¹⁵⁴ portal de la Secretaría de Cultura de México que tiene como objetivo de despertar la sensibilidad artística en niños y adolescentes. Ofrece una cartelera con información cultural y una sección de aplicaciones móviles específicamente diseñadas para el público joven.

Hay que reconocer que la potencia de lo digital se expresa no sólo por medio de plataformas informativas, sino también –y en particular– a través de la interactividad propia de las redes sociales. En este campo, América Latina y España exhiben los índices de uso más elevados del mundo,¹⁵⁵ lo que representa una oportunidad extraordinaria para las iniciativas de sensibilización y divulgación a nivel regional. Por cierto, redes y portales globales como Facebook, Twitter, YouTube e incluso sitios autóctonos como Taringa!¹⁵⁶ se han convertido en canales de difusión e intercambio cultural muy poderosos. Podríamos pensar por ejemplo en el fenómeno de los **booktubers**: se trata de usuarios –generalmente adolescentes o jóvenes– que comentan libros a través de YouTube y que cuentan con miles de seguidores.¹⁵⁷ Además, en la región crecen los portales de recomendación de libros que –como Entrelecturas¹⁵⁸ o Lecturalia¹⁵⁹– permiten compartir informaciones.

154. <http://www.alasyraices.gob.mx/>

155. América Latina aloja a más de 217 millones de usuarios de Facebook (cf. eMarketer, 2015a y 2015b); Twitter, por su parte, registra en la región una tasa de crecimiento que se encuentra entre las más elevadas del mundo. Para el caso de España, cf. VIU (2015).

156. <http://www.taringa.net/>

157. Cf. Perazo (2014).

158. <http://www.entrelectores.com/>

159. <http://www.lecturalia.com/>

El potencial de las nuevas formas de comunicación está siendo aprovechado por las instituciones públicas de diferentes maneras. Son innumerables los festivales, museos y centros de arte que utilizan las redes sociales para divulgar informaciones e interactuar con su público de forma directa.¹⁶⁰ Por otro lado, los ministerios de Cultura de la región mantienen una base de seguidores considerable.

Caso de estudio 6 Foro de Cultura Digital (Argentina)

Argentina organizó en 2013 los primeros Foros Nacionales hacia una Agenda de Cultura Digital, que confluyeron en octubre de 2015 en un evento de mayor envergadura: el Foro de Cultura Digital. Este espacio reunió a productores culturales, académicos, empresarios digitales, legisladores, activistas, programadores, artistas y usuarios con el objetivo de pensar las oportunidades y los desafíos de las industrias culturales argentinas en la era digital. Actividades de este tipo pueden resultar de gran utilidad a la hora de promover un mayor involucramiento de la sociedad civil en la toma de consciencia de las problemáticas actuales, así como en la elaboración de nuevas políticas para la cultura.

160. Para un buen panorama sobre el uso de nuevas tecnologías en el ámbito de los museos y los festivales de España, cf. Cano Coca, Vázquez Aldecoa y Celaya (2015) y Roselló y Celaya (2016), respectivamente.

Vale la pena destacar aquí el enorme impacto que alcanza la Secretaría de Cultura de México: su cuenta de Twitter,¹⁶¹ por ejemplo, posee casi 1,5 millones de *followers*.¹⁶²

Por otro lado, si la clave de la comunicación digital es la interacción, hay que advertir que esa misma lógica está influyendo en la forma en que se elaboran las políticas. Por ejemplo, para llegar a la versión definitiva de su proyecto de cultura digital, el Ministerio de Cultura de Colombia sometió el primer borrador a un debate en el cual participaron más de 300 personas –expertos, comunicadores, instituciones y ciudadanos en general.¹⁶³ Este proceso fue decisivo para validar las líneas propuestas, así como para recopilar nuevas ideas.

Los países también han contribuido a la puesta en marcha de congresos y espacios de investigación relacionados con la cultura digital, en un sentido amplio. En 2013, tuvo lugar en Zaragoza el V Congreso Iberoamericano de Cultura¹⁶⁴ –organizado por la SEGIB, el MECD y otras entidades–, que llevó como título: “Cultura digital, cultura en red”. También en Zaragoza y con apoyo del MECD, en 2015 se inauguró el congreso internacional sobre “Cultura Digital, Comunicación y Sociedad”.¹⁶⁵

El proyecto Diversidad Audiovisual¹⁶⁶ –radicado en la Universidad Carlos III de Madrid– lleva adelante desde 2012 una amplia gama de actividades de investigación e intercambio referidas a la diversidad en las industrias culturales, en general, y en el sector audiovisual digital, en particular, con apoyo del Ministerio de Economía y Competitividad. Argentina, por su parte, organizó en 2015 el Foro de Cultura Digital –un espacio de reflexión que reunió a productores culturales, académicos, empresarios digitales, legisladores y artistas, a fin de reflexionar sobre los retos y necesidades de la era actual.¹⁶⁷

Finalmente, hay que destacar las diferentes ediciones de libros relacionados con esta temática que han sido impulsadas por entidades públicas. Aquí podemos mencionar la obra *En la ruta digital*, compilada en 2012 por la Dirección Nacional de Industrias Creativas de Argentina¹⁶⁸ y el *Anuario AC/E*, documento editado por Acción Cultural Española que examina la evolución de las tendencias digitales en el mundo de la cultura.¹⁶⁹

161. https://twitter.com/cultura_mx

162. Mayo de 2016. Para una lista detallada de las redes de la Secretaría, cf. “Las redes sociales” (2015).

163. Cf. “Política Cultura Digital” (s.f.).

164. <http://www.culturaiberoamerica.org/>

165. <http://www.congresoculturaldigital.es>

166. <http://diversidadaudiovisual.org/>.

167. <http://digital.cultura.gob.ar/>

168. <http://digital.cultura.gob.ar/en-la-ruta-digital/>

169. http://www.accioncultural.es/es/anuario_ac_e_cultura_digital

Seguimiento y evaluación futura de las variables digitales

¿Cómo medir los progresos realizados por los países, en términos de la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales en la era digital? El marco de seguimiento presentado en el volumen *Repensar las políticas culturales* propone 3 indicadores centrales en este terreno, con sus respectivos medios de verificación:¹

Indicador 1

La base legislativa para el acceso universal a Internet está: a) establecida, b) evaluada y c) en funcionamiento.

Medios de verificación:

- Evidencia de leyes pertinentes para establecer el acceso universal a Internet
- Evidencia de acceso universal a conexiones móviles a Internet (por sexo, edad, nivel de ingresos) y a redes sociales
- Informes de evaluación sobre el impacto de las leyes sobre el acceso universal a Internet

Indicador 2

Las políticas y medidas para fomentar la creatividad digital y promover la participación de la sociedad civil en el entorno digital están: a) establecidas, b) evaluadas y c) en funcionamiento.

Medios de verificación:

- Políticas y medidas para apoyar las artes digitales, incubadoras para arte y experimentación electrónica, y formación para artistas
- Medidas para promover la producción y el consumo de contenidos electrónicos (de pago y gratuitos, internacionales y locales)
- Medidas para fomentar la participación de la sociedad civil a través de medios digitales
- Informes de evaluación sobre el impacto de las políticas para fomentar la creatividad digital y la participación de la sociedad civil en el entorno digital

Indicador 3

Las políticas y medidas para apoyar mercados digitales e industrias culturales dinámicas y diversos están: a) establecidas, b) evaluadas y c) en funcionamiento.

Medios de verificación:

- Políticas y medidas para apoyar la modernización de las industrias culturales (por ejemplo, infraestructuras tecnológicas y formación en cine digital, escritura/ edición electrónica)
- Número de participantes en el mercado de la cultura electrónica, por industria cultural (por ejemplo, música, industria editorial, cine, etcétera) y niveles de alfabetización digital entre los consumidores (por sexo, edad, nivel de ingresos)
- Porcentaje de ingresos digitales para pequeñas y medianas empresas, por industria cultural (por ejemplo, mecanismos de inversión tales como la financiación colectiva para empresarios locales)
- Informes de evaluación sobre el impacto de las políticas para apoyar mercados dinámicos y diversos

170. See Kulesz (2015: 86).

Como puede apreciarse, en estos indicadores reaparecen los 4 ejes que hemos escogido para estructurar el presente trabajo. Por otro lado, hay que reconocer que en algunos casos –en particular para los indicadores 2 y 3–, no resulta sencillo hallar los datos correspondientes. Ahora bien, puesto que la salud del ecosistema cultural depende en buena medida de la cantidad y calidad de las informaciones disponibles para las partes interesadas –sector público, privados, sociedad civil–, todos los esfuerzos que se destinen a colmar estos vacíos estadísticos podrían redundar en un gran beneficio.

Conclusión y recomendaciones

Tal como hemos intentado mostrar hasta aquí, el panorama de oportunidades, desafíos y políticas asociados con la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales en la era digital en España y América Latina presenta una gran complejidad. Del examen parece desprenderse que las nuevas tecnologías pueden representar tanto una ventaja como un reto, en función de cómo se apliquen en cada contexto: en efecto, según el modo en que se empleen, las herramientas digitales pueden por ejemplo generar un mercado de industrias culturales rico y dinámico, o bien concentrar la oferta en manos de muy pocos jugadores. Y las políticas públicas tienen un peso decisivo a la hora de definir el resultado en uno u otro sentido.

Dentro de este marco, cuando se trata de proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales en el nuevo entorno, los avances logrados por unos países pueden ser de enorme utilidad para los otros. Por cierto, muchas de las iniciativas que hemos estudiado en relación con el acceso, la creatividad, las industrias culturales y la participación de la sociedad constituyen claros casos de éxito que podrían replicarse.

Ahora bien, más allá de las acciones que han sido llevadas adelante, existen ciertas zonas menos exploradas, sobre las que valdría la pena detenerse. Nos referimos principalmente a ciertas oportunidades que no están siendo completamente aprovechadas, o a determinados desafíos que no han sido suficientemente atendidos. A continuación, desarrollaremos algunos de estos aspectos, que también podrían ser de utilidad a la hora de elaborar una lista de recomendaciones y de buenas prácticas.

En el ámbito del acceso, el sector público ha realizado importantes esfuerzos para reducir la brecha digital. Sin embargo, estos proyectos suelen formar parte de vastos planes nacionales de infraestructura en cuya elaboración e implementación intervienen generalmente los Ministerios de Tecnología, de Industria, de Comunicaciones, de Educación, entre otros, pero no el de Cultura –lo que puede impactar negativamente en términos de la diversidad de las expresiones culturales. Por otro lado, en un contexto en el cual grandes plataformas internacionales ejercen una presión creciente para ofrecer soluciones de infraestructura, resulta indispensable insistir en que, sin políticas públicas en este ámbito, el acceso equitativo y la neutralidad de la web pueden correr riesgos.

Desde la perspectiva de la creatividad, los países han invertido en plataformas y aplicaciones que contribuyen a la visibilidad de los artistas locales, en actividades de capacitación que ayudan a experimentar y crear con tecnologías digitales, y en distintas medidas que protegen el derecho de autor. No obstante, a menudo las políticas culturales siguen demasiado ancladas en el modelo de creación analógico –en el cual el mensaje se comunica unidireccionalmente– y pierden un poco de vista el paradigma propio de nuevo entorno, que se caracteriza por la interacción y la colaboración.

Respecto de las industrias culturales, las ayudas para la vinculación profesional, la capacitación y la modernización, así como la construcción de plataformas que contribuyen a la consolidación de la industria del libro, de la música o del cine son iniciativas fundamentales. Con todo, los desafíos relacionados con las grandes plataformas globales y su impacto en la cadena creativa local no están recibiendo un tratamiento integral: sin una estrategia firme en este ámbito, pueden acentuarse los problemas a nivel no sólo de las industrias sino también de las estadísticas nacionales.

Finalmente, los países han llevado adelante numerosos proyectos de difusión cultural y fomento de la participación social, en particular a través de plataformas de divulgación, comunicación en redes sociales, consultas ciudadanas, conferencias y publicaciones sobre la cultura en la era digital. Pero aquí se presenta una oportunidad algo desaprovechada: la posibilidad de sensibilizar al público general sobre los objetivos y principios de la Convención 2005 y de mantener una discusión explícita sobre cómo impacta lo digital en la diversidad de las expresiones culturales.

A partir de las políticas y medidas descritas en las secciones 1 a 4, así como de las nuevas zonas que podrían explorarse en el futuro, proponemos las siguientes 50 recomendaciones, organizadas en torno a 7 temáticas –4 áreas específicas y 3 áreas transversales–:

Acceso

1. Involucrar al Ministerio de Cultura en la organización e implementación de los grandes planes nacionales de infraestructura tecnológica e inclusión digital, ya que éstos suelen abarcar ámbitos que están directa o indirectamente vinculados a la diversidad de las expresiones culturales.
2. Introducir cláusulas culturales y referencias a la Convención 2005 en esos planes o agendas digitales nacionales.
3. Simplificar el acceso en línea a las expresiones culturales alojadas en instituciones públicas –museos, bibliotecas, archivos–, ya sea a través de la digitalización de materiales o de la unificación de catálogos consultables vía web.
4. Intensificar los esfuerzos destinados a garantizar la accesibilidad, la universalidad de Internet y la neutralidad de la web.

Creatividad

5. Multiplicar las instancias de capacitación para los artistas que trabajan con herramientas digitales.
6. Dar una mayor visibilidad a aquellos creadores que experimentan con nuevas tecnologías.
7. Ofrecer más estímulos para la creación digital.
8. Brindar apoyo a los centros, festivales y eventos profesionales que fomentan el arte electrónico.
9. Modernizar los procesos de registro y depósito legal de obras artísticas, en particular de aquellas realizadas por medios digitales.
10. Promover una remuneración equitativa de los artistas en el marco de la nueva cadena creativa.
11. Proteger la creación digital, por ejemplo, a través de la elaboración de una guía de buenas prácticas para el respeto de los derechos de autor.
12. Apoyar las nuevas formas de micro-mecenazgo o financiamiento participativo (crowdfunding) que contribuyan a sostener la actividad de los artistas.

Industrias culturales

13. Acompañar a la industria del libro, la música y el cine en sus esfuerzos de digitalización y modernización.
14. Brindar más posibilidades de capacitación para las industrias culturales que necesitan perfeccionar sus competencias digitales.
15. Contribuir al fortalecimiento del mercado cultural digital a nivel nacional.
16. Adaptar los mecanismos para las transacciones electrónicas, de manera de facilitar el comercio de bienes y servicios en línea.
17. Tomar medidas para evitar la concentración de la oferta y para fomentar la coexistencia de múltiples actores comerciales, tanto nacionales como internacionales.
18. Al igual que en ámbito de la creatividad, apoyar el financiamiento participativo, en este caso para la producción y distribución en línea de aquellos bienes y servicios culturales que tienen una salida comercial más lenta.
19. Contribuir a una mayor vinculación entre los profesionales de la cultura y el mundo digital –programadores, diseñadores web, desarrolladores de videojuegos, entre otros.
20. Estimular las co-producciones y co-distribuciones digitales en el seno de la región.
21. Fomentar los encuentros de emprendedores que trabajan en contenidos digitales.
22. Intensificar los esfuerzos para crear una oferta legal de bienes y servicios en línea.
23. Repensar las compras públicas de bienes y servicios culturales, en función de las nuevas formas de creación, producción y distribución.
24. Contribuir a una mayor interoperabilidad y estandarización, tanto de formatos de archivo como de metadatos.
25. Lograr una mayor transparencia en el modo en que está presentada la oferta en línea, en particular en las grandes plataformas, a fin de garantizar una adecuada visibilidad de los bienes y servicios culturales locales.
26. Evaluar la necesidad de introducir cambios en la legislación vinculada con la distribución de bienes y servicios culturales en línea, como en el caso del precio fijo para el libro electrónico.

27. Prestar atención a los circuitos culturales que pueden estar amenazados por los cambios tecnológicos, tal como sucede con el entramado de librerías físicas.

Sensibilización y participación de la sociedad civil

28. Aprovechar el potencial de las redes sociales y de otras herramientas digitales, como medio para fomentar la participación social y la sensibilización sobre la diversidad de las expresiones culturales en el nuevo entorno.
29. Aprovechar las instancias de intercambio regionales como MICSUR, a fin de avanzar en la discusión de estos temas.
30. Volver más interactivas las políticas públicas y abrir espacios para que la sociedad civil intervenga en la elaboración de los planes nacionales.

Cooperación

31. Introducir cláusulas culturales y referencias a la Convención 2005 en los planes o agendas digitales de cooperación internacional.
32. También incluir cláusulas culturales y referencias a la Convención 2005 en los tratados de libre comercio –sean éstos bilaterales o multilaterales–, prestando especial atención al estatuto del comercio electrónico de bienes y servicios culturales.
33. Actualizar los acuerdos de cooperación cultural –tales como la Carta Cultural Iberoamericana–, con el fin de incluir una reflexión sobre las oportunidades y desafíos de las tecnologías digitales. Este trabajo puede seguir de cerca las discusiones mantenidas en el seno de la UNESCO respecto a las orientaciones prácticas para la aplicación de la Convención 2005 en el entorno digital.
34. Establecer una coordinación cercana entre los organismos regionales y los órganos de la Convención 2005, a fin de coordinar esfuerzos y unificar estrategias para la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales en el entorno digital.
35. Contribuir con el Fondo Internacional de la Diversidad Cultural, en la implementación de proyectos relacionados con la incorporación de nuevas tecnologías en la cultura local.

36. Fomentar un mayor intercambio entre los Ministerios de Cultura de la región, en temas relacionados con las nuevas tecnologías.

Intercambio de informaciones y recolección de datos

37. Realizar nuevos estudios sobre el impacto de la era digital en la diversidad de las expresiones culturales, en particular en otros países hispanohablantes.
38. Además de los libros, la música y el cine, incorporar en estas investigaciones las problemáticas propias de otras industrias, tales como los videojuegos y la animación.
39. Hacer nuevos mapeos de cultura digital, en la línea de lo desarrollado por la SEGIB en torno a la innovación ciudadana –aunque enfocándose específicamente en la temática de la diversidad de las expresiones culturales.
40. Incluir la variable digital en las Cuentas Satélite y en los Observatorios de la cultura, a fin de medir con mayor precisión el consumo y la producción de contenidos digitales desglosados por industria, procedencia (local/ internacional), soporte, formato, etc.
41. Intercambiar experiencias con países de otras zonas lingüísticas, a fin de compartir buenas prácticas y lecciones aprendidas.
42. Estudiar el efecto que la integración de mercados digitales tiene sobre la diversidad de las expresiones culturales, tanto en sus oportunidades como en sus desafíos, por ejemplo, a partir del caso de la Unión Europea.
43. Contribuir con informaciones sobre oportunidades, desafíos y políticas implementadas en el entorno digital, al presentar los informes periódicos cuadriennales para la Convención 2005.

Temas estratégicos

44. Concebir lo digital como una dimensión más de la cultura humana, que se construye “entre todos” –en vez de “desde arriba”–, y que no sólo resuelve problemas técnicos, sino que también expresa valores, significado e identidad.

45. A la hora de definir programas de cultura digital, adoptar un abordaje integral, que no excluya ninguna de las 4 áreas anteriormente descritas –el acceso, la creatividad, las industrias culturales y la sociedad civil.
46. En cualquiera de las 4 áreas, poner en el centro siempre a la persona, y no a la herramienta –ya se trate de dispositivos, de plataformas o de aplicaciones.
47. Al proyectar plataformas digitales nacionales, pensar sinergias con plataformas locales ya existentes –en vez de trabajar ex nihilo–, de manera de colaborar con la industria y asegurar la sostenibilidad de la iniciativa.
48. Establecer una sincronización de los proyectos nacionales referidos a la cultura digital, con los planes realizados a nivel provincial y municipal.
49. Poner en marcha nuevas alianzas público-privadas.
50. Fomentar las sinergias interministeriales, en particular entre el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Tecnologías.

Esta claro que para la cultura de los países hispanohablantes la era digital no representa un futuro posible, sino que constituye una realidad presente. A pesar de que falta muchísimo por hacer –por ejemplo, en lo que respecta a la recopilación de estadísticas– para alcanzar una comprensión profunda de estos procesos, podríamos postular, en sintonía con la Declaración de Veracruz, que el espacio cultural digital conformado por España y América Latina no es algo que deba construirse desde cero, sino que ya existe y se desarrolla de manera muy dinámica. Es también evidente que existen marcados contrastes entre los países, referidos a un buen número de particularidades tecnológicas, económicas y sociales –y estos rasgos originales podrían acentuarse con el paso del tiempo.

En futuras investigaciones sobre la relación entre lo digital y la diversidad de las expresiones culturales en el mundo hispanohablante, será sin duda necesario mantener un doble abordaje. Por un lado, habrá que seguir prestando atención al aspecto universal/común, conformado por el amplio espectro de oportunidades, desafíos y políticas que se repiten a lo largo de la región. En segundo término –en la medida en que los datos disponibles lo permitan– resultará fundamental examinar el componente local/específico, definido por la coyuntura y las prioridades de cada país.

En cierto sentido, se trata de la misma dualidad que hallamos en la idea de una lengua común: la región comparte el español, pero existen diferencias dialectales que deben ser tenidas en cuenta.

Y, a fin de cuentas, si el objetivo es consolidar el espacio digital hispanohablante de un modo que promueva y proteja la diversidad de las expresiones culturales, resultará indispensable fortalecer ambos pilares a la vez: las redes de intercambio regional –de datos, de experiencias, de contenidos, de expresiones artísticas– y el trabajo incesante sobre las necesidades locales concretas.

ANEXO 1

Principales expertos consultados

Adsuara, Borja: abogado, profesor universitario y consultor experto en derecho y estrategia digital (España)

Albornoz, Luis: investigador, profesor universitario y experto en comunicación audiovisual (Argentina y España)

Amatriain, Ignacio: sociólogo, profesor universitario y experto en industrias culturales (Argentina)

Arrieta, Pablo: profesor universitario y experto en nuevos medios (Colombia)

Astudillo Borja, Lisset: directora de Relaciones Internacionales y Cooperación Cultural del Ministerio de Cultura y Patrimonio (Ecuador)

Bello, Mónica: investigadora y crítica de arte especializada en prácticas culturales emergentes (España)

Bercovich, Fernando: investigador, responsable del área digital del Sistema de Información Cultural –SInCA– del Ministerio de Cultura (Argentina)

Boland, Philippe: presidente de Internauta –Gremio colombiano de fomento y uso de Internet– y experto en nuevos medios (Colombia)

Buitrago, Felipe: consultor y experto en economía creativa (Colombia)

Bultynch, Daniela: Secretaría de Medios Públicos del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos (Argentina)

Cárdenas Castillo, Jonathan: Dirección de Regulación y Control de la Subsecretaría de Emprendimientos e Industrias Culturales del Ministerio de Cultura y Patrimonio (Ecuador)

Carrasco, Diego: técnico del área de Economía Popular y Solidaria y coordinador de la Feria Texturas y Colores de ConQuito (Ecuador)

Castellanos, Alfonso: antropólogo, consultor en temas de economía creativa y experto en indicadores culturales (México)

Castillo, Carlos: escritor y agente literario (Colombia)

Colagiovanni, Vanina: escritora y co-coordinadora del Sector Editorial del Mercado de Industrias Culturales Argentinas –MICA– del Ministerio de Cultura (Argentina)

Correa, Iván: director de la editorial digital eLibro (Colombia)

- D'Elia, Alejandrina:** directora de Innovación Cultural de la Subsecretaría de Economía Creativa del Ministerio de Cultura (Argentina)
- De la Peña Aznar, José:** consultor experto en tecnologías digitales y telecomunicaciones (España)
- Del Corral, Milagros:** experta en políticas del libro, bibliotecas, derecho de autor y nuevas tecnologías de la edición (España)
- Di Paola, Virginia:** responsable del área de alianzas estratégicas del British Council (Argentina)
- Escobar Guevara, Raúl:** rector del Conservatorio Nacional de Música (Ecuador)
- Fernández Orgaz, Laura:** directora de Colecciones y Exposiciones de la Fundación Telefónica (España)
- Flores Cevallos, José Daniel:** Dirección de Regulación y Control de la Subsecretaría de Emprendimientos e Industrias Culturales del Ministerio de Cultura y Patrimonio (Ecuador)
- Franco, Germán:** subdirector del Centro Ático en la Pontificia Universidad Javeriana y experto en políticas de comunicación y cultura digital (Colombia)
- Gaitán, Juan Carlos:** director de Prana –incubadora de empresas culturales e industrias creativas– (Colombia)
- García Leiva, Trinidad:** investigadora, profesora universitaria y experta en el desarrollo del sector audiovisual digital (España)
- García, Marcos:** director del MediaLab Prado (España)
- González, Luis:** director general de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez (España)
- Gribnicow, Andrés:** subsecretario de Economía Creativa del Ministerio de Cultura (Argentina)
- Holguín, Catalina:** directora editorial del emprendimiento digital Manuvo (Colombia)
- Holtz, Deborah:** editora, directora de la editorial Trilce y presidenta de la Alianza de Editores Mexicanos Independientes (México)
- Jaramillo, Alejandra:** escritora, profesora universitaria y directora de la maestría en escritura creativa de la Universidad Nacional (Colombia)
- Jaramillo, Bernardo:** subdirector de Lectura, Escritura y Bibliotecas del CERLALC (Colombia)
- Klinkovich, Vanina:** ilustradora (Argentina)
- Londoño, Felipe César:** rector de la Universidad de Caldas y director del Festival Internacional de la Imagen (Colombia)
- Manjarres, Daniel:** director del Museo de Bogotá y asesor de la Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores (Colombia)

- Monak Salinas, Lenin:** subdirector de la Unidad de Estudios y Estadísticas del CERLALC (Colombia)
- Monteros, Ricardo:** compositor y director de la orquesta sinfónica del Conservatorio Nacional de Música (Ecuador)
- Moreno, Ángel:** subdirector de Prácticas Culturales de la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte de la alcaldía de Bogotá (Colombia)
- Navarro, Blanca:** experta en comunicación y directora de la agencia de promoción cultural Disueño (España)
- Noejovich, Sebastián:** coordinador general de Letras y Libros en el Ministerio de Cultura (Argentina)
- Nongo, Néstor:** consejero técnico de la Secretaría de Estado de Cultura del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (España)
- Orosa, Iván:** subsecretario de Emprendimientos Culturales del Ministerio de Cultura y Patrimonio (Ecuador)
- Pascual, Javier:** Subdirección General de Promoción del Libro, la Lectura y las Letras Españolas del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (España)
- Pedrosa, Fernando:** Secretaría de Medios Públicos –Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos– (Argentina)
- Piedras, Ernesto:** experto en economía creativa y director general de The Competitive Intelligence Unit (México)
- Pis Diez, Ethel:** profesora universitaria e investigadora en temas relacionados con las industrias de contenidos (Argentina)
- Ponsford, Marianne:** directora del CERLALC (Colombia)
- Ramírez Hernández, Ricardo:** coordinador del Grupo de Gestión y Ejecución perteneciente a la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura (Colombia)
- Restrepo, Jorge:** fundador de la empresa Hypercubus –enfocada a proyectos que cruzan la educación y las tecnologías– y experto en la industria de contenidos digitales (Colombia)
- Restrepo, Natalia:** coordinadora del proyecto Cultura Digital de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura (Colombia)
- Riera, Verónica:** editora y co-coordinadora del Sector Editorial del Mercado de Industrias Culturales Argentinas –MICA– del Ministerio de Cultura (Argentina)
- Rocca, Luis:** director de la editorial Taller de Edición (Colombia)
- Rodríguez Las Heras, Antonio:** profesor universitario, investigador y director del Instituto de Cultura y Tecnología de la Universidad Carlos III de Madrid (España)

- Romero, Carolina:** subdirectora Técnica de Capacitación, Investigación y Desarrollo de la Dirección Nacional de Derecho de Autor (Colombia)
- Salazar Lara, Lorna:** consultora y experta en contenidos digitales (Colombia)
- Salazar, Mauricio:** emprendedor, consultor y organizador de TEDxBogotá (Colombia)
- Sandoval Ruiz, Alcira:** especialista responsable del Sector Cultura de la Oficina de UNESCO en Quito y Representación para Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela (Ecuador)
- Sborovsky, Carolina:** escritora (Argentina)
- Schargorodsky, Héctor:** profesor universitario y experto en industrias culturales, en particular en el campo de las artes escénicas (Argentina)
- Scheinig, Matías:** experto en comunicación social, documentalista y fotógrafo (Argentina)
- Seiguer, Hernán:** director del Sistema de Información Cultural del Ministerio de Cultura (Argentina)
- Sierra, Danny:** gestor de innovación del ViveLab Bogotá (Colombia)
- Sierra, Edith:** experta en comunicación digital y en proyectos transmedia (Colombia)
- Sigal, Jorge:** secretario de Medios Públicos –Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos– (Argentina)
- Silva, Paula:** responsable de Artes e Industrias Creativas del British Council (Colombia)
- Solano, Víctor:** periodista, experto en comunicación y tecnologías digitales (Colombia)
- Torre Villaverde, Pilar:** consejera técnica de la Secretaría General de Promoción Exterior de la Cultura –Secretaría de Estado de Cultura del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte– (España)
- Ubertone, Pedro:** escritor y guionista (Argentina)
- Vargas, Enrique:** coordinador del Espacio Cultural iberoamericano de la Secretaría General Iberoamericana –SEGIB– (México)
- Vivas, Camilo:** consultor en temas relacionados con las industrias creativas, en especial para el desarrollo de herramientas digitales (Colombia)
- Zabala, Rubén:** coordinador de proyectos del MediaLab UIO (Ecuador)
- Zamparolo, Valeria:** responsable de Artes del British Council (Argentina)

ANEXO 2

Bibliografía

- "150 artistas urbanos plasmaron sus diseños en el Parque Bicentenario"** (2014). Noticias Quito. URL: http://noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/150_artistas_urbanos_plasmaron_sus_disenos_en_el_parque_bicentenario--11886
- Acción Cultural Española** (2015). *Anuario AC/E 2015 de Cultura Digital*, Acción Cultural Española. URL:
- Acción Cultural Española** (2016). *Anuario AC/E 2016 de Cultura Digital*, Acción Cultural Española. URL: http://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2016/Publi/anuario2016_digital.pdf
- AIMC** (2016). "Prácticamente completada la digitalización de las salas de cine" (2016). URL: http://www.aimc.es/spip.php?action=acceder_documento&arg=3101&cle=89c14eb046966ae88c9898d57973e297132bd136&file=pdf%2F160511_censo_cine_2016.pdf
- Alianza** (2016). *Pay-TV signal piracy in Latin America and the Caribbean*. URL: www.alianza.tv/files/LatAmTVSignalPiracy.pdf
- Anderson, C.** (s.f.). "The long tail, in a nutshell". URL: <http://www.longtail.com/about.html>
- Anheier, H.** (2015). "Hacia un marco de seguimiento", in UNESCO (2015b: 31-43).
- Arana, J.** (2016). "Puntos y kioscos Vive Digital serán también Puntos de Paz", El Tiempo. URL: <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/puntos-vive-digital-seran-puntos-de-paz/16585195>.
- "Biblioteca Nacional Eugenio Espejo se moderniza"** (2015). Casa de la Cultura Ecuatoriana. URL: http://www.casadelacultura.gob.ec/?ar_id=11&no_id=2601
- Blanc, S., Lhermitte, M. y Perrin, B.** (2015). *Tiempos de cultura. El primer mapa mundial de las industrias culturales y creativas*, EY. URL: http://www.worldcreative.org/wp-content/uploads/2016/03/EY_CulturalTimes2015_ES_Download.pdf
- "Brinda el Centro de Cultura Digital talleres a poblaciones vulnerables para la apropiación de la tecnología"** (2016). Secretaría de Cultura, México. URL: <http://www.cultura.gob.mx/noticias/internet/41774-brinda-el-centro-de-cultura-digital-talleres-a-poblaciones-vulnerables-para-la-apropiacion-de-la-tecnologia.html>

Cano Coca, L., Vázquez Aldecoa, J. A. y Celaya, J. (2015). "Museos y nuevas tecnologías", en *Acción Cultural Española* (2015: 217-332).

"Carta abierta a Mark Zuckerberg sobre Internet.org, Neutralidad de la Red, Privacidad y Seguridad" (2015). Fundación Karisma, URL: <https://karisma.org.co/carta-abierta-a-mark-zuckerberg-sobre-internet-org-neutralidad-de-la-red-privacidad-y-seguridad/>

"Carta Cultural Iberoamericana" (2006). OEI. URL: http://culturasiberoamericanas.org/carta_cultural_espanol.php

Castañares (2016). "¿Netflix, Claro o blim, cuál es la mejor opción?", *El Financiero*. URL: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/netflix-claro-o-blim-cual-es-la-mejor-opcion.html>

CELAC (2015). "Plan de Acción Cultural". URL: http://www.lacult.unesco.org/docc/Plan_Accion_CLT_CELAC_2015-2020_ES.pdf

CEPAL (2015a). "Agenda Digital para América Latina y el Caribe - eLAC2018". URL: http://conferenciaelac.cepal.org/sites/default/files/15-00758_elac_agenda_digital.pdf

CEPAL (2015b). "La nueva revolución digital". URL: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38604/S1600780_es.pdf

CERLALC (2013). Nueva agenda por el libro y la lectura. URL: http://cerlalc.org/pdf/home_pdf/nueva_agenda.pdf

CERLALC (2016). El libro en cifras n°8. URL: <http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2015/12/8.0-El-libro-en-cifras-2do-semester-2015.pdf>

"Colombiano produce música utilizando un celular" (2015). Colombia.co. URL: <http://www.colombia.co/cultura/colombiano-produce-musica-utilizando-un-celular.html>

Corroto, P. (2015). "Desmontando los estudios de la Coalición de Creadores contra la 'piratería'", *ElDiario.es*. URL: http://www.eldiario.es/turing/propiedad_intelectual/Estudios-Coalicion-Creadores-operacion-marketing_0_365014608.html

"Creación literaria en redes sociales, eje del Primer Festival de Escritura Digital" (2016). Secretaría de Cultura, México. URL: <http://www.cultura.gob.mx/noticias/internet/45126-creacion-literaria-en-redes-sociales-eje-del-primer-festival-de-escritura-digital.html>

"Declaración de Veracruz" (2014). OEI/SEGIB. URL: <http://www.oei.es/noticias/spip.php?article14753>

"Declaración sobre la protección y promoción de la diversidad cultural en la era digital" (2013). *Diversidad Audiovisual*. URL: http://diversidadaudiovisual.org/wp-content/uploads/2013/09/Declaracion_Taller_Espa%C3%B1ol.pdf

- Deloitte** (2015). "Consumo móvil en España". URL: www2.deloitte.com/es/es/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/Consumo-movil-2015.html
- "**El micromecenazgo, auténtica revolución social para la cultura**" (2015). EuropaPress. URL: www.europapress.es/cultura/noticia-micromecenazgo-autentica-revolucion-social-cultura-20150709203214.html
- eMarketer** (2015a). "Chile, Argentina Boast Most Active Facebook Audiences in Region". URL: <http://www.emarketer.com/Article/Chile-Argentina-Boast-Most-Active-Facebook-Audiences-Region/1013059>
- eMarketer** (2015b). "Latin America to Register Highest Twitter User Growth Worldwide in 2015". URL: <http://www.emarketer.com/Article/Latin-America-Register-Highest-Twitter-User-Growth-Worldwide-2015/1012498>.
- FMI** (2016). América Latina y el Caribe: ¿Se prolongará el actual frente frío? URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/reo/2016/whd/eng/pdf/wreo1016s.pdf>
- García Leiva, M. T.** (2015). "España y la Convención sobre Diversidad Cultural: consecuencias de su ratificación para las políticas de comunicación y cultura", *Trípodos*, 36, pp. 59-75. URL: http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/download/248/103
- Gil, M.** (2015). "Reordenar la autopublicación", *Antinomias Libro*. URL: <https://antinomiaslibro.wordpress.com/2015/03/02/reordenar/>
- Granados, O.** (2015). "El milagro móvil en América Latina", *El País*. URL: http://economia.elpais.com/economia/2015/08/27/actualidad/1440698867_622525.html
- Guèvremont, V. et al.** (2013). "La mise en œuvre de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles à l'ère numérique : enjeux, actions prioritaires et recommandations", UNESCO. URL: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Rapport_du_RIJDEC_Final.pdf
- IFPI** (2016). *Global Music Report 2016*.
- Instituto Cervantes** (2015). *El español, una lengua viva*. URL: http://www.cedro.org/docs/default-source/otros/informe_cervantes.pdf
- ITU** (2015). *Time series by country*. URL: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
- Katz, R.** (2015). *El ecosistema y la economía digital en América Latina*, Fundación Telefónica. URL: http://repositorio.cepal.org/bitstream/11362/38916/1/ecosistema_digital_AL.pdf
- Kulesz, O.** (2014). "UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions: Analysis of parties' periodic reports and contemporary digital trends", UNESCO. URL: http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/sessions/8_igc-inf_5_digital_en.pdf

- Kulesz, O.** (2015). "Challenges of the digital age", in UNESCO (2015b: 75-87).
- "Las redes sociales de la Secretaría de Cultura continúan agregando seguidores"** (2015). Secretaría de Cultura, México. URL: www.cultura.gob.mx/noticias/internet/43948-las-redes-sociales-de-la-secretaria-de-cultura-continuan-agregando-seguidores.html
- Lee, H. y Lim, L.** (2015). "Challenges and opportunities for the diversity of cultural expressions in the digital era in East Asia", UNESCO. URL: http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/9_igc-inf_7_digital_asia_en.pdf
- Libranda** (2016): "Informe anual del libro digital 2015". URL: http://mkt.libranda.com/LIBRANDA_INF_ANUAL_LIBRO_DIGITAL_2015.pdf
- Manrique Sabogal, W.** (2015). "Dos librerías se cierran cada día en España", El País. URL: http://cultura.elpais.com/cultura/2015/03/04/actualidad/1425453103_819705.html
- Ministerio de Cultura** (2009). "Compendio de políticas culturales". URL: <http://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/Compendio-Pol%C3%ADticas-Culturales.pdf>
- MinTIC** (s.f.). Logros del Plan Vive Digital. URL: <http://micrositios.mintic.gov.co/vivedigital/logros-plan/>
- "Multiplataforma de Conaculta se encuentra entre las 15 apps mejores del mundo"** (2015). Excelsior. URL: www.excelsior.com.mx/expresiones/2015/01/05/1000941
- Observatorio de la piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales 2015** (2016). "La piratería no remite". URL: <http://lacoalicion.es/wp-content/uploads/np-observatorio-2015.pdf>
- Perazo, C.** (2014). "¿Quiénes son los booktubers? La nueva tendencia teen que dinamiza al Mercado", La Nación. URL: <http://www.lanacion.com.ar/1713383-quienes-son-los-booktubers-la-nueva-tendencia-teen-que-dinamiza-al-mercado>
- "Plan Federal de Internet: el ambicioso programa para mejorar la conectividad en todo el país"** (2016). Infobae. URL: <http://www.infobae.com/2016/05/17/1812168-plan-federal-internet-el-ambicioso-programa-mejorar-la-conectividad-todo-el-pais>
- "Política Cultura Digital"** (s.f.). MinCultura, Colombia. URL: <http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-cultura-digital/Paginas/default.aspx>
- "Programa de difusión de derecho de autor y derechos conexos 1990-2016"** (2016). DNDA, http://200.31.21.202/capacitacion1/respuesta_consolidado.asp
- Roselló, E. y Celaya, J.** (2016). "Uso de nuevas tecnologías en festivales culturales" en Acción Cultural Española (2016: 98-162).

- SEGIB** (2013). "Informe sobre la consolidación del espacio cultural iberoamericano". URL: http://segib.org/wp-content/uploads/Informe_ECI_2013_%28ESP%29.pdf
- UNESCO** (2015a). "Towards Operational Guidelines on digital issues". URL: http://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/sessions/9igc_7_preparation_des_do_numerique_en.pdf
- UNESCO** (2015b). Repensar las políticas culturales: 10 años de promoción de la diversidad de las expresiones culturales para el desarrollo. URL: http://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/gmr_es.pdf
- VIU** (2015). "España encabeza el ranking mundial en uso de Redes Sociales con una tasa del 47%, el doble que la media internacional". URL: <http://www.viu.es/espana-ranking-redes-sociales-250815/>
- Waelder, P.** (2016). "El Mercado del arte en la era del acceso", en Acción Cultural Española (2016: 37-53).
- Wikipedia** (2016). "List of Wikipedias". URL: https://meta.wikimedia.org/wiki/List_of_Wikipedias. Consultado el 30 de mayo de 2016.

