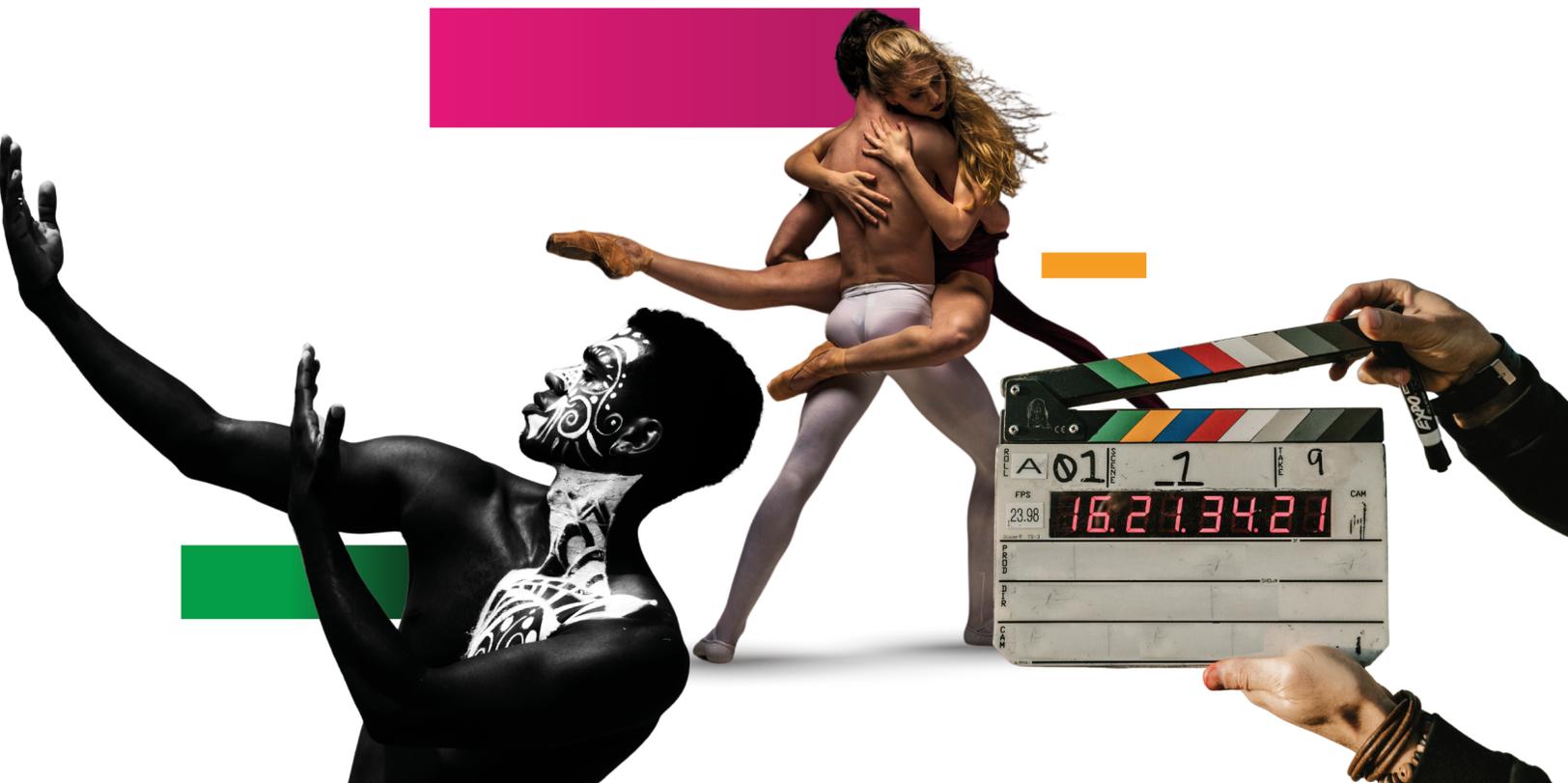




SISTEMA ECONÓMICO
LATINOAMERICANO
Y DEL CARIBE



INFORME EXPLORATORIO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL CRECIMIENTO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE



AUTOR:
SISTEMA ECONÓMICO LATINOAMERICANO
Y DEL CARIBE (SELA)

Clarems Endara
SECRETARIO PERMANENTE

José Miguel Rovira
COORDINADOR DE RECUPERACIÓN ECONÓMICA

ISBN 000000000

DEPÓSITO LEGAL 00000000-0

Copyright ©SELA, diciembre de 2024
Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA)
Directorio de Industrias Culturales y Creativas del SELA
(58-212) 955 71 11
sela_sp@sela.org / sela@sela.org / creativas@sela.org
www.sela.org
www.directorio.sela.org



**DIRECTORIO DE INDUSTRIAS
CULTURALES Y CREATIVAS**
DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE



Tabla de contenido

11	Introducción
15	Metodología
17	Buenas prácticas
19	Financiamiento general
21	Ley Federal de Incentivo a la Cultura - N° 8.313/1991 (Brasil)
22	Ley Política Nacional Aldir Blanc de Fomento a la Cultura - N° 14.399/2022 (Brasil)
23	Ley General de Cultura - N° 397/1997 (Colombia)
25	Ley Naranja - N° 1.834/2017(Colombia)
26	Ley del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes - N° 19.891/2003 (Chile)
27	Ley Orgánica de Cultura - 2016 (Ecuador)
29	Ley de Emergencia y Salvamento Cultural - N° 10.041/2021 (Costa Rica)
30	Ley para el Fomento Economía Creativa y Cultural N° 10.044/2021 (Costa Rica)
31	Ley General de Cultura - N° 175/2020 (Panamá)
32	Ley Nacional de Cultura - N° 3.051/2006 (Paraguay)

- 33 Ley del Fondo Nacional de la Cultura y de las Artes (FONDEC) - N° 1299/1998 (Paraguay)
- 34 Fondo de Innovación para las Industrias Culturales y Creativas (CIIF) (Cooperación Internacional)
- 36 Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (Cooperación Internacional)
- 37 Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF) (Cooperación Internacional)
- 38 Programa Transcultura (Cooperación Internacional)
- 40 Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa (PNFEC) (Chile)
- 41 Clúster Creativo Ecuador (Ecuador)

47 Cine y Videojuegos

- 48 Ley de Fomento a la Cinematografía Nacional - N° 24.377/1994 (Argentina)
- 49 Ley Fondo Sectorial del Audiovisual - N° 11435/2006 (Brasil)
- 50 Ley de TV paga - N° 12.485/2011 (Brasil)
- 51 Ley del Creador Audiovisual y Cinematográfica Independiente - N° 373/2019 (Cuba)
- 52 Ley de Fomento del Cine Nacional - N° 29/2006 (Ecuador)
- 53 Ley que fomenta la industria cinematográfica y audiovisual - N° 36/2007 (Panamá)
- 54 Ley de Fomento al Audiovisual - N° 6.106/2018 (Paraguay)
- 55 Programa Ibermedia (Cooperación Internacional)
- 56 Brasil Game Show (BGS) (Brasil)

59 Libro

- 61 Ley de Defensa de la Actividad Librera - N° 25.542/2001 (Argentina)
- 62 Ley del Libro - N° 98/1993 (Colombia)
- 63 Ley que crea el Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura - N° 19.227/1993 (México)
- 64 Ley de Fomento para la Lectura y el Libro (Chile)
- 65 Ley del Libro - N° 47/2006 (Ecuador)

- 66 Programa de traducción y apoyo a la exportación editorial (IDA) (Uruguay)
- 67 Feria Internacional del Libro de Guadalajara (México)
- 68 Feria Internacional del Libro de Buenos Aires (Argentina)
- 69 Feria Internacional del Libro de Venezuela (FILVEN) (Venezuela)

70 Música y Artes Escénicas

- 75 Ley creación del Instituto Nacional de la Música - N° Ley 26.801/2012 (Argentina)
- 77 Ley sobre Fomento de la Música Chilena - N° 19.928/2004 (Chile)
- 78 Festival Mundial de la Salsa (Colombia)
- 79 Reggae Sumfest (Jamaica)
- 80 Sistema Nacional de Orquestas (Venezuela)
- 81 Ley Nacional del Teatro y Otras Artes Escénicas- N° 24.800/1997 (Argentina)
- 82 Ley de Fomento de las Artes Escénicas N° 21.175/2019 (Chile)
- 84 Festival Internacional del Cervantino (México)
- 85 Festival de Teatro A Mil (Chile)

86 Patrimonio

- 88 Ley sobre Monumentos Nacionales - N° 17.288/1970 (Chile)
- 91 Ley General de Protección al Patrimonio Cultural y al
- 93 Patrimonio Natural - N° 155/2022 (Cuba)
- 94 Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación - N.º 28.296/2006 (Perú)
- 95 Ley Especial de Protección al Patrimonio de El Salvador - N° 513/1993^a (El Salvador)
- 96 Ley para la Protección del Patrimonio Cultural de la Nación - N° 220/1997(Honduras)
- 98 Centro Regional para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de
- 99 América Latina (CRESPIAL) – UNESCO (Cooperación Internacional)
- 101 Sistema Vial Andino Qhapaq (Cooperación Internacional)

105	Mercados y Plataformas de intercambio
107	Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA) (Argentina)
108	Mercado de las Industrias Culturales del Sur (MICSUR) (Cooperación Internacional)
109	Circularart (Colombia)
113	Conclusiones
115	Recomendaciones
115	Referencias



Introducción

La importancia de las industrias culturales y creativas para la región reviste una doble faz, en tanto son una potencial fuente de recuperación y crecimiento económico, y se constituye, a su vez, como el caudal identitario esencial para tejer lazos y consolidar la integración en base al conocimiento, reconocimiento e interés en nuestra diversidad y tronco común como región.

En ese sentido, es oportuno explorar el estado de la cuestión de las Buenas Prácticas en Economías culturales y creativas de América Latina y El Caribe, ya que constituyen insumo base para comprender los avances, alcances y complejidades en la materia, en miras de atajar oportunidades y dar resolución efectiva a los desequilibrios y desafíos que deben ser atendidos.

Las buenas prácticas caracterizadas en este informe constituyen una muestra representativa del cambio de paradigma que atraviesa la región, que apunta a superar la noción de meros consumidores culturales, para acercarnos a la asunción de nuestras potencialidades y habilidades y así consolidar mercados y agencias propias e integradas.

América Latina y el Caribe es una permanente fuente de expresiones que, por su eclecticismo, sincretismo y espontaneidad, resultan fascinantes. Aceleradamente, nuestros gobiernos dejan de percibir que los recursos utilizados para las artes y la cultura son un gasto ineludible de reafirmación nacional, y en cambio empiezan a considerarlo como un capital semilla que dinamiza las economías locales, nacionales y regionales. Ya no se *gasta en cultura*, sino que se *invierte en cultura*.

Cultura es la suma de todos los símbolos que construyen sentido sobre cada instante de nuestra existencia. Y en esa suma, las artes han destacado por su incomparable cualidad de fusionar la originalidad con lo común; lo íntimo con lo colectivo. El arte y su potencia para evocar sensaciones varias y múltiples. El teatro, la música, la danza, el circo, la literatura, el cine, la pintura, la escultura, son algunas disciplinas artísticas en las que vertimos nuestras emociones e ideas para que se encuentren con las demás personas, para que una canción tenga tantos recorridos como personas la escuchen.

Pero también construimos sentidos comunes desde el uso de bienes masivos más recientes, productos de la innovación tecnológica. La radio, la televisión, y todo el universo digital que va desde un buscador en blanco hasta aplicaciones para medir el ritmo cardíaco. Por su particular característica narrativa, entre todas las posibilidades de lo digital, los videojuegos sintetizan una multiplicidad artística en su combinación de imágenes, sonidos e historias.

Todas estas disciplinas se han adaptado a la lógica de las sociedades que las reproducen. De ahí que en este cambio de paradigma, se esté consolidando el término Industrias Culturales y Creativas, en tanto posibilidad de enmarcar el hecho cultural dentro del proceso industrial al identificar una cadena de valor integrada por dos grandes momentos: el de la producción, que va desde el conocimiento y la capacidad misma de hacer algo para o desde lo simbólico hasta haberlo concretado en un bien o servicio; y el momento del consumo, que inicia con la exhibición y comercialización que permiten conocer y poder disfrutar ese bien o contratar ese servicio.

12

El hecho de no poder identificar cómo un elemento de lo humano participa de la elaboración de bienes o servicios culturales, no significa que no sea parte de la economía. En estas dos décadas del siglo XXI nos estamos sorprendiendo con lo que no reconocíamos tan claramente: producimos cultura en la misma medida en que la consumimos. En esta transición de paradigma es donde se presenta el reto para que los países latinoamericanos y caribeños identifiquemos en nuestra situación individual y grupal el actual o potencial rol dentro de la economía de lo cultural-creativo. Porque mientras mayor sea la conciencia al respecto, más seguridad tendremos en la reconfiguración de piezas que articulen u optimicen las cadenas de valor.

Buenas prácticas

En la conciencia de las subjetividades se ha centrado el debate de las ciencias sociales, particularmente cuando en la segunda mitad del siglo XX los programas para el desarrollo que se diseñaron en los países industrializados no tenían el resultado deseado en los países de la región. Paulatinamente se fue comprendiendo que la razón podía radicar en que América Latina y El Caribe amerita su propio plan, con metas, tiempos y modos propios.

A partir de entonces la perspectiva sobre el campo cultural cobró mayor protagonismo en el di-

seño de políticas públicas, especialmente en los organismos de cooperación internacional que, por su naturaleza, se desenvuelven en medio de la heterogeneidad cultural. Entró en foco la importancia de la práctica, de calibrar en qué medida lo que se diseña y planifica tributa a un fin específico.

Hablamos entonces de buenas prácticas, cuyo único condicionante es que haya una perspectiva de cambio y mejora. Buenas prácticas para reducir los niveles de pobreza; para superar la desigualdad social; para mejorar la economía; para erradicar la contaminación ambiental, entre muchas otras aspiraciones de nuestro tiempo. En el caso de este informe, buenas prácticas para el crecimiento de las Industrias Creativas y Culturales en América Latina y el Caribe.

En el ejercicio de identificar estas prácticas, hay que ceñirse primero al significado del término: actividades que ya ocurrieron o que están en desarrollo. Mientras que para poder calificarlas de buenas o malas es necesario tener precisión de su objetivo y recolectar datos que indiquen si ya se alcanzó, si se está avanzando o si, por el contrario, el objetivo parece estar aún más lejos.

Por todo lo anterior, desde el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) nos hemos propuesto identificar el crecimiento de las Industrias Culturales y Creativas de la región. Considerando la amplitud que esto atañe, hemos clasificado estas prácticas en seis grandes sectores en los que tendrían lugar: primero, las prácticas de amplio rango, que pretenden fomentar el crecimiento de todas las disciplinas artísticas o creativas. Segundo, las prácticas que se centran en expandir la industria cinematográfica y de los videojuegos. Tercero, las prácticas para robustecer la industria del libro. Cuarto, las prácticas para consolidar a lo interno de cada país su industria musical y de las artes escénicas. Quinto, las prácticas para cuidar el patrimonio cultural y con él potenciar la industria turística. Y sexto, las prácticas de intercambio para maximizar el alcance y optimizar nuestras Industrias Culturales y Creativas en la región de manera integrada.

El Directorio

El Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) ha dado un paso al frente en este escenario global y se ha propuesto la elaboración de un Directorio digital de Industrias Culturales y

Creativas de los países miembros o asociados a esta institución. Estos dos productos articulados y en movimiento contribuyen a la construcción de una lógica económica donde lo artístico es placentero, rentable y dinamizador.

Tanto el Directorio como este primer informe exploratorio examinan cómo reaccionan los actores involucrados y la población en general. Por esta razón, el equipo que los ha elaborado ha tenido la responsabilidad de hacer una primera selección de las industrias culturales y creativas y las buenas prácticas de un universo tan amplio como el latinoamericano y caribeño. De antemano nos disculpamos si no encuentran alguna información específica que estuviesen buscando. Sin embargo, advertimos que se trata de una primera oleada de investigación y relevamiento, que con seguridad seguirá creciendo y acondicionándose para aportar más y mejores datos.

Metodología

Consideramos *buena práctica* todo programa que entendido exitoso en tanto su incidencia directa en el mejoramiento social, político y/o económico de la población. La intención de la referencia es tipificarla como una acción que puede adaptarse/replicarse dentro y/o fuera del territorio donde tuvo lugar.

El presente informe da cuenta de una muestra exploratoria de las buenas prácticas que en América Latina y El Caribe se han aplicado para incentivar el crecimiento en cantidad y robustez de las Industrias Culturales y Creativas.

En este sentido, se expondrá un compendio de *buenas prácticas* que se traducen en un aporte económico directo o indirecto para uno o ambos momentos macro de la cadena de valor de la economía cultural y creativa de la región:

El primer momento: la Producción del bien o servicio cultural-creativo. El aporte o buena práctica se materializa en premios, becas, financiamientos por concurso o formación.

El segundo momento: la Exhibición y consumo. Se expresa en actividades como festivales, ferias, muestras artísticas, reconocimiento y restauración patrimonial, subsidio al acceso o compra, como por ejemplo descuentos en la boletería de museos, salas de cine o centros culturales.

A su vez, estas buenas prácticas evidencian su característica de intención de cambio en la mejoría de la realidad, porque se corresponden con tres tipos de soporte institucional:

- > Marcos legislativos (leyes) que contemplan fondos, incentivos fiscales y/o programas. Por ejemplo, en Brasil la Ley Federal de Incentivo a la Cultura, o Ley N° 8313/1991.
- > Programas públicos sin marco legislativo. Por ejemplo, en Venezuela, el Sistema Nacional de Orquestas Sinfónicas Simón Bolívar, con 50 años de desarrollo y crecimiento ininterrumpido, pero no por mandato legislativo sino por consenso sobre su éxito.
- > Programas desarrollados por entes no gubernamentales o entre éstos y gobiernos locales, regionales o nacionales (privados o mixtos). Por ejemplo, en Argentina, la Feria Internacional del

Libro de Buenos Aires, también con 50 años de desarrollo y una orgánica participación y liderazgo del sector privado de la industria del Libro.

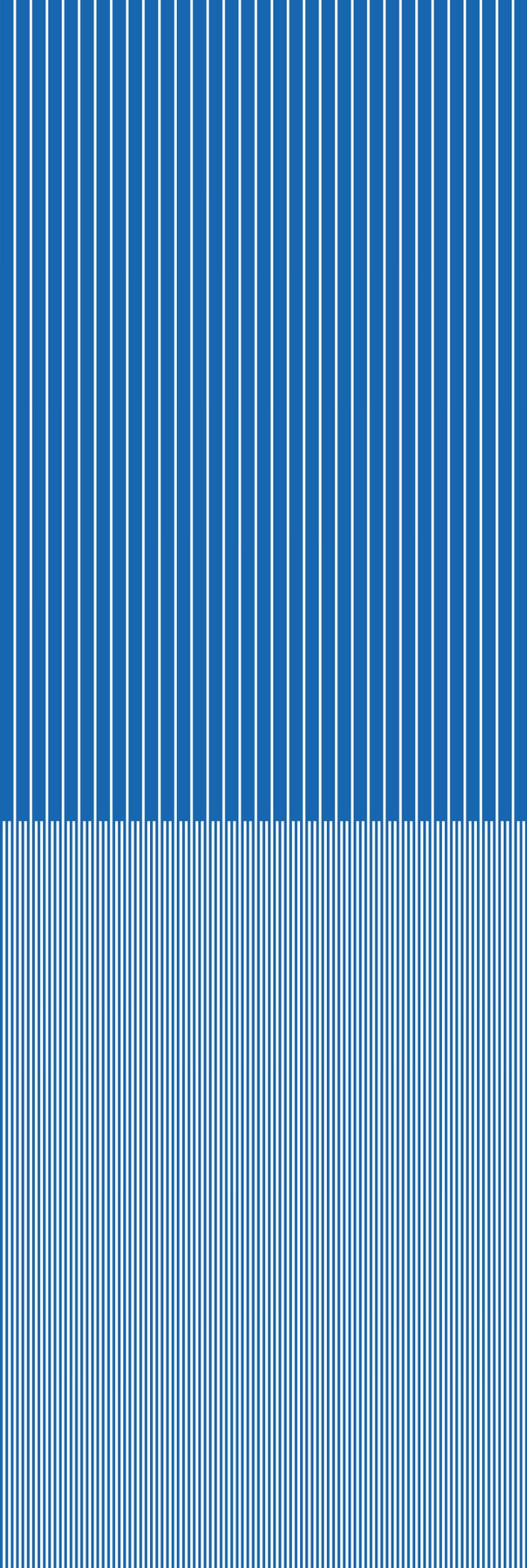
Por su parte, las 57 buenas prácticas se mapearon intentando aproximarse a un número global por grupo de países según su crecimiento demográfico y nivel de desarrollo económico en lo cultural-creativo. De esta manera se reseñaron cerca de 19 buenas prácticas entre Argentina, Brasil, Colombia y México; 12 en el grupo que integran Chile, Cuba, Ecuador, Guatemala, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela; 14 entre Bolivia, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Panamá y Paraguay, y finalmente 8 buenas prácticas en el grupo que constituyen Bahamas, Barbados, Belice, Granada, Guyana, Haití, Jamaica, San Vicente y las Granadinas, Surinam, y Trinidad y Tobago.

16

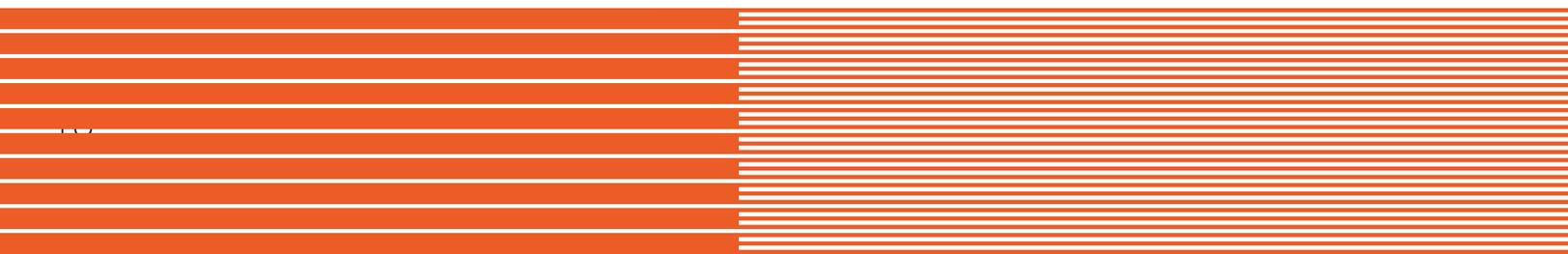
En esta búsqueda se apuntó a seleccionar buenas prácticas que hayan tenido lugar entre los años 1990 y 2020. Desde 1990, por ser el momento definitivo de retorno a la democracia en la región con sus respectivos cambios legislativos en los sistemas de gobierno, y también por iniciarse el acceso masivo al servicio de Internet, lo que sin duda ha modificado todas las dimensiones de la interacción humana. Hasta 2020, porque al descontar los dos años de pandemia por Covid-19 solo quedaría un año concluido, tiempo insuficiente para medir o ponderar el impacto de una práctica.

Los datos relevados de cada buena práctica son:

- > Alcance territorial: país o región.
- > Institucionalidad: pública, privada o mixta.
- > Año de inicio.
- > Objetivos.
- > Mecanismos y fuentes de los recursos.
- > Datos sobre su impacto.
- > Fuentes consultadas.

The left side of the page features a decorative pattern of vertical lines. The top portion consists of approximately 20 thick, dark blue vertical bars. The bottom portion consists of a dense field of many thin, light blue vertical lines.

Buenas prácticas



Financiamiento general

Cooperación internacional / Leyes marco / Programas





Ley Federal de Incentivo a la Cultura - N° 8.313/1991

Alcance territorial: Brasil.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 1991.

Objetivos:

- > Democratizar el acceso al financiamiento.
- > Autonomizar y cualificar el sector cultural.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

Esta ley creó el Programa Nacional de Apoyo a la Cultura (PRONAC), que contempla tres formas de financiamiento:

1. Fondo Nacional de Cultura (FNC), que funciona con dinero del presupuesto federal y se invierte directamente a través de convocatorias para concurso, firma de convenios y similares.
2. Fondo de Inversión Cultural y Artístico (FICART), que contempla la inversión directa a través del sector privado y bajo la supervisión de la Comisión de Valores Mobiliarios.
3. Incentivo a Proyectos Culturales (Mecenazgo), método que permite a personas jurídicas (empresas) y personas físicas (ciudadanía) financiar proyectos culturales destinando a un proyecto cultural el 4% y 6%, respectivamente, del monto que les corresponde pagar anualmente como impuesto a la renta.

Datos sobre su impacto:

- > El Mecenazgo permite financiar proyectos que en su inicio no son atractivos para el patrocinio o están por fuera de los criterios que priorizan los fondos concursables.
- > Grado de apalancamiento financiero del 59%, es decir, que a la economía nacional retornó el 159% de lo invertido.
- > Creación y crecimiento de la cadena de valor de distintos sectores culturales, destacando la profesionalización del área y también el impacto beneficioso en al menos otras 68 actividades económicas como transporte, turismo, gastronomía y finanzas.

> Entre 1992 y 2022 se han invertido en proyectos culturales la cantidad en moneda nacional de 21.573.618.933,27 en una tendencia siempre creciente de propuestas postuladas.



Ley Política Nacional Aldir Blanc de Fomento a la Cultura - N° 14.399/2022

Alcance territorial: Brasil.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2022.

Objetivos:

Dar continuidad a la política de ayuda de la Ley Alder Blanc I, aprobada en el contexto de la pandemia por Covid-19, procurando:

- > Estimular la promoción de la cultura.
- > Garantizar la financiación y mantenimiento de agentes, espacios y acciones culturales.
- > Democratizar el acceso y la producción artística en el país.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

Proporciona recursos para convocatorias públicas, premios, y adquisición de bienes y servicios vinculados al sector cultural, todos destinados a cinco áreas:

1. Mantenimiento, capacitación, desarrollo técnico y estructural de agentes, espacios; iniciativas, cursos, talleres, intervenciones, performances y producciones.
2. Desarrollo de actividades de economía creativa y economía solidaria.
3. Producciones audiovisuales.
4. Manifestaciones culturales.
5. Realización de acciones, proyectos, programas y actividades artísticas, y de patrimonio y memoria cultural.

Datos sobre su impacto:

- > Se esperan superar el resultado satisfactorio de la Ley Aldir Blanc I, que fue de la ejecución del 98% de apoyos de emergencia al sector cultural, es decir, la inversión de alrededor de 15,8 millones de la moneda nacional, beneficiando a 1200 receptores y 600 espacios y empresas culturales.
- > Para la Ley Aldir Blanc II está aprobada la inversión en moneda nacional de 3.000 millones anuales para el período 2023-2027, tramitándose el financiamiento en las instancias de cultura de los municipios y estados de Brasil.



Ley General de Cultura - N° 397/1997

23

Alcance territorial: Colombia.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 1997. Ley emendada en el 2008 con la Ley N° 1185.

Objetivos:

Establecer normas para la protección del patrimonio cultural y el fomento de la cultura, creando para ello:

- > Ministerio de Cultura, encargado de desarrollar y coordinar la política pública para el manejo, conservación, protección y divulgación de los bienes culturales.
- > Sistema General de Patrimonio Cultural, que contempla al Consejo Nacional de Cultura como órgano asesor del Ministerio y contralor del gasto público en cultura.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Traslada parte de la gestión cultural a los municipios, incluida la cogestión para el mantenimiento de las bibliotecas públicas. Para la gestión cultural los municipios destinarán al menos 2% del presupuesto establecido en la Ley 60 de 1993, y se contará con el Fondo de Cofinancia-

ción para la Inversión Social en lo que refiere a infraestructura cultural que usen los grupos étnicos de las poblaciones más pobres y vulnerables.

2. Fondo Mixto Nacional de Promoción de la Cultura y las Artes e Instituto de Fomento Industrial, para el financiamiento de actividades culturales mediante operaciones de crédito o de descuento a través del sistema financiero.

3. Beneficios fiscales para compañías o conjuntos de danza folclórica, corales de música contemporánea, solistas e instrumentistas de música contemporánea y de expresiones musicales colombianas, y ferias artesanales.

4. Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica, cuyo objetivo es el fomento y consolidación de la preservación del patrimonio colombiano fílmico, así como de la industria cinematográfica colombiana. Esto se hace mediante incentivos directos, créditos y premios por taquilla o por participación en festivales. Este fondo se financia a través de la cuota parafiscal que pagan exhibidores, distribuidores y productores como resultado de la exhibición de obras cinematográficas nacionales y extranjeras en el país.

5. El sector cine también cuenta con la exención del impuesto a la renta de hasta un 50% para los productores, distribuidores y exhibidores que destinen parte de su renta al desarrollo de nuevas producciones o inversiones en el sector.

6. El listado de Bienes de Interés Cultural en la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial (LRPCI), y la creación del Consejo Nacional de Patrimonio Cultural.

7. Incentivos fiscales a empresas privadas que participen en proyectos de protección, recuperación y promoción de bienes o manifestaciones culturales, particularmente los contemplados en el Plan Especial de Manejo y Protección (PEMP).

8. Firma de convenios con universidades públicas y privadas para la especialización, y en lo no escolar con la creación del Sistema Nacional de Formación Artística y Cultural.

Datos sobre su impacto:

> En los años siguientes a la aprobación de esta ley hubo mejoría de la oferta y de la taquilla cinematográfica, pasando de tener en el año 1998 el estreno de 4 películas nacionales con un

total de 1.422.000 espectadores, a tener en el año 2005 el estreno de 7 películas nacionales y casi dos millones de espectadores.

> En lo que a turismo cultural refiere, el andamiaje institucional que proveen esta ley y su reforma ha generado buenos resultados en algunos lugares del país, como Bogotá, Medellín y Cartagena.



Ley Naranja - N° 1.834/2017

Alcance territorial: Colombia.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2017.

Objetivos:

Fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas y brindarles mayor importancia en la economía nacional.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Líneas de crédito para emprendimientos cuyo objeto social exclusivo debe ser el desarrollo de industrias de valor agregado tecnológico y/o actividades creativas, las cuales serán aplicables para los sectores de artes, danza, música, bibliotecas, proyectos museológicos, audiovisuales, teatro, circo, entre otros. Estas líneas de créditos funcionan con dinero del Banco de Desarrollo Empresarial y Comercio Exterior (Bancoldex), por intermedio de la Unidad de Desarrollo e Innovación (iNNpulsa Colombia) y del Fondo Emprender del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).
2. Incentivos fiscales, como la exención del impuesto sobre la renta por siete años para los nuevos emprendedores que inviertan en la economía naranja (empresas sean creadas hasta el 31 de diciembre y con un mínimo de empleos).
3. Los contribuyentes del impuesto a la renta que realicen inversiones o hagan donaciones a

proyectos cinematográficos de producción o coproducción colombianas, aprobados por el Ministerio de Cultura a través de la Dirección de Cinematografía, tendrán derecho a deducir de su renta el 165% del valor real invertido o donado.

Datos sobre su impacto:

- > Durante el 2019, los recursos del Fondo Emprender del SENA permitieron la creación de 200 empresas naranja y con ellas 1.000 nuevos empleos. Mientras, para el sector de Arte y Patrimonio en Bogotá, el Programa Nacional de Estímulos del Ministerio de Cultura ofreció más de 2.400 millones en moneda nacional para casi 100 becas en artes, teatro y patrimonio.
- > En el año 2022 el Consejo Nacional de Política Económica y Social aprobó destinar más de 311 mil millones en moneda nacional durante los próximos seis años para fortalecer los sectores culturales y creativos del país.

26



Ley del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes - N° 19.891/2003

Alcance territorial: Chile.

Institucionalidad: Ley no vigente.

Año de inicio: 2003.

Objetivos:

Diseñar y ejecutar la política pública para fomentar y desarrollar la cultura y las artes en el país con un marco legal que permita el apoyo a la creación, conservación y difusión del patrimonio cultural.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes, un fondo concursable destinado al financiamiento, total o parcial, de políticas y medidas de fomento, ejecución, difusión y conservación de

las artes y el patrimonio cultural. Los recursos de este Fondo provienen del presupuesto anual de la nación, de las donaciones; herencias o legados que se le hagan, de los aportes de la cooperación internacional, y de las sumas captadas por cualquier otra vía de financiamiento como alianzas con entes privados.

Datos sobre su impacto:

El Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, ente sucesor del Consejo, hace un balance positivo de la efectividad del Fondo, identificándose dispersión en los primeros años de ejecución por falta de planificación. A partir de la creación del Ministerio y del Observatorio Cultural, hay una evaluación anual detallada por disciplina cultural y región que permite la optimización de los recursos, es decir, que en términos generales el financiamiento de industrias culturales y creativas ha ampliado la oferta cultural y por tanto ha crecido el encadenamiento productivo del sector.



Ley Orgánica de Cultura - 2016

Alcance territorial: Ecuador.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2016.

Objetivos:

1. Definir las competencias, atribuciones y obligaciones del Estado para garantizar el ejercicio de los derechos culturales y la interculturalidad.
2. Organizar la institucionalidad cultural a través del Sistema Nacional de Cultura.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Crea el Sistema Nacional de Cultura integra todas las instituciones culturales que reciben fondos públicos, así como colectivos y personas que se vinculen voluntariamente, creando una estructura organizada para gestionar y promover la cultura en el país.

2. Fondo de Fomento de las Artes, la Cultura y la Innovación, que asignará recursos no reembolsables a creadores, productores y gestores culturales. El Fondo incluye líneas de financiamiento para las Artes y la Creatividad, la Creación Cinematográfica y Audiovisual, y otras que podrá establecer el ente rector de la cultura, destinadas a la Memoria Social y el Patrimonio, entre otros. Los recursos provendrán de diversas fuentes, como el 5% de las utilidades anuales del Banco de Desarrollo del Ecuador BP y los recursos del Fondo Nacional de la Cultura (FONCULTURA) existentes al momento de la promulgación de la ley. También se contemplan recursos del Presupuesto General del Estado, multas impuestas por incumplimiento de esta ley, y aportes de la cooperación internacional.
3. Incentivos fiscales, como la deducción del impuesto a la renta por gastos personales en arte y cultura. Además, se establece la exención de tributos al comercio exterior de bienes para uso artístico y cultural importados por personas naturales o jurídicas registradas en el Sistema Nacional de Cultura.
4. Regulación del licenciamiento de obras intelectuales financiadas con fondos públicos.
5. Seguridad Social para los profesionales de la cultura y el arte, ya sean creadores, productores, gestores, técnicos o trabajadores del sector.

Datos sobre su impacto:

A través del Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI), en el año 2022 se invirtieron 6,8 millones de dólares estadounidenses en diversas líneas de fomento como Teatro del Barrio, Composición Bicentenario, Cultura Viva Comunitaria, Procesos de Creación de Artes Escénicas y Artes Vivas, el Festival Internacional de Artes Vivas de Loja (FIAVL), Movilidad Internacional y Rehabilitación Social. En cambio, en el 2023 se invirtieron cerca de 9,6 millones de dólares para las Líneas de Fomento a las Artes y Creatividad, y de Cine y Creación Audiovisual.



Ley de Emergencia y Salvamento Cultural - N° 10.041/2021

Alcance territorial: Costa Rica.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2021.

Objetivos:

Contrarrestar el impacto que tuvo sobre el sector cultural la crisis sanitaria y económica causada por la pandemia de Covid-19, apoyando a artistas y organizaciones culturales mediante la promoción de encadenamientos productivos.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

Faculta al Ministerio de Cultura y Juventud, sus órganos desconcentrados e instituciones adscritas, a generar acciones, proyectos, programas y convocatorias.

Además de contar con las partidas que le sean atribuidas por el presupuesto nacional, el Ministerio de Cultura y Juventud deberá buscar y asegurar recursos adicionales para fortalecer los programas de fondos concursables, como la concertación de convenios y/o alianzas público-privadas.

Datos sobre su impacto:

En cumplimiento de esta ley se destinaron 480 millones de moneda local a instancias adscritas al Ministerio de Cultura y Juventud, que a su vez fueron asignados a 99 proyectos culturales.



Ley para el Fomento de la Economía Creativa y Cultural - N° 10.044/2021

Alcance territorial: Costa Rica.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2021.

Objetivos:

Promover, proteger y exaltar los emprendimientos creativos y culturales, estableciendo un marco que permita su crecimiento, desarrollo y sostenibilidad en el mercado, superando así la fragmentación y falta de apoyo.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

- 30
1. Creación de una Política Nacional de Economía Creativa y Cultural, bajo la dirección del Ministerio de Cultura y Juventud, para promover el establecimiento de instrumentos financieros que faciliten el acceso del sector creativo y cultural a recursos económicos que impulsen sus iniciativas productivas. Además de contar con las partidas que le sean atribuidas por el presupuesto nacional, el Ministerio de Cultura y Juventud deberá buscar y asegurar recursos adicionales para fortalecer los programas de fondos concursables, como la concertación de convenios y/o alianzas público-privadas.
 2. Sistema de Banca para el Desarrollo.
 3. Facilidades administrativas e incentivos que estimulen la exportación e importación de bienes y servicios vinculados a actividades creativas y culturales.
 4. Coordinación con el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, para incorporar las acciones de la Política Nacional de Economía Creativa y Cultural, y demás programas, en las políticas y estrategias nacionales de impulso al desarrollo empresarial.
 5. Cooperación entre el sector público y el sector privado.

Datos sobre su impacto:

- > En el año 2022, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo, la Unión Europea, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe y la UNESCO, se diseñaron programas para la economía cultural, el fortalecimiento de la cadena de valor regional, la regulación del sector música, y la mejoría de la competitividad y creación de empleo en territorios vulnerables.
- > Con el propósito de territorializar lo que dictamina esta ley, en ese mismo año el Ministerio de Cultura y Juventud trabajó en el Programa Gestión Integral de Destinos Turísticos, Guías Turísticas Digitales y Cartografías del Bicentenario, como recursos para la identificación, salvaguarda y puesta en valor del patrimonio cultural.



Ley General de Cultura - N° 175/2020

31

Alcance territorial: Panamá.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2020.

Objetivos:

Diseñar y ejecutar una política pública que estimule las expresiones culturales y los procesos creativos en el país, salvaguarde el patrimonio cultural, fomente el diálogo entre culturas, promueva la cooperación cultural internacional, garantice los derechos culturales y contribuya al desarrollo sostenible del país. Su articulado abarca todo el espectro de la cultura, normando con mayor especificidad a la cinematografía.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Coordinación interministerial y con los gobiernos locales, organizaciones de la sociedad civil y el sector privado, para elaborar programas de formación y colaboración técnica sobre la administración de empresas.
2. Promoción de las artesanías en los mercados nacionales e internacionales.

3. Crea el Fondo Nacional de Culturas para financiar proyectos relacionados con la creación, producción, conservación, formación y educación a personas naturales y jurídicas. Este fondo es constituido por un aporte inicial de cinco millones de la moneda nacional y en adelante un aporte anual no menor a tres millones. Enmarcado en esta Ley, en el 2024 el Ministerio de Cultura de Panamá presentó el programa 'Cuenta Satélite de Cultura', que genera información para medir el impacto de la gestión cultural. El proyecto tiene el respaldo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Convenio Andrés Bello. Entre las líneas de acción están Consumos culturales e Infraestructura.

A pocos meses de aprobada la Ley, el Ministerio de Cultura anunció que con el con apoyo del BID se estaba construyendo SiCultura, un portal web que contiene: a) un Directorio con fichas sobre las manifestaciones culturales de las distintas provincias y comarcas, los programas oficiales de carácter permanente, los espacios, los agentes y los eventos culturales; b) Geo-referenciación de esta información (mapas); c) Estadísticas culturales generadas por el Ministerio de Cultura y otras entidades; d) Documentos normativos y teóricos sobre economía cultural-creativa; e) Artículos de prensa sobre novedades del sector cultural.

32



Ley Nacional de Cultura - N° 3.051/2006

Alcance territorial: Paraguay.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2006.

Objetivos:

Fomentar la producción, transmisión y difusión de la cultura paraguaya, garantizando los derechos culturales consagrados en la Constitución y en los Tratados Internacionales.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Su ente rector es la Secretaría Nacional de Cultura (SNC), ente dependiente de la Presidencia de la República.

2. Esta ley establece ser financiada por el Presupuesto General de la Nación.
3. Conforme a la legislación vigente, el Poder Ejecutivo implementará mecanismos aduaneros y acuerdos internacionales para facilitar el intercambio cultural.
4. Difusión, promoción y comercialización de las expresiones culturales de Paraguay en el exterior, mediante el apoyo a la participación de agentes culturales en exposiciones de arte, conferencias, congresos y eventos afines.

Datos sobre su impacto:

- > La Secretaría Nacional de Cultura, creada en esta ley, ha financiado diversos proyectos como el Fondo de Cultura para Proyectos Ciudadanos, el Programa de Apoyo a las Artes Escénicas, el Proyecto de Restauración del Centro Histórico de Asunción, los Festivales Internacionales de Cine de Paraguay, y en términos generales ha fomentado la política de asignación de recursos vía concursos.
- > La creación de este ente, antecedido por la creación del Fondo Nacional de Cultura (FONDEC) en el año 1999 (Ley N° 1299), significa un cambio definitivo en la planificación del sector cultura dentro de los planes de desarrollo de la nación. Sin embargo, hay expectativas no cumplidas respecto de un apalancamiento más equitativo y sustantivo entre las diferentes disciplinas culturales y creativas.

33



Ley del Fondo Nacional de la Cultura y de las Artes (FONDEC) - N° 1299/1998

Alcance territorial: Paraguay.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 1998.

Objetivos:

Financiar y promover las actividades culturales privadas en todo el territorio nacional.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Es una entidad autárquica con personalidad jurídica y autonomía, adscrita al Ministerio de Educación y Cultura.

2. Establece tres tipos de financiamiento: reembolsable, parcialmente reembolsable, o no-reembolsable, que se ejecutan a través de programas de apoyo, becas, subsidios, créditos y patrocinios para creadores, intérpretes, grupos artísticos e instituciones. También lo hace mediante la adquisición, construcción, reconstrucción, o reparación de bienes culturales, para preservar e incrementar el acervo cultural

3. El FONDEC es alimentado por recursos provenientes de un aporte inicial del Estado, los aportes anuales estipulados en el Presupuesto General de la Nación, donaciones, deducción de tributos, patrocinios, las utilidades y beneficios provenientes de inversiones propias. e inversiones nacionales e internacionales. Estas últimas preferiblemente enmarcadas en el MERCOSUR.

4. Los espectáculos públicos, las rifas y sorteos realizados directamente por el FONDEC estarán liberados de los impuestos fiscales y municipales.

Datos sobre su impacto:

> Hasta el año 2018 había financiado 2.926 proyectos para un total de moneda nacional 65.068.864.699.

> En la convocatoria del año 2024 otorgó financiamiento a 92 proyectos culturales provenientes de 14 departamentos y de variadas disciplinas artísticas: teatro, danza, circo, cine, literatura, artes visuales, arquitectura, gastronomía y cultura indígena.

34



Fondo de Innovación para las Industrias Culturales y Creativas (CIIF)

Alcance territorial:

Grenada, Santa Lucía, Jamaica, Trinidad y Tobago, Guyana, Suriname, Barbados, Belice, Islas Caimán, Bahamas, Dominica.

Institucionalidad: Cooperación internacional.

Año de inicio: 2017.

Objetivos:

Es un fondo de múltiples donantes que se inició con una capitalización de USD 2.6 millones del Banco de Desarrollo del Caribe (CDB). Su objetivo es apoyar el desarrollo del sector de las industrias creativas en el Caribe, y su proyección global.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Brinda asistencia técnica al sector de las industrias culturales y creativas de la región del Caribe.
2. Facilita la capacitación, la investigación y las actividades de desarrollo empresarial de la industria.
3. Otorga financiamiento mediante subvenciones para proyectos innovadores dentro de las industrias culturales y creativas, en tres líneas: entorno propicio, inteligencia de datos y mejora de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas (PYME) creativas.
4. Prioriza cinco subsectores: 1) Moda y diseño contemporáneo, 2) Artes visuales 3) Audiovisual (cine, animación, juegos) 4) Festivales y carnavales y 5) Música.

Datos sobre su impacto:

- > Lanzó y puso a prueba la asistencia técnica a instituciones comunitarias en Haití, a través de una financiación de subvenciones específica por un valor de USD 198.000, que atendió directamente a 90 beneficiarios.
- > Otorgó 30 subvenciones que permitieron atender directamente a más de 500 partes interesadas de los 19 países miembros prestatarios del Banco.
- > Elaboración de los Perfiles de Industria Creativa (IC) en algunos de los países del Caribe, con el fin de abordar las principales limitaciones al crecimiento. Dichos perfiles incluyen barreras financieras, de desarrollo de capacidades, de creación de redes, de acceso a datos de IC y de mercado.
- > La Lista CIIF proporciona información valiosa hasta el 2020 sobre los recursos disponibles en cada país que son relevantes para consolidar el sector de las IC.
- > informes sobre la contribución de la industria del derecho de autor a la economía de cinco países de la región.
- > Las subvenciones se han orientado a mejorar las condiciones institucionales de apoyo a las IC, con reformas legislativas y políticas de incentivos; a mejorar la infraestructura para la investigación y difusión de conocimientos relacionadas con las industrias culturales; el fortalecimiento

de la capacidad técnica y de conocimientos de las PYMES en el sector cultural y el apoyo para su participación en los distintos subsectores priorizados.



Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Alcance territorial: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

Institucionalidad: Cooperación internacional.

Año de inicio: 2013.

36 **Objetivos:**

Promover, impulsar y acompañar el crecimiento hacia la sostenibilidad de las industrias culturales y creativas.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

Desde la Unidad de Creatividad y Cultura se ha trabajado en:

1. Capacitación financiera, administrativa y en el uso de las nuevas tecnologías.
2. Diseño de nuevos instrumentos financieros como los vouchers creativos.
3. Otorgar créditos a proyectos culturales y creativos.
4. Articulación entre sectores públicos y privados para implementación de políticas culturales mancomunadas.
5. Digitalización e innovación tecnológica.
6. Desarrollo urbano.

Datos sobre su impacto:

- > 1.413 nuevos empleos creados o sostenidos.
- > 256 pymes que trabajan colaborativamente.
- > 97 proyectos aprobados y una estrategia de sensibilización del valor del trabajo colaborativo.

- > Clúster Audiovisual de Film Andes (Mendoza, Argentina), que ha permitido dinamizar el ecosistema de emprendedores creativos en la medida que han ampliado la oferta de bienes y servicios audiovisuales.
- > La recuperación y conservación del patrimonio cultural y natural en distintas ciudades de la región, como el Patrimonio Cultural y Natural en Panamá (2017), o el proyecto Soy Vida- Arte Urbano en El Salvador (2019), o el Programa de Inversión “Mejoramiento de los centros históricos de Lima, Arequipa, Trujillo y Ayacucho” en Perú (2019).
- > Entre 2013 y 2022, el BID reportó 126 proyectos en su portafolio de operaciones y cooperaciones técnicas por un monto de dólares estadounidenses 2.538.341.476, desarrollados en 24 países. 70 se hallan en proceso de implementación (55,6%), mientras que 56 ya concluyeron (44,4%).



Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF)

Alcance territorial:

Argentina, Bahamas, Barbados, Brasil, Chile, México, Trinidad y Tobago, Uruguay, Venezuela, Belice, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Surinam.

Institucionalidad: Cooperación internacional.

Año de inicio: 2005.

Objetivos:

En 2023 se hizo el lanzamiento de la “Estrategia CAF de Economías Creativas y Culturales 2023/2026” que tiene como objetivo fortalecer y poner en valor las economías creativas, y así reafirmar la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, contribuyendo al logro de territorios más resilientes, inclusivos, sostenibles, productivos y competitivos.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

- > Cooperación técnica, Créditos sectoriales de enfoque amplio, Proyectos y Programas de Inversión (PPI), Programas de Intercambio de Deuda por Desarrollo (SWAP).
- > El origen de sus fondos proviene del aporte de capital de sus países miembros, de bancos privados (13 bancos privados que también aportan capital y recursos financieros), de la Emisión de Bonos: (hasta 2023, ha emitido bonos por un total aproximado de USD 60,775 millones); de préstamos y créditos a países miembros y organismos públicos, de sus servicios de cooperación técnica que también generan ingresos.

Datos sobre su impacto:

- > En 2023 la aprobación de créditos fue un total de 16.261 millones de dólares estadounidenses y la inversión en Economías Culturales y Creativas 500 millones.
- > La inversión en Colombia es una de las más emblemáticas, con el apoyo a los programas de Economía Naranja que desarrolla el gobierno nacional.
- > En 2022 el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) otorgó 700 millones de dólares al gobierno colombiano para un programa de créditos que permitieron apalancar más de 72 Áreas de Desarrollo Naranja (ADN), en los que se impulsan las industrias culturales y creativas.



Programa Transcultura

Alcance territorial:

Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Cuba, Dominica, Granada, Guyana, Haití, Jamaica, Montserrat, República Dominicana, Saint Kitts y Nevis, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Suriname y Trinidad y Tobago.

Institucionalidad: Cooperación internacional.

Año de inicio: 2020.

Objetivos:

Busca convertir la rica diversidad cultural caribeña en un motor de desarrollo sostenible, a través del intercambio y la cooperación en la región que permita tender puentes entre pueblos y culturas.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Es financiado por la Unión Europea con un monto de 15 millones de euros.
2. Las líneas de acción del programa son: rehabilitación patrimonial, formación cultural, emprendimiento cultural, hermanamientos y alianzas culturales y turismo cultural sostenible.
3. Los formatos de acceso y participación contemplan: convocatoria de becas, cursos de formación presenciales y virtuales, residencias artísticas para la movilidad cultural, mentorías personalizadas y apoyo para aplicar a financiamientos internacionales.
4. Para el programa de formación se conformó el Polo Caribeño, integrado por 7 instituciones de la región que ofrecen cursos de capacitación en inglés, francés y español, en todos los dominios de las industrias culturales y creativas.
5. El componente sobre turismo sostenible se basa en un mapeo de los recursos naturales y culturales caribeños, materiales e inmateriales, y apoya el desarrollo de capacidades de administradores de sitios del patrimonio y actores del sector cultural, creativo y turístico.

Datos sobre su impacto:

- > 145 proyectos culturales, a través de mentorías personalizada, incubadoras y aceleradoras (Business Angels), en los cuales se beneficiaron más de 2,200 jóvenes entre 18 y 35 años, con un 55% de mujeres.
- > Se formaron 700 jóvenes en 43 cursos de formación cultural impartidos.
- > Se realizaron 38 acciones conjuntas de cooperación cultural donde se beneficiaron y participaron 163 artistas y creadores del Caribe en vínculo con 236 entidades de países del Caribe y Europa.



Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa (PNFEC)

Alcance territorial: Chile.

Institucionalidad: Plan o programa público o mixto.

Año de inicio: 2017.

Objetivos:

Fomentar la economía cultural-creativa.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Las líneas estratégicas del plan están agrupadas en tres ámbitos: 1) Fomento, 2) Profesionalización y promoción de la asociatividad; y 3) Fomento al conocimiento sobre la Economía Creativa. Por otra parte, se concibió con dos énfasis transversales: 1) Territorial y 2) Articulación Interinstitucional, y se establecieron dos etapas para su implementación. La etapa 1 de diagnóstico de la realidad regional, para identificar características demográficas, dinámica del sector a nivel productivo y económico, social y comunitario (infraestructura pública, privada y redes), problemáticas y brechas. La etapa 2 de diseño del Plan Regional que, una vez aprobado, continúa con su implementación.

2. Los actores que fueron reconocidos como constitutivos de la industria creativa. Pertenecen a diversos sectores de las artes y la cultura, como la música, el libro y el audiovisual, más toda la producción artística o cultural, ya sean espectáculos o bienes producidos individualmente, y que incluye principalmente a las artes escénicas, las artes visuales, la fotografía y la artesanía, así como sectores de servicios como la arquitectura y el diseño.

3. El Plan arrancó en 2017 con un presupuesto para ese año de US\$1.5 millones y de US\$ 4.5 millones para 2018. Las fuentes de financiamiento al Plan provienen principalmente del Estado.

Datos sobre su impacto:

- > Aumento del 50% en la exportación de servicios creativos.
- > La creación de instrumentos focalizados de financiamiento para la economía creativa en

instituciones distintas al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

> La implementación del Programa de Fomento y Desarrollo de Ecosistemas Creativos, que benefició a 26 equipos de trabajo y 71 comunas del país.

> La realización de múltiples acciones de formación y capacitación, así como la creación de manuales y herramientas para el aprendizaje en el sector creativo.



Clúster Creativo Ecuador

Alcance territorial: Ecuador.

Institucionalidad: Plan o programa público o mixto.

Año de inicio: 2021.

Objetivos:

1. Avanzar en procesos de industrialización del sector.
2. Establecer colaboraciones e inversiones con empresas e inversionistas extranjeros para llevar la producción nacional ecuatoriana al mundo.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

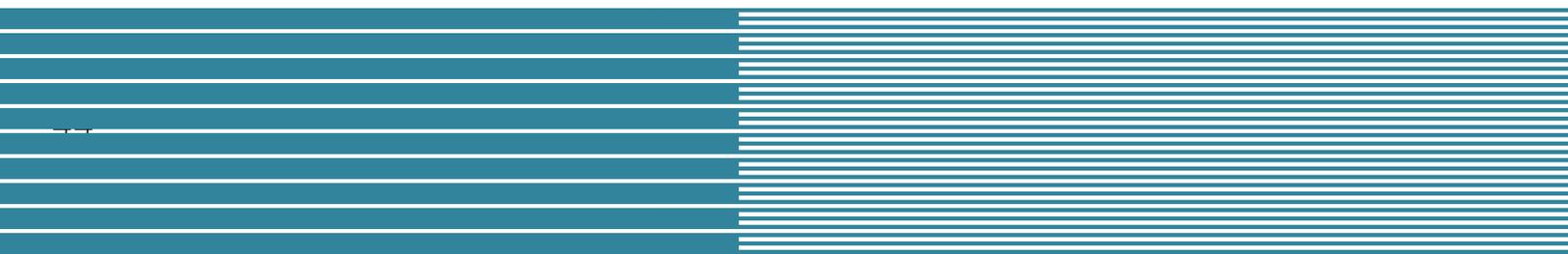
10 incentivos fiscales que ofrece el Estado ecuatoriano para industria, consumo y actividad culturales.

1. En lo correspondiente a industria audiovisual (cine, televisión, publicidad, videoclips, animación y videojuegos) se puede acceder al Certificado de Inversión Audiovisual (CIA), que es un título valor que puede ser utilizado como crédito tributario de los impuestos administrados por el Servicio de Rentas Internas, consiste en la devolución del 37% de los costos y gastos que coproducciones realicen en el país, por concepto de servicios audiovisuales y logísticos.

2. Los demás incentivos, 9 en total, son aplicables tanto por empresas locales o domiciliadas en el Ecuador, como por profesionales y personas dedicados a las diferentes industrias creativas y a la gestión cultural. Estos otros incentivos son: 0% Aranceles; 150% de Deducibilidad; Bienes

y servicios culturales deducibles de gastos personales; espectáculos públicos que no pagan IVA; régimen especial de exoneración de impuestos a la importación de bienes que se requieran para la producción de obras audiovisuales; 10% de reinversión de utilidades; exoneración del ISD para producciones audiovisuales; exoneración del Impuesto a la Renta en pagos al exterior; devolución 50% del IVA Producción Audiovisual.

3. Ofrece como ventajas para la inversión extranjera la diversidad climática, natural y paisajística que existen en Ecuador, destacando la isla Galápagos, la costa del pacífico, el páramo de los andes y la selva amazónica. Todo ello para ofrecer el servicio de empresas productoras para ser contratadas por productores e inversionistas extranjeros.



Cine y Videojuegos

Cuotas de exhibición y difusión / Fondos específicos / Incentivos fiscales / Festivales





Ley de Fomento a la Cinematografía Nacional - N° 24.377/1994

Alcance territorial: Argentina.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 1994.

Objetivos:

Impulsar y fortalecer la producción cinematográfica argentina y desde ahí fomentar la cultura nacional.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Su ente rector es el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) que depende de la instancia del gobierno nacional para gestionar el área de cultura.
2. Crea el Fondo de Fomento Cinematográfico, que se abastece con un impuesto del 10% aplicado al precio de las entradas de cine y sobre la venta o alquiler de videogramas destinados al público, y el 25% de los ingresos del Comité Federal de Radiodifusión, además de legados, donaciones o devolución de créditos. La mitad del dinero del fondo está destinado para la producción de películas.
3. La otra mitad del dinero del fondo es destinado al área formativa, con la Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC) que tiene ocho sedes en distintas regiones del país.
4. Apoyo a la exhibición cinematográfica, sosteniendo sesenta salas en distintas provincias y aportando a festivales como el de Mar del Plata, el más importante del país. De igual modo mantiene la plataforma streaming CineAr Play y el canal para Televisión Digital Abierta y por suscripción CineAr TV. Junto con el Marché du Film del Festival de Cannes, organiza Ventana Sur, evento internacional donde se reúnen distribuidores y compradores cinematográficos.

Datos sobre su impacto:

- > Desde hace décadas Argentina es el país de la región con más estrenos nacionales al año, generalmente por encima de cien.
- > Argentina es el país de América Latina y el Caribe con mayor cantidad de películas nominadas y triunfadoras en los principales festivales y premiaciones del mundo. Luego de aprobada la ley, siete películas que recibieron financiamiento fueron nominadas a los premios Oscar (EE. UU.) en la categoría *Mejor película de habla inglesa* y dos de ellas resultaron ganadoras. Estas producciones y algunas otras también ganaron la categoría *Mejor película iberoamericana* en los premios Goya (España), liderando el país con 19 triunfos en las 37 ediciones que tiene esta categoría.



48 Ley Fondo Sectorial del Audiovisual - N° 11435/2006

Alcance territorial: Brasil.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2021.

Objetivos:

Fondo específico dentro del Fondo Nacional de Cultura. Estos recursos son destinados a programas y proyectos para el desarrollo de las actividades cinematográficas y audiovisuales en consonancia con los programas del gobierno federal, con el propósito de aumentar la participación del sector en el mercado nacional y global.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

El dinero del fondo proviene de la Contribución para el Desarrollo de la Industria Cinematográfica Nacional (CONDECINE), de los créditos asignados en el Presupuesto General de la Unión, así como donaciones; legados; subsidios y otros recursos, los cuales podrán ser invertidos en el Programa de Apoyo al Desarrollo del Cine Brasileño (PRODECINE); el Programa de Apoyo

al Desarrollo del Audiovisual Brasileño (PRODAV); y el Programa de Apoyo al Desarrollo de la Infraestructura Cinematográfica y Audiovisual (PRÓ-INFRA).

Datos sobre su impacto:

> Al comparar las cifras entre los años 2002 y 2016 se puede apreciar un gran impacto de esta ley en conjunto con otras que abordan el sector audiovisual. En este período hubo un aumento del 400% del lanzamiento anual de largometrajes, del 93% de las salas de cine, y del 500% en el rating de los programas difundidos por la televisión brasileña. Para que esto fuera posible, la inversión entre el 2003 y el 2015 se quintuplicó y de ese monto el 60% vino del Fondo Sectorial del Audiovisual.

> En 2023, la inversión anual de este fondo para la producción de contenido nacional llegó a la cifra histórica de más de 220 millones dólares estadounidenses (USD).



Ley de TV paga - N° 12.485/2011

Alcance territorial: Brasil.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2011.

Objetivos:

Proteger y promover la redifusión de producción nacional audiovisual.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Establece requisitos para el funcionamiento de la TV por suscripción están:
 - a. La transmisión de contenido nacional por un mínimo de tres horas y media semanales en horario estelar.
 - b. Un tercio de la oferta de canales sean brasileños.
 - c. La mitad del contenido nacional sea independiente.
2. Esta ley otorga a ANCINE la facultad de certificar qué producciones nacionales son inde-

pendientes.

3. Fue enmendada en el año 2024 para extender su vigencia hasta el año 2038 y permitir que la Agencia Nacional de Cine (ANCINE) pueda determinar la suspensión o el cese de una prestadora por “Uso no autorizado” de obras protegidas brasileñas o extranjeras.

Datos sobre su impacto:

En el 2011, año de aprobación de la ley, ANCINE emitió un aproximado de 1.900 Certificados de Producto Brasileño (CPB) distribuidos entre películas, seriados y programas para TV por suscripción. Dos años después la cantidad de CPB aumentó a 3.200. De igual modo, mientras en 2011 fueron exhibidas en la TV paga 73 obras inéditas, al año siguiente la cifra se sextuplicó a 506.



50 Ley del Creador Audiovisual y Cinematográfica Independiente - N° 373/2019

Alcance territorial: Cuba.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2019.

Objetivos:

Garantizar la calidad de las producciones y fomentar un entorno favorable para la creación y el desarrollo de obras audiovisuales de forma autónoma.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. El ente encargado de gestionar esta política es el Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficas (ICAIC).
2. Oficializa la formación de colectivos de creadores audiovisuales y cinematográficos en todas sus fases y modalidades, lo que facilita la colaboración y el trabajo en equipo.
3. Establece tres nuevas figuras de trabajo por cuenta propia vinculadas a la prestación de servicios artísticos: operador y/o arrendador de equipamiento para la producción artística; agente

de selección de elenco (casting); y auxiliar de producción artística.

4. El Fondo para el Fomento del Cine es el principal instrumento financiero de esta ley, que tiene como objetivo la asignación de recursos a los mejores proyectos de creadores audiovisuales y cinematográficos independientes. Este fondo se alimenta del presupuesto estatal, las contribuciones de personas jurídicas y naturales cubanas y extranjeras, las donaciones nacionales e internacionales, y los reembolsos obtenidos por concepto de ventas y distribución nacional e internacional.

Datos sobre su impacto:

Desde la aprobación de la ley y hasta el 2024 el ICAI ha realizado seis convocatorias para concursar en el marco del Fondo de Fomento del Cine Cubano. Del 2019 al 2023 solicitaron este apoyo 219 proyectos, de los cuales 86 pertenecen a mujeres y 85 a creadores menores de 35 años y la mayoría. En total 69 fueron seleccionados.

51



Ley de Fomento del Cine Nacional - N° 29/2006

Alcance territorial: Ecuador.

Institucionalidad: Ley No vigente.

Año de inicio: 2006.

Objetivos:

Promover y estimular la producción cinematográfica nacional.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

Mecanismos de financiamiento.

1. Exenciones de impuestos otorgadas a personas naturales y jurídicas por la producción de obras de cine.
2. Créditos del Banco Nacional de Fomento y/o la Corporación Financiera Nacional con tasa de interés y plazos preferenciales para inversiones destinadas a la producción nacional de pelícu-

las, documentales, y obras artísticas y culturales para cine.

3. Fondo de Fomento Cinematográfico (FFC) que apoyará las películas nacionales mediante créditos, concursos o premios con dinero proveniente del Fondo Nacional de Cultura, donaciones, transferencias, presupuesto general del Estado y los aportes provenientes de la cooperación internacional.

Datos sobre su impacto:

> Entre 2006 y 2016 se destinaron dólares estadounidenses \$9.423.718 a 410 proyectos. En el periodo 2007-2016 se estrenaron en salas de cine comercial 84 películas ecuatorianas, entre largometrajes de ficción y largometrajes documentales, todas financiadas por el Consejo Nacional de Cinematografía y el Ministerio de Cultura y Patrimonio. Esto promedió nueve obras por año, contrastando con el promedio de una película cada dos años que había antes de la aprobación de la Ley.

> Esta Ley fue derogada en el año 2016 tras la aprobación de la Ley Orgánica de Cultura.

52



Ley que fomenta la industria cinematográfica y audiovisual - N° 36/2007

Alcance territorial: Panamá.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2007, reformada el 27 de abril de 2012.

Objetivos:

Promover la cultura, la protección y la conservación del patrimonio audiovisual panameño.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Crea el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico y Audiovisual Nacional para financiar proyectos y actividades relacionadas con la producción, distribución y exhibición de obras audiovisuales a través de aportes económicos del sector privado y del Presupuesto Estatal. Su adminis-

tración está a cargo del Instituto Nacional de Cultura. Este financiamiento también incluye becas nacionales e internacionales para formación especializada en el ámbito audiovisual, reconocimientos a la producción cinematográfica y audiovisual panameña, apoyo a eventos cinematográficos nacionales y mejora de la infraestructura de exhibición. Asimismo, la ley establece incentivos fiscales para estimular la producción audiovisual.

2. Devolución del 15% del dinero gastado a producciones extranjeras que eligen filmar en Panamá (cash back).

3. Estableció una cuota de exhibición del diez por ciento (10%) el mínimo de películas nacionales.

Datos sobre su impacto:

Panamá pasó de producir una película cada varios años, a producir entre 5 y 8 películas por año. La película “Plaza Catedral”, de Abner Benaim, estuvo entre las 15 cintas semifinalistas para competir en la edición del año 2022 del premio Óscar en la categoría Mejor Película Internacional.

53



Ley de Fomento al Audiovisual - N° 6.106/2018

Alcance territorial: Paraguay.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2018.

Objetivos:

Fomentar el desarrollo y consolidación de la actividad audiovisual, e impulsar la cultura cinematográfica.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Su ente rector es el Instituto Nacional del Audiovisual Paraguayo (INAP), ente técnico especializado con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía funcional, que se relaciona con el Poder Ejecutivo a través de la Secretaría Nacional de Cultura.

2. Crea el Consejo Nacional del Audiovisual, encargado de elaborar la política del INAP.

3. También crea el Fondo Nacional del Audiovisual Paraguayo (FONAP), destinado a otorgar financiamiento total o parcial a aquellos proyectos, programas y acciones que el INAP dictamine. Sus recursos provendrán del Presupuesto de la Nación, los ingresos obtenidos por los servicios prestados por el INAP, aportes, créditos, contribuciones, legados, donaciones nacionales e internacionales, y el 50% de las retenciones impositivas por operaciones comerciales de servicios audiovisuales extranjeros que requieren de Internet.

4. El FONAP también financia: la formación de profesionales audiovisuales a través de becas, tutorías, pasantías y residencias convocadas públicamente; programas y proyectos del resguardo del patrimonio audiovisual paraguayo y universal; actividades que incentiven la promoción, distribución, difusión y exhibición dentro del territorio nacional y en el extranjero de las obras audiovisuales nacionales, como festivales; la acción cultural realizada por las salas de cine, arte y centros culturales; premios anuales a las obras audiovisuales paraguayas; programas y proyectos para el equipamiento del sector audiovisual.



Programa Ibermedia

Alcance territorial: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

Institucionalidad: Cooperación internacional.

Año de inicio: 1997.

Objetivos:

1. Promover, mediante la asistencia técnica y financiera, la coproducción de proyectos cinematográficos.
2. Contribuir a la cualificación del sector y consolidar las cadenas de producción que son par-

te o se cruzan con el circuito cinematográfico.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

Este programa contempla un fondo que se alimenta del aporte anual de los Estados que participan. Otorga financiamientos en calidad de ayuda o de préstamos mediante concurso anual en las siguientes modalidades: coproducción, distribución y promoción, proyectos en desarrollo, y apoyo a instituciones académicas y programas de formación. Pueden aplicar entes públicos y/o privados de los diferentes países participantes del programa.

Datos sobre su impacto:

- > Hasta el año 2024, Ibermedia había realizado 22 convocatorias de las que se habían beneficiado 636 proyectos de coproducción y 1.975 en total.
- > Ha otorgado 2.700 becas de formación.
- > Fueron estrenadas más de 500 películas que recibieron su apoyo.
- > Contribuyó directamente a la exhibición de 298 filmes.
- > Se estima que de manera indirecta ha beneficiado a 1.200 empresas y más de 6.000 profesionales de la producción y la gestión empresarial.
- > A través de las películas que ha cofinanciado, Ibermedia ha estado presente en los principales festivales de cine del mundo, como el de Berlín, Rotterdam, Cannes, La Habana, Los Ángeles, Mar del Plata, Huelva, Sundance, Toronto, San Sebastián, Tokio, Venecia, Nueva York, Valladolid, Busan, Haifa y Calcuta. Además, varias de estas obras han sido nominadas al Óscar en la categoría de Mejor película internacional o de habla no inglesa.



Brasil Game Show (BGS)

Alcance territorial: Brasil.

Institucionalidad: Actividad mixta.

Año de inicio: 2009.

Objetivos:

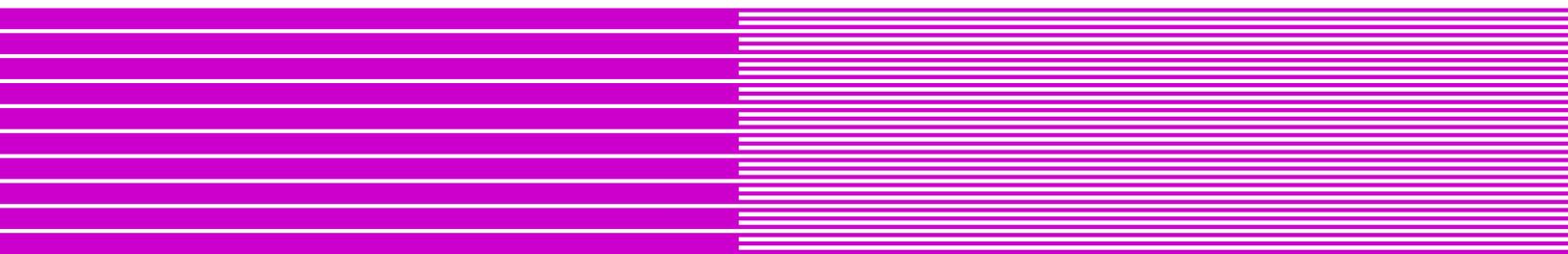
3. Dinamizar la economía del sector de videojuegos.
4. Posicionar a Brasil como el líder regional y uno de los epicentros globales del desarrollo y consumo de videojuegos.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

- 56
1. Es la feria de videojuegos más grande de América Latina. Se realiza anualmente en São Paulo, organizada por la empresa privada *Level Up!* con patrocinios privados y apoyo de los gobiernos local y nacional. Este apoyo incluye subvenciones y colaboraciones para la organización y promoción, lo que ha contribuido a su crecimiento y éxito a lo largo de los años.
 2. Es una plataforma para que desarrolladores y creadores brasileños muestren sus últimas creaciones, desde títulos independientes hasta producciones más grandes, lo que fomenta la innovación y el talento local.
 3. Ofrece una amplia gama de actividades, como torneos, conciertos y presentaciones de los últimos juegos y tecnologías, incluyendo prelanzamientos de juegos, competiciones de deportes electrónicos, y sesiones de preguntas y respuestas con figuras destacadas de la industria.
 4. En el evento las empresas promocionan las últimas innovaciones tecnológicas y de entretenimiento interactivo, como televisores diseñados específicamente para gaming y nuevas mecánicas de juegos. En el famoso espacio “Aquí se juega” se ofrece diversas plataformas de juego, desde móviles, PC, gafas de realidad virtual, consolas, juegos de mesa, juegos de cartas, campeonatos de e-sports, máquinas recreativas

Datos sobre su impacto:

- > La feria genera ingresos significativos a través de la venta de boletos, exhibiciones y actividades comerciales. Además, atrae a miles de visitantes que contribuyen a la economía local al alojarse, comer y participar en actividades relacionadas con el evento. Según la web oficial de BGS, entre 2009 y 2023, 3 millones de personas ya han visitado la feria, con un número récord de stands en su última edición, donde participaron aproximadamente 400 expositores. La presencia de figuras internacionales y empresas reconocidas, como Ubisoft, Capcom y Sony, atrae a una audiencia global y eleva el prestigio del evento.
- > El mercado de videojuegos es uno de los que más rápido ha crecido a nivel global y se proyecta que continúe así. Se estima que en Brasil tiene un potencial de moneda nacional dos mil millones.



Libro

Precio de Venta al Público / Fondos específicos / Incentivos fiscales
/ Planes de lectura / Ferias del libro





Ley de Defensa de la Actividad Librera - N° 25.542/2001

Alcance territorial: Argentina.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2001.

Objetivos:

Establecer un precio uniforme de venta al público (PVP) o consumidor final. Esto significa que los ejemplares tienen el mismo precio en cualquier punto de venta.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. De esta manera se impide que los grandes comercios que compren grandes volúmenes puedan hacer rebajas desleales frente a las librerías, y también se consolida la bibliodiversidad para que todos los lectores puedan acceder a sus libros de preferencia aun cuando no sean los que lideran las listas de venta.

2. Esta Ley establece una serie de infracciones que serán sancionadas con multas de cien a veinte mil pesos, y que los fondos recaudados por estas multas se destinarán a la promoción de la lectura a través de la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (CONABIP). Además, apunta que el ente rector de esta ley es la Secretaría de Industria de la Nación.

Datos sobre su impacto:

> Ha dado estabilidad al mercado, permitiendo una manera correcta para el cálculo de las regalías.

> Ha ayudado a combatir la piratería ya que el precio referenciado distingue a los libros oficiales de los piratas que suelen venderse a menor precio.



Ley del Libro - N° 98/1993

Alcance territorial: Colombia.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 1993.

Objetivos:

Estimular la producción intelectual y desarrollar la industria editorial en Colombia.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. La última modificación de esta ley fue mediante la reforma tributaria de la Ley N° 2277 de 2022, derogando tres grandes incentivos tributarios de los cuales gozaba la industria editorial: primero, la tarifa especial del 9% para las personas jurídicas cuya actividad económica y objeto social fuese exclusivamente la edición de libros, revistas, folletos o coleccionables seriados de carácter científico o cultural, pasando a una tarifa general del impuesto de la renta del 35%. Segundo, se anuló la eximición del pago de impuesto de la renta a los ingresos de los autores y traductores por concepto de derechos de autor. Tercero, se eliminó la deducción del impuesto a la renta para inversiones en ampliación o apertura de librerías, que no superen los 500 salarios mínimos legales vigentes.
2. Se mantienen en vigor los incentivos fiscales a la importación de papel destinado a la fabricación en el país de libros, revistas, folletos o coleccionables seriados de carácter científico o cultural. Esta importación queda exenta de toda clase de aranceles, tasas, contribuciones o restricciones aduaneras.
3. En la Ley también permanecen las líneas de crédito que se trasladaron del Instituto de Fomento Industrial (IFI) al Banco de Comercio Exterior de Colombia (BANCOLDEX), que podrán ser adquiridos directamente o a través del mecanismo de redescuento para la pequeña y mediana industria que funciona con dinero de aliados de BANCOLDEX.

4. Asimismo, esta ley crea el Fondo Nacional de Garantías, que ofrece acceso a crédito por parte de empresas dedicadas a la actividad de edición de libros, revistas y folletos o coleccionables seriados de carácter científico o cultural.

Datos sobre su impacto:

> Entre los resultados de esta ley está el aumento de la lectura de libros, que pasó de 2,4 libros al año por persona en el año 2000, a 2,7 libros al año por persona en el año 2017, y más recientemente a 3,75 libros al año por persona en el año 2023.



Ley de Fomento para la Lectura y el Libro

Alcance territorial: México.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2008 y reformada en el 2023.

Objetivos:

Incrementar el número de lectores y la calidad del acceso a los libros y la literatura, a través de la ejecución de un Programa de Fomento para el Libro y la Lectura que impulse la creación, edición, producción, difusión, venta y exportación del libro mexicano y de las coediciones mexicanas, en condiciones adecuadas de calidad, cantidad, precio y variedad.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

> Esta Ley no crea un fondo para su implementación, pero sí indica que se podría optar por fondos específicos destinados a proyectos relacionados con la lectura. También habilita la inversión privada para proyectos culturales que cumplan con los objetivos de la ley. Sin embargo, su elemento central es que establece un precio único para la venta de libros, protegiendo así a las librerías independientes y facilitando el acceso equitativo a la lectura al garantizar que el libro tenga el mismo precio en todo el territorio nacional.

Datos sobre su impacto:

> Al comparar los datos que registra la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, en los dos años previos a la ley (2006 y 2007) la cantidad de ventas rondó los seis millones y medios de moneda local, mientras que a partir de su aprobación superaron los siete millones, promediando entre sí más de ocho millones y alcanzando más de nueve millones y medio en los años 2013, 2019 y 2022.



Ley que crea el Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura - N° 19.227/1993

Alcance territorial: Chile.

64 **Institucionalidad:** Ley vigente.

Año de inicio: 1993.

Objetivos:

Promover y fomentar la lectura literaria. Se reconoce el valor fundamental del libro como un instrumento esencial para la transmisión cultural, el desarrollo de la identidad nacional y la formación de las nuevas generaciones. Su última modificación fue el 04 de mayo del 2010 y ahí se incluyó la definición de “publicaciones digitales”, así como todos los eslabones de la cadena editorial.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Beneficios fiscales para editores, distribuidores y libreros.
2. Capacitación y motivación de expertos en educación y libros.
3. Realización de encuentros, talleres y premios para incentivar la creación de cualquier género literario.
4. Crea el Consejo Nacional del Libro y el Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura, administrado por el Ministerio de Educación por medio de la División de Extensión Cultural. El patrimonio de este fondo está integrado por: lo asignado en el Presupuesto de la Nación; los recursos que el Gobierno reciba por concepto de asistencia técnica o cooperación internacional; y las donaciones, herencias y legados que reciba.

Datos sobre su impacto:

El contexto en que se aprobó esta ley era el retorno a la democracia, con bajo nivel en la industria editorial y en los hábitos de lectura. Esta tendencia se mantuvo hasta el año 2004, cuando empezó un período de auge. Para 2013, los números en Chile habían aumentado a 16 editoriales de capitales extranjeros, 268 editoriales independientes, 55 editoriales universitarias, 200 librerías distribuidas en 353 puntos de venta, 40 distribuidores, 491 bibliotecas públicas y 449 sedes de bibliotecas de instituciones de educación superior. Entre el año 2013 y 2020 la cantidad del apoyo económico destinado al sector editorial fluctuó con tendencia al crecimiento, pasando de moneda nacional 470.574.825 en el primer año referido, a 711.204.352 en el último.



Ley del Libro - N° 47/2006

Alcance territorial: Ecuador.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2006.

Objetivos:

> Proteger la industria editorial del país.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Esta ley conserva el articulado 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 17 y 19 de su predecesora (N° 71 de 1987) que hacen referencia a la comercialización, difusión y régimen impositivo.
2. Tarifas preferentes en favor del libro para su circulación dentro del país, y su envío al exterior.
3. Incentivos fiscales: la exención de todo gravamen a la exportación de libros editados, coeditados e impresos en el país.
4. Exenta de toda clase de impuestos para la importación de la materia prima e insumos que

no se produzcan en el Ecuador, realizada por editores y destinada exclusivamente a la producción de libros.

5. Exoneración del impuesto de la renta durante diez años contados a partir de la fecha en que se inicie una editorial.

6. Los ingresos que percibieren los autores y traductores ecuatorianos, por concepto de derechos de autor y de traducciones relativos a libros editados en el Ecuador, serán exonerados del impuesto sobre la renta.

Datos sobre su impacto:

> Entre los años 2012 y 2021 aumentó el número de editoriales de 35 a 53 y el número de títulos registrados de 4.488 a 4.509, a pesar del impacto de la pandemia por Covid-19 en 2020 y 2021. Sin embargo, en el mismo período se redujo significativamente el número de ejemplares al año pasando de 9.103.428 a 2.101.181.

> Según la Encuesta de Hábitos Lectores, Prácticas y Consumos Culturales del año 2021, en Ecuador el 57.5% de la población lee libros y en promedio un libro completo y dos libros incompletos al año.

66



Programa de traducción y apoyo a la exportación editorial (IDA)

Alcance territorial: Uruguay.

Institucionalidad: Programa público.

Año de inicio: 2019.

Objetivos:

Promover la exportación de literatura contemporánea uruguaya por medio del apoyo a la traducción, promoción y difusión de obras de autoría nacional.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Es parte del programa de marca país que lidera el gobierno nacional, con el objeto de fortalecer la exportación de las denominadas Industrias culturales tradicionales: editorial, música y audiovisual.
2. La Dirección Nacional de Cultura define como de alta prioridad los programas de internacionalización, en este caso, del sector editorial. En este sentido, asumió el programa desde el compromiso de promover las actividades de los/as autores/as a nivel nacional y fomentar la industria editorial en el país y en el exterior desde el año 2020.
3. El apoyo brindado por el Programa IDA está destinado a empresas uruguayas y extranjeras formalmente registradas, tanto en Uruguay como en sus países, y contempla el financiamiento con fondo no reembolsable para la traducción y producción de libros que permita su posterior difusión y posibilidades de comercialización de la obra de autores/as uruguayos en el extranjero. Las posibilidades de apoyo contemplan tres modalidades: La traducción de obras literarias de cualquier género, destinado a empresas extranjeras; la traducción al idioma inglés, de extractos/capítulos de obras literarias y catálogos, destinado a empresas nacionales, y la producción de audiolibros, destinado a empresas nacionales.
4. El monto total disponible de este fondo para las convocatorias anuales es de treinta mil dólares estadounidenses (30.000 USD)

Datos sobre su impacto:

Hasta la edición de 2023 se otorgaron los fondos disponibles en sus tres líneas y los resultados obtenidos han sido: 50 obras traducidas a idiomas diferentes al español; un total de 9 para la traducción de catálogos y extractos de obra, y un total de 7 producciones de audiolibros.



Feria Internacional del Libro de Guadalajara

Alcance territorial: México.

Institucionalidad: Programa mixto.

Año de inicio: 1987.

Objetivos:

1. Encontrar a autores, editores, agentes literarios, promotores de lectura, traductores, distribuidores, bibliotecarios y usuarios, para optimizar la cadena de valor del libro, promover la lectura y aumentar la venta.
2. Promover el intercambio cultural y la difusión del conocimiento.

68

Mecanismos y fuentes de los recursos:

> Es financiada por una combinación de entidades públicas y privadas, incluyendo el gobierno de Jalisco, la Universidad de Guadalajara, y diversos patrocinadores privados y colaboraciones internacionales.

Datos sobre su impacto:

> Atrae a una gran cantidad de visitantes, tanto nacionales como internacionales, lo que contribuye significativamente al turismo cultural de Guadalajara. Los visitantes participan en la feria, pero también exploran la ciudad, generando ingresos para hoteles, restaurantes y otros negocios locales.

> Según un informe de la Universidad de Guadalajara, la feria genera ingresos significativos a través de la venta de libros, la participación de expositores y la afluencia de turistas, que deja en Guadalajara una ganancia económica superior a los 330 millones de dólares al año. Parte de esta ganancia es directamente desde el turismo.

> Organizado por la Universidad de Guadalajara, es un punto de encuentro para editores, agentes literarios, promotores de lectura, traductores, distribuidores y bibliotecarios de todo el

mundo. Ha contado con la participación de más de 2.000 casas editoriales de 49 países.

> Cada año la feria exhibe y comercializa más de 2.000 títulos de libros, de los cuales cerca de 630 son presentados. La asistencia aproximada es de 800.000 personas, que participan en numerosos talleres; conferencias y actividades de producción de la lectura.



Feria Internacional del Libro de Buenos Aires

Alcance territorial: Argentina.

Institucionalidad: Programa mixto.

Año de inicio: 1975.

Objetivos:

- > Reunir a lectores, autores, editores, libreros, distribuidores, educadores, bibliotecarios y científicos para alimentar la discusión sobre la industria y con ello sostener su dinamismo y apostar a su crecimiento.
- > Promover el intercambio cultural y la difusión del conocimiento.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Es organizada por la Fundación El Libro, una entidad sin fines de lucro creada por la Sociedad Argentina de Escritores (SADE) cuya misión es la promoción del libro y los hábitos de la lectura.
2. Durante los tres primeros días está dedicada a la industria editorial y a la capacitación de los profesionales. Editores, libreros, distribuidores, agentes literarios, gráficos, traductores, ilustradores y bibliotecarios se dan cita para realizar intercambios comerciales, concretar negocios y participar de seminarios de actualización. También dedica una importante cantidad de actividades a los docentes y otros mediadores de lectura, a quienes considera como pilares fundamentales.
3. Incluye conferencias, presentaciones de libros, cursos, charlas, firmas de ejemplares, un

festival de poesía, un encuentro de narradores y una jornada de microficción, entre muchas otras.

4. Cada edición de la feria cuenta con la participación de alrededor de 1500 expositores de más de 50 países.

Datos sobre su impacto:

> La feria atrae a una concurrencia masiva de público, superando los 1.250.000 visitantes cada año.

> La realización de la Feria emplea de manera directa o indirecta a casi 8 mil personas; convoca más de 10 mil profesionales, y un público general que supera el millón de personas.

> El total de la venta de libros fue de aproximadamente 480.000.000 en moneda nacional.

> La suma de la inversión que hicieron las editoriales presentes para el acondicionamiento de sus stands y pago a su personal fue de moneda nacional 291.969.108. Solo considerando a las y los expositores extranjeros, la hotelería facturó la cantidad aproximada de 2.288.158.

> Según una investigación económica realizada por la Fundación El Libro, organizadora de la feria, el impacto que tiene en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es muy grande. Ese impacto se prolonga durante el resto del año. Lo mismo sobre el sector editorial del país, que suele alcanzar cifras récord de venta.

70



Feria Internacional del Libro de Venezuela (FILVEN)

Alcance territorial: Venezuela.

Institucionalidad: Programa público.

Año de inicio: 2003.

Objetivos:

1. Garantizar el acceso de la población a una amplia variedad de libros, tanto nacionales como internacionales, a bajo costo y con entrada gratuita a toda su programación.

2. Ofrecer un espacio de exposición para autores nacionales:
3. Impulsar la producción editorial del país y contribuir al fortalecimiento de la industria editorial nacional.
4. Propiciar el intercambio con editoriales internacionales.

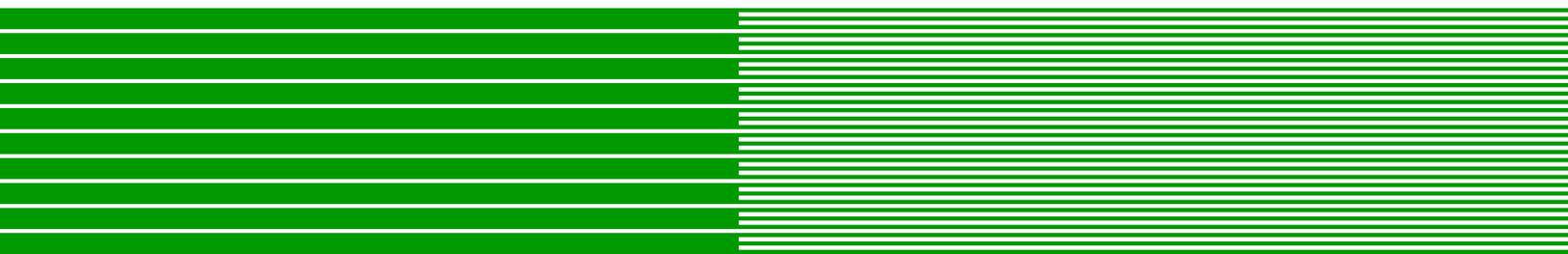
Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. El ente encargado de su realización es el Centro Nacional del Libro (Cenal), adscrito al Ministerio del Poder Popular para la Cultura. El Cenal dispone de un presupuesto anual proveniente del gobierno nacional. Los fondos asignados por el gobierno se destinan a cubrir los gastos de infraestructura, logística, promoción y actividades culturales.
2. Algunas empresas privadas pueden patrocinar la FILVEN como parte de su responsabilidad social corporativa. Estos patrocinios suelen incluir la donación de materiales, la promoción de sus productos o servicios durante la feria, y el apoyo a actividades específicas.
3. Organizaciones internacionales como la UNESCO o CAF pueden brindar apoyo financiero y técnico a la FILVEN, especialmente para proyectos que promueven la lectura y la cultura en la región.
4. Una parte de los ingresos de la FILVEN proviene de la venta de libros y los derechos de autor que se generan durante el evento. Sin embargo, esta fuente de financiamiento suele ser menor en comparación con los aportes del gobierno.
5. Dentro de su programación abarca rondas de negocios y espacios de intercambio que fomentan el intercambio cultural y comercial entre Venezuela y otros países.

Datos sobre su impacto:

1. La FILVEN ha brindado una plataforma para que autores venezolanos den a conocer sus obras a un público más amplio.
2. Descentralización cultural: La realización de la FILVEN en todos los estados del país ha permitido promover el libro y la lectura en regiones alejadas de la capital.
3. Incentivo y promoción permanente a la lectura. Según estudios realizados por el Centro de Estudios de la Lectura y la Escritura de la Universidad Central de Venezuela, aproximadamente el

55% de la población venezolana lee de forma regular. Esto incluye tanto la lectura de libros físicos como la lectura en formato digital.'



Música y Artes Escénicas

Festivales de música / Impuesto a artistas extranjeros/ Cuota de música nacional en radio y TV





Ley creación del Instituto Nacional de la Música - Nº Ley 26.801/2012

Alcance territorial: Argentina.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2012.

Objetivos:

Promover y desarrollar la actividad musical nacional.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Su ente rector es el Instituto Nacional de la Música (INAMU), que se encuentra enmarcado en la Secretaría de Cultura de la Nación. El INAMU opera como un ente público no estatal.
2. Crea el Fondo de Financiamiento del INAMU, el cual se nutre de las siguientes fuentes: 2% por servicios de comunicación audiovisual (Ley 26.522 art.97 inciso G), rentas; frutos e intereses de su patrimonio, venta de bienes y locaciones de obra o servicios, importes de multas, fondos provenientes por recaudaciones y servicios prestados a terceros, aportes de organismos provinciales; municipales; nacionales e internacionales, gravámenes, comercialización por publicidad, y contribuciones; subsidios; herencias y donaciones, sean estatales o privadas.
3. Establece que en un concierto o actuación musical en vivo de un músico extranjero o agrupación musical extranjera dentro del territorio nacional, deberá ser contratado un músico nacional registrado o agrupación musical nacional registrada, que contará en el evento con un espacio no menor a 30 minutos para ejecutar su propio repertorio, finalizando con una antelación no mayor a 1 hora del inicio de la actuación de aquel. En caso de incumplimiento de lo dispuesto, el productor de dicho evento deberá pagar una multa por un valor equivalente al 12% de la recaudación bruta de todos los conceptos que haya generado la actuación de dicho músico extranjero o agrupación musical extranjera.
4. La ley también mandata que debe de ser promocionado todo evento musical de artistas

nacionales en los medios audiovisuales que integren la Radio y la Televisión Argentina Sociedad del Estado. Esta cuota no deberá ser menor al cero con cinco por ciento (0,5%) mensual de la totalidad del tiempo de emisión en estos medios y deberá ser repartida proporcionalmente a lo largo de la programación.

Datos sobre su impacto:

En los diez años posteriores a la promulgación de la ley:

- > A través de las Convocatorias de Fomento se benefició a 9.575 entre grupos y solistas de todas las provincias.
- > Se creó el Banco de Música Nacional e Independiente que tenía para entonces cerca de 25 mil canciones disponibles.
- > Se creó el programa Unísono, que ha difundido la obra de alrededor de 1070 grupos y solistas.
- > Se promocionaron en el exterior más de 175 proyectos.
- > Se otorgaron más de 41 mil pasajes con descuento para actividades de promoción de los artistas.
- > Se realizó la primera edición del Festival de Arte Sonoro Indígena.

78



Ley sobre Fomento de la Música Chilena - N° 19.928/2004

Alcance territorial: Chile.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2004, reformada en 2020.

Objetivos:

Modificar la situación de desventaja que enfrentan los artistas chilenos en un contexto marcado por la influencia de música extranjera, facilitando así la difusión y reconocimiento de la música chilena dentro y fuera del país.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Promoción de la música nacional a través de diversas iniciativas como concursos y becas, la ley crea el Consejo de Fomento de la Música Nacional y el Fondo para el Fomento de la Música Nacional, manejados por el Ministerio de las Culturas. De este modo, a través de estos entes, mediante llamados a concursos públicos, se asignan los recursos del Fondo a los talentos musicales emergentes del país.
2. El patrimonio del Fondo estará integrado por los recursos que le sean otorgados anualmente por la Ley de Presupuestos de la Nación y por aportes, donaciones, herencias y/o legados.
3. Se crea el Premio a la Música Nacional “Presidente de la República”, que reconoce las contribuciones significativas en el ámbito musical
4. Establece una variedad de requisitos para la realización de conciertos y eventos musicales en el país.

Datos sobre su impacto:

- > La Dirección de Presupuestos (DIPRES) ha evaluado al Fondo como bien focalizado, con cobertura suficiente, ejecución presupuestaria dentro del rango, y cumpliendo del propósito, aunque sin una mejora significativa.
- > Un promedio del 30% de las empresas del sector reciben anualmente financiamiento, la mayoría de ellas entre las más grandes.



Festival Mundial de la Salsa

Alcance territorial: Colombia.

Institucionalidad: Actividad mixta.

Año de inicio: 1997.

Objetivos:

1. Posicionar a la ciudad de Cali como escenario recurrente de actividades culturales.
2. Maximizar el turismo cultural en Cali.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Se creó en el año 1997 y es organizado por la Secretaría de Cultura Distrital de Cali en colaboración con la Corporación de Eventos, Ferias y Espectáculos de Cali (Corfecali). Desde entonces se ha realizado anualmente y ha crecido significativamente convirtiéndose en uno de los eventos culturales más importantes de Colombia.

2. Entre las actividades de la programación de este Festival se encuentran: Talleres de baile y música; conversatorios con expertos en salsa y presentaciones de orquestas, escuelas de baile y ensambles infantiles; competencias de baile en diferentes categorías y con bailarines de todo el mundo; noches de gala y shows; museo Interactivo que muestra la historia de la salsa en Cali; exhibiciones de artes visuales, literatura, muralismo y muestras gastronómicas con comida típica caleña; encuentros de DJ y homenajes a figuras importantes de la salsa.

3. El festival es financiado por una combinación de patrocinadores privados, entidades gubernamentales y colaboraciones internacionales. Entre los patrocinadores se encuentran empresas locales y nacionales que apoyan la cultura y el turismo en Cali.

Datos sobre su impacto:

> Cada año, el festival moviliza a más de 2.600 artistas de diferentes partes del mundo, incluyendo países como Colombia, Venezuela, Ecuador, Panamá, Perú, Suiza, Francia y Argentina.

> El festival atrae a más de 100.000 personas tanto locales como internacionales, lo que convierte a Cali en un destino turístico cultural relevante en fechas cuando se realiza el Festival.

> El Festival Mundial de la Salsa tiene un impacto económico significativo en Cali. Se estima que el evento genera ingresos por millones de dólares a través del turismo, la venta de boletos, la promoción de negocios locales y la cobertura mediática internacional. Además, el festival ayuda a posicionar a Cali como un destino cultural de renombre mundial, atrayendo a visitantes y promoviendo el desarrollo económico de la región.

> En el marco de la edición 2024, se realizó la entrega de la resolución oficial mediante la cual el Complejo Musical-Dancística de la Salsa Caleña se inscribe en la lista representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial en el ámbito nacional.



Reggae Sumfest

Alcance territorial: Jamaica.

Institucionalidad: Actividad mixta.

Año de inicio: 1997.

Objetivos:

3. Potenciar el turismo cultural en Jamaica.
4. Proteger y perpetuar el cultivo del Reggae como elemento cultural identitario de Jamaica.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Es el festival de música más grande de Jamaica y el Caribe, celebrado anualmente en Montego Bay en el mes julio durante una semana. Estuvo organizado inicialmente por Summerfest Productions Limited, y desde 2016 lo organiza DownSound Entertainment Ltd.
2. Actualmente, cuenta con el apoyo de una diversidad de patrocinantes privados y con el apoyo del Ministerio de Turismo de Jamaica.
3. Su programación contempla: Actuaciones del escenario principal; noche de dancehall; noche de reggae; fiesta en la playa de Sumfest; fiestas previas al espectáculo y eventos callejeros; fiestas posteriores y shows de sistemas de sonido. Una de sus líneas de orientación actual es el fomento de un evento musical más ecológico.
4. Impulsan iniciativas como la reducción de residuos, la eficiencia energética y la participación de la comunidad, con la limpieza de playas, el coche compartido y el “lleva tus propias cosas” para consumir. El Turismo de los festivales como se le llama a toda la dinámica que movilizan este tipo de eventos es de gran impacto en la economía creativa de este país.

Datos sobre su impacto:

- > El festival atrae a más de 30.000 personas cada año, incluyendo visitantes de todo el mundo, y las estadísticas del festival de 2019 reportaron ganancias de hasta 10.000 USD para

Jamaica, por el turismo que promueve este evento y que beneficia a una amplia gama de sectores, incluyendo hoteles, taxis, restaurantes, comerciantes de artesanías y otros negocios locales.

> El reggae de Jamaica fue inscrito como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad en 2018 por la UNESCO, porque conserva intactas una serie de funciones sociales básicas de la música –vehículo de opiniones sociales, práctica catártica y devoción religiosa– y sigue siendo un medio de expresión cultural del conjunto de la población jamaicana. Esta acción cultural administrativa le dio aún más relevancia global a este evento.



Sistema Nacional de Orquestas de Venezuela Simón Bolívar

82 Alcance territorial: Venezuela.

Institucionalidad: Programa mixto.

Año de inicio: 1975.

Objetivos:

> Sistematizar la instrucción y la práctica colectiva e individual de la música a través de orquestas sinfónicas y coros, como instrumentos de organización social y de desarrollo humanístico.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Es una poderosa red de orquestas, coros, módulos, programas especiales, núcleos, escuelas de música y centros de lutería y fabricación de instrumentos musicales, con presencia en todos los municipios del país.
2. Recibe asignación desde la partida presupuestaria del Ministerio del Poder Popular para la Cultura y de la Presidencia de la República, pudiendo también recibir desde otros entes estatales.
3. Por vía Incentivo Fiscal, recibe donaciones de empresas privadas.
4. Tiene ingresos propios por contratación de sus orquestas.
5. Vía convenios con alcaldías, gobernaciones y con el gobierno nacional, sus núcleos funcio-

nan en inmuebles estatales para actividades culturales, sin tener que pagar por ello.

6. Con el aporte de Banca privada y pública nacionales, del Estado a través de varias instituciones, y de la Cooperación Internacional (BID y ONU), se construyó el Centro de Acción Social por la Música, diseñado para ser una gran universidad abierta a la enseñanza musical especializada. En su sede se ha comenzado a realizar el mayor intercambio educativo musical y artístico de América.

7. La enseñanza que ofrece este Sistema de Orquestas es totalmente gratuita, incluida la asignación de los instrumentos musicales.

Datos sobre su impacto:

> Significó un fenómeno artístico y de pedagogía musical dentro y fuera de Venezuela. Este modelo se ha replicado en más de 40 países de Europa, América, Asia, África y Oceanía.

> Más de 1.012.777 niños, niñas y adolescentes, en su mayoría provenientes de estratos sociales de bajos recursos económicos, están asimilados al estudio de la música, disfrutan del aprendizaje del arte, ejecutan repertorios de la música clásica y popular, y han sido incluidos a un sistema de formación personal y colectivo en el que se les inculcan valores sociales, morales y espirituales que son la razón fundamental del programa.

> Hasta el 2024 está integrada por 120 orquestas juveniles y 60 orquestas infantiles, con presencia en todos los estados del país. 22 de esas orquestas son de rango internacional, la mayoría Orquestas Sinfónicas, una Coral y las demás Sinfónicas en fusión con otros géneros. Varias han recibido reconocimientos, nominaciones y premios internacionales, incluidos los Premios Grammy.

> El Sistema fue la pieza clave para la presentación sinfónica a cielo abierto que le otorgó al país el Récord Guinness a la mayor orquesta de la historia (2021).



Ley Nacional de teatro y otras artes escénicas de Argentina – N° 24.800/1997

Alcance territorial: Argentina.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 1997.

Objetivos:

Promover la actividad teatral en el territorio argentino.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Su ente rector es el Instituto Nacional del Teatro (INT). La directiva está constituida por un representante por provincia que es electo por las compañías registradas de esa jurisdicción.

84 2. Tiene cinco fuentes de financiamiento: a) asignaciones presupuestarias provenientes del Estado, b) ingresos propios generados por actividades teatrales, c) rendimientos financieros de su patrimonio, d) una participación del 8% en los ingresos por explotación de servicios de radiodifusión, e) ingresos por la enajenación de bienes y servicios.

3. Asigna recursos todo el año en por concurso abierto para la realización de obras/muestras, festivales, becas, actividades comunitarias, recuperación de espacios. Por la vía de subsidios colabora con la sostenibilidad de compañías y salas teatrales.

Datos sobre su impacto:

> Esta ley ha permitido que el sector teatral tenga una buena base sobre la cual crecer.

> Desde la aplicación de la ley se pasó, en gran parte de las provincias, de una temporada de funciones solo en primavera, a tener funciones durante todo el año.

> Si bien antes de la aprobación de esta ley se contaba con el Fondo Nacional de las Artes (1958), tener un Instituto Nacional de Teatro ha implicado una política e institucionalidad específicas, que va desde modelos estándar para notas de prensa hasta convenios marco de cooperación, pasando por publicaciones y el financiamiento a proyectos teatrales y salas.



Ley de Fomento a las Artes Escénicas - N° 21.175/2019

Alcance territorial: Chile.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2019.

Objetivos:

- > Desarrollar las artes escénicas nacionales mediante la promoción de autores, directores, intérpretes, ejecutantes, compañías e investigadores.
- > Facilitar el acceso de la ciudadanía a las manifestaciones escénicas del repertorio nacional y universal.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Según esta ley el término “artes escénicas” hace referencia al teatro, la danza, la ópera, el circo, los títeres y la narración oral, así como todas las combinaciones posibles entre estas disciplinas.
2. Esto se hará mediante el fomento de la cooperación y los acuerdos de coproducción con otros países con el objetivo de introducir las obras nacionales en el panorama internacional.
3. También a través de la capacitación profesional y técnica que se expresará en la financiación de becas, pasantías, tutorías o residencias, en los diversos ámbitos de las artes escénicas y la educación artística en todo el territorio nacional.
4. Crea el Consejo Nacional de las Artes Escénicas y el Fondo Nacional de Fomento y Desarrollo de las Artes Escénicas, destinado al financiamiento parcial o total de estos programas, proyectos y acciones de conservación de las artes escénicas del país. Este fondo recibe recursos del presupuesto nacional, la cooperación internacional y los aportes o donaciones de carácter privado.
5. Para reconocer el trabajo de los artistas escénicos por su excelencia, creatividad o trayec-

toria, también crea el Premio a las Artes Escénicas “Presidente de la República”, que incluye un aporte a sus ganadores de 200 unidades tributarias al mes.

Datos sobre su impacto:

- En el año 2022, el Consejo Nacional de Artes Escénicas ejecutó del Fondo una cantidad en moneda nacional de 4.218.688.000, y en el año 2023 fue de 4.013.000.000, montos que fueron destinados a becas, programas formativos, creación escénica, creación y producción de montajes escénicos, producción escénica, circulación nacional, apoyo a la programación de espacios escénicos, equipamiento y adecuación de espacios escénicos, festivales y encuentros, difusión digital, fomento a la economía creativa, e investigación.



86 Festival Internacional Cervantino (FIC)

Alcance territorial: México.

Institucionalidad: Actividad mixta.

Año de inicio: 1972.

Objetivos:

1. Acercar a los diferentes públicos expresiones artísticas para ayudar a la construcción de una sociedad más plena, con pluralidad y empatía.
2. Construir un espacio de difusión que impulse la creación nacional abriendo los escenarios cervantinos a los artistas mexicanos, procurando la distribución de la riqueza cultural.
3. Trabajar para crear nuevos públicos a través de una programación diversa y cercana a los distintos intereses y mostrar que el arte sí importa.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. El festival estructura una nutrida oferta cultural que, en su última edición, tuvo una duración de 17 días.

2. Es organizado por la Secretaría de Cultura de México, en colaboración con el Gobierno del Estado de Guanajuato, la Presidencia Municipal y la Universidad de Guanajuato. También cuenta con el apoyo de patrocinadores privados como Telmex, Televisa y Microsoft, entre otros.
3. La ciudad de Guanajuato es reconocida como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, y reconocida como una de las capitales más bellas de México. El Festival toma la ciudad y la mayoría de sus espectáculos son en espacios exteriores, en escenarios callejeros que tienen lugar en las plazas públicas, así que la oferta gratuita es amplia, aunque también se realizan en teatros y otros lugares cerrados.
4. FIC Social es la iniciativa que desarrolla distintos programas: *Más Allá de Guanajuato*, un proyecto que acerca el festival a diferentes localidades del país a través de proyecciones de espectáculos cervantinos; también está *Proyecto Ruelas*, el cual tiene casi una década trabajando en comunidades vulnerables de Guanajuato para reconstruir el tejido social a través del teatro.

87

Datos sobre su impacto:

- > En la edición 2024 se contó con más de 3 mil doscientos artistas de 24 países, programamos 133 funciones de artes escénicas, 35 exposiciones de artes visuales, 49 actividades académicas, un montaje teatral virtual, una actividad deportiva, un concierto muestra, 6 ciclos de cine con 50 funciones y una proyección de videos con premiación.
- > Se recaudaron 11.4 millones de pesos (USD 560.000) en taquillas y se generó una ganancia económica de 12.250.000 dólares estadounidenses.
- > Impulsó y consolidó la plataforma Platea, principal instancia del mercado de las artes escénicas en Chile, donde participan programadores de festivales teatrales. Al encuentro que realizan en el marco del festival asisten más de 150 programadores cada año, provenientes de más de 30 países. Se exhiben alrededor de 40 obras latinoamericanas. Participan más de 300 artistas de toda Latinoamérica.



Festival Internacional Teatro a Mil

Alcance territorial: Chile.

Institucionalidad: Actividad mixta.

Año de inicio: 1997.

Objetivos:

1. Promover las artes escénicas y dar vida al teatro durante el verano en Santiago de Chile.
2. Fortalecer las artes escénicas en Chile desde la visión del teatro comunitario y como instancia de intercambio nacional e internacional y visualizarlas tanto en Chile como el mundo
3. Recuperar el espacio público para los ciudadanos y mejorar el acceso a la cultura.

88

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. En 2006 empezaría a llamarse Festival Internacional Santiago a Mil, con el propósito de abrirlo a múltiples disciplinas artísticas, no solamente al teatro, e identificarlo con la capital del país.
2. Apuesta a la democratización del teatro, por ello incorpora la presentación de obras en espacios públicos y de libre acceso. El Festival ocurre al aire libre, en las plazas, en las calles, en el centro, en las comunas más alejadas, en hospitales, antiguos palacios, tejados de fábricas abandonadas, así como en los teatros más reputados de las capitales regionales. Ahora también en formatos digitales.
3. Es organizado por la Fundación Teatro a mil y cuenta con diversos patrocinadores y colaboradores, incluyendo entidades públicas y privadas, así como apoyo de organizaciones culturales, empresas y organismos internacionales que apoyan el desarrollo de las artes escénicas en Chile y la región latinoamericana
4. Desde 2012 implementó el “abono en blanco”, un mecanismo que permite comprar entradas a mitad de precio, antes de que se dé a conocer la programación. Además, se incorporaron descuentos especiales para la tercera edad, estudiantes y personas pertenecientes al rubro de las artes escénicas. Ese año se anunció también la inauguración de la Boletería Teatral, el primer punto de venta e información en

Chile dedicado por entero a las artes escénicas.

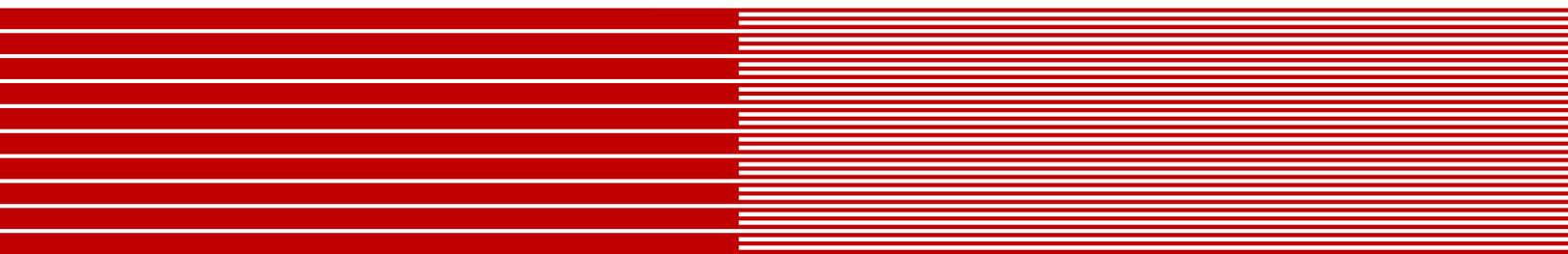
5. En 2010 impulsa el programa LAB Escénico para generar el encuentro, el diálogo y la participación de los públicos. Se le dio mayor atención al trabajo con niños, niñas y adolescentes, y con las personas mayores.

Datos sobre su impacto:

> Desde su creación, el festival ha congregado a cerca de 11 millones de espectadores provenientes de diversas partes del mundo. Cada edición del festival atrae a una gran cantidad de público, tanto local como internacional. El Festival pasó de presentar 5 obras en 1997 a 100 obras en 2024.

> La Fundación Teatro a Mil desarrolló una línea de formación para públicos y artistas, y formó un catálogo de obras chilenas e internacionales. Con el programa de internacionalización del Teatro Chileno ha realizado 147 co-producciones en 21 años, con más de 20 países, con las que ha circulado por el país y el mundo.

>c Impulsó y consolidó la plataforma Platea, principal instancia del mercado de las artes escénicas en Chile, donde participan programadores de festivales teatrales. Al encuentro que realizan en el marco del festival asisten más de 150 programadores cada año, provenientes de más de 30 países. Se exhiben alrededor de 40 obras latinoamericanas. Participan más de 300 artistas de toda Latinoamérica.



Patrimonio

Listado de Bienes Culturales / Turismo Cultural





Ley sobre Monumentos Nacionales - N° 17.288/1970

Alcance territorial: Chile.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 1970, reformada en 2005.

Objetivos:

Resguardar, conservar y valorar el patrimonio cultural, histórico y arquitectónico de Chile, que incluye sitios, ruinas, construcciones y objetos de interés nacional.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Crea el Consejo de Monumentos Nacionales, organismo técnico que depende directamente del Ministerio de las Culturas, y que se encarga de la elaboración de proyectos o normas de restauración, reparación, conservación y señalización de monumentos. También forma parte de sus atribuciones organizar exposiciones como medio de difusión cultural del patrimonio histórico, artístico y científico del país.
2. De acuerdo con la ley, el funcionamiento del Consejo de Monumentos Nacionales dependerá de los recursos que perciba del presupuesto nacional, así como también de las sumas recogidas en multas por infracciones a la ley.

Datos sobre su impacto:

- > Tras más de 50 años de aplicación de esta ley se extendió el universo de bienes protegidos, se incorporaron categorías como los Santuarios de la Naturaleza; las Zonas Típicas y Pintorescas y los Monumentos Arqueológicos, y se introdujeron normas de autorización de canjes y préstamos entre museos.
- > Han quedado bajo protección estatal cientos de sitios, construcciones históricas, piezas arqueológicas, colecciones de museos, obras de arte y otros tantos bienes culturales.
- > Se sumaron diversos tipos de Monumentos Nacionales que en el pasado no se habrían considerado, como poblados completos, cementerios, infraestructura industrial.



Ley General de Protección al Patrimonio Cultural y al Patrimonio Natural - N° 155/2022

Alcance territorial: Cuba.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2022.

Objetivos:

Regular la protección del patrimonio cultural y natural de la nación por medio de actividades desarrolladas por personas naturales y jurídicas.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

Establece

94

1. La procura de importación y exportación de bienes culturales.
2. La participación de la comunidad en la protección del patrimonio lo que incluye el fomento de la educación ciudadana,
3. Las nominaciones internacionales en el ámbito de los acuerdos y convenciones relacionados con la protección al patrimonio cultural y natural.
4. El desarrollo sostenible con énfasis en que la protección del patrimonio no puede comprometer la insatisfacción de necesidades y derechos de las generaciones futuras.
5. Como institución gestora esta ley crea el Consejo Nacional de Patrimonio Cultural.

Datos sobre su impacto:

En el Informe de Gestión el año 2023:

- > El Consejo indicó la reapertura de 16 museos distribuidos en varias provincias.
- > La recuperación de cinco monumentos amenazados.
- > 17 nuevas rutas patrimoniales, 30 concursos relacionados con comunidades y personalidades de la historia local.

- > La implementación de nuevas visitas virtuales a los museos.
- > La publicación de libros, la participación en eventos internacionales.
- > La postulación ante la UNESCO del ritmo musical Son para que sea declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad; y junto con México lo propio respecto del musical Bolero.



Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación - N.º 28.296/2006

Alcance territorial: Perú.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 2006.

Objetivos:

Establecer políticas nacionales para la defensa, protección, promoción, propiedad, régimen legal y destino de los bienes que constituyen el Patrimonio Cultural de la Nación.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Esta ley fue modificada parcialmente a través de la Ley N.º 31.770 en 2023, para ampliar el alcance de la definición Patrimonio Cultural de la Nación (PCN).
2. También se incorporó la posibilidad de gestión compartida de bienes del PCN con entidades públicas, privadas o mixtas, excepto por los especímenes de interés paleontológico y los sitios inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO.
3. Los mecanismos contemplados en esta ley para su ejecución incluyen un régimen de protección al PCN que abarca la identificación, registro, investigación, conservación, restauración, preservación, puesta en valor, promoción y difusión de bienes muebles, así como su restitución y repatriación cuando se encuentren ilegalmente fuera del país. Para los bienes inmateriales, se contempla su identificación, documentación, registro, investigación, preservación, promoción, valorización, transmisión y revitalización.
4. Los recursos para la protección del PCN provendrán de diversas fuentes, como la coope-

ración internacional, asignaciones del Tesoro Público, recursos directamente recaudados por los organismos competentes, donaciones y legados. En caso de exhibición en el extranjero, se obtendrán a partir de un porcentaje definido por el reglamento de la ley.

Datos sobre su impacto:

El PCN tiene un rol central en la economía del país al ser el principal atractivo para el turismo extranjero. Trece lugares de Perú forman parte de la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO. Los diez destinos más visitados son museos, sitios arqueológicos y áreas naturales de interés cultural, liderando la lista el Santuario Histórico de Machu Picchu en Cusco. Entre los años 2005 y 2023 el Estado ha invertido 621,4 millones de dólares estadounidenses en actividades y proyectos turísticos, y entre 2018 y 2023 el país estuvo entre los cuatro países de América Latina y el Caribe con más anuncios de inversión extranjera directa en proyectos nuevos del sector turístico. La publicación de libros, la participación en eventos internacionales.

96



Ley Especial de Protección al Patrimonio de El Salvador - N° 513/1993

Alcance territorial: El Salvador.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 1993.

Objetivos:

Regular el rescate, la investigación, conservación, protección, promoción, desarrollo, difusión y valoración del patrimonio cultural salvadoreño.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

Esta ley contempla tres formas de incentivos fiscales para fomentar y conservar el patrimonio:

1. Los bienes del Tesoro Cultural Salvadoreño están libres de impuestos, lo que incentiva la inversión directa de los poseedores privados para conservarla.

2. Los propietarios pueden deducir sus gastos de los ingresos brutos, lo que reduce la carga fiscal del poseedor.
3. Los propietarios pueden pagar parcial o totalmente sus obligaciones fiscales con bienes culturales, siempre que sean valorados previamente, todo ello con el objetivo de incrementar el tesoro cultural salvadoreño.

Datos sobre su impacto:

El programa de modernización del Sistema Nacional de Bibliotecas y la construcción de nueva infraestructura para la Biblioteca Nacional de El Salvador, son muestra de su aplicación.



Ley para la Protección del Patrimonio Cultural de la Nación - N° 220/1997

Alcance territorial: Honduras.

Institucionalidad: Ley vigente.

Año de inicio: 1997.

Objetivos:

Garantizar la defensa, conservación, incremento y fortalecimiento del patrimonio cultural de Honduras. Esta ley establece un marco legal para la protección de bienes muebles e inmuebles de valor histórico, artístico y cultural, amenazados por actividades humanas.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

- 98
1. Entre sus principales disposiciones se encuentran la declaratoria de monumentos nacionales y la creación de medidas para la protección y conservación.
 2. Esta ley establece que el Instituto Hondureño de Antropología e Historia (IHAH) y la Secretaría de Cultura, Artes y Deportes son los entes rectores en esta materia, con la responsabilidad del primero en actualizar el Registro Nacional de Bienes Culturales, y de intervenir cuando un bien requiera de restauración; mantenimiento o cualquier otra medida de protección en función de una situación de deterioro o semidestrucción. Esto también aplica a bienes que se consideren de interés público y/o estratégicos, aunque estén en posesión de particulares. El IHAH también tiene a su cargo el resguardo de toda actividad en las Zonas Arqueológicas.
 3. Los recursos para la ejecución de esta ley vendrán de la partida presupuestaria de la Secretaría de Cultura, Artes y Deportes, y de la cuenta patrimonio del IHAH, esta última destino de todas las multas pagadas por infracción de esta ley. Como incentivo fiscal esta ley mandata que, previa autorización del IHAH, las inversiones realizadas para el rescate, restauración y demás medidas de protección de bienes inmuebles considerados monumentos nacionales, serán sumas deducibles del monto según el cual se calculará el Impuesto Sobre la Renta.

Datos sobre su impacto:

- > La relevancia de esta ley, en primera instancia, es la consolidación del diseño de una política cultural patrimonial en un país que tiene una historia centenaria de saqueos y destrucción de sus bienes culturales, la inmensa mayoría herencia de la civilización Maya.
- > Actualmente hay un enfoque de salvaguarda del patrimonio cultural que rige la planificación e inversión nacional, extranjera y de cooperación internacional en el sector turismo.



Centro Regional para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina (CRESPIAL) - UNESCO

Alcance territorial:

Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Ecuador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

Institucionalidad: Cooperación internacional.

Año de inicio: 2006.

Objetivos:

Promover la cooperación internacional entre 19 países de América Latina para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial (PCI), contribuyendo así al desarrollo sostenible y la gobernanza cultural, a partir del reconocimiento de las prácticas, saberes, usos y significados culturales de los pueblos.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. El fortalecimiento de capacidades de las comunidades como gestora de su patrimonio, a través de procesos formativos en la salvaguardia del PCI, y en la creación de oportunidades de empleo y desarrollo económico en esta área.

2. La ejecución de proyectos multinacionales o regionales para generar integración entre países miembros mediante intercambio, articulación de inventarios, metodologías, experiencias exitosas y producción conjunta, y a su vez una incidencia en políticas públicas y gobernanza cultural que reconozcan el protagonismo social comunitario.

3. La promoción y sensibilización sobre Patrimonio Cultural Inmaterial, con la creación de bancos de registros, acceso a fondos concursables para iniciativas sociales y premios anuales a las mejores experiencias en América Latina y con una red de noticias y una línea de fomento a las publicaciones.

Datos sobre su impacto:

> De los proyectos finalizados y exitosos se encuentran la salvaguardia del PCI de comunidades aimaras, guaraní y afrodescendientes, proyectos que preservan lenguas, cosmovisiones y tradiciones como patrimonio cultural, y también fomentan la creación de productos y servicios culturales que pueden ser comercializados, generando ingresos y empleos dentro de estas comunidades.

> De igual manera se crearon plataformas informáticas y de actualización en nuevas tecnologías para la formación y difusión de contenidos y experiencias de salvaguardia del PCI, y se han realizado estudios para orientar a los gobiernos a implementar políticas culturales efectivas en este ámbito. Una de las orientaciones centrales del enfoque que plantea Crespial es que los resultados de las políticas de salvaguardia de PCI deben ser medibles a través de indicadores a mediano y largo plazo.

> Uno de los resultados de más impacto producido por Crespial es el impulso que ha producido en los países miembros para crear sus inventarios y contribuir con el registro de Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina y el Caribe de la UNESCO que contempla 99 elementos en 31 países.



Sistema Vial Andino Qhapaq Ñan

Alcance territorial: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú.

Institucionalidad: Cooperación internacional.

Año de inicio: 2014.

Objetivos:

Proyecto de apoyo para convertir Qhapaq Ñan, antigua red vial prehispánica, en una red de intercambio, integración, comunicación y producción para que el patrimonio cobre vida y se proyecte en una red vial que conecte paisajes con sitios arqueológicos y modos de vida tradicionales desde la cosmovisión andina. Qhapaq Ñan tiene una extensión de 30.000km., y en el año 2014 se convirtió en Patrimonio Mundial de la UNESCO.

101

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. El proyecto del Sistema Vial Qhapaq Ñan se hizo posible, principalmente, con el financiamiento del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), CODESPA y la Agencia Italiana para la Cooperación al Desarrollo, y el apoyo de los gobiernos de Perú y Ecuador. También contó con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el respaldo de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).
2. En este proceso fue muy eficiente la designación de “puntos focales” permanentes que representaran a cada Estado Parte miembro del Qhapaq Ñan. Luego, Perú creó la ley especial de financiamiento nacional del programa Qhapaq Ñan, y conformó un personal especializado para la investigación y registro de caminos del sistema vial, desarrollando significativos avances metodológicos que fueron compartidos con los otros equipos técnicos internacionales. Actualmente, es el país con una política específica orientada a este programa.
3. El programa contempla impulsar y fortalecer investigaciones arqueológicas para el estudio y la producción de conocimientos mancomunados entre los países miembros que permitan

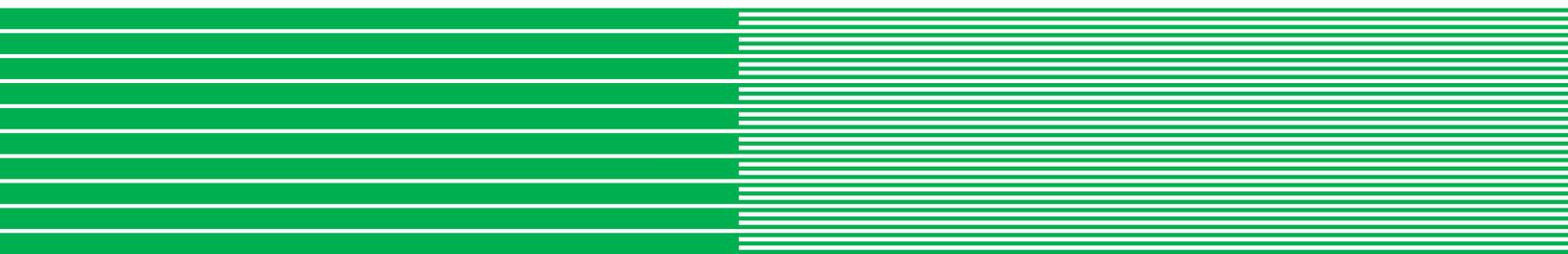
la valorización histórica y patrimonial de los caminos del Tawantinsuyu (caminos incaicos). De igual manera, se plantea robustecer y visibilizar los aspectos inmateriales, actividades productivas locales y expresiones culturales de las comunidades que participan en el itinerario de la ruta (por ejemplo, técnicas agrícolas, saber textil, etc.). Todo ello de cara a consolidar las identidades locales y diversas constituyentes del sistema vial.

Datos sobre su impacto:

> Uno de los aspectos más destacados e innovadores del proyecto ha sido el trabajo con las comunidades y su participación en la definición de las áreas de cada tramo de la ruta.

> Fortalecimiento de emprendimientos de turismo patrimonial y comunitario, en al menos 20 comunidades a lo largo del Qhapaq Ñan; la capacitación y desarrollo de habilidades en comunidades involucradas mediante el uso de la metodología MAD (Método Asistido y Autodidacta a Distancia), específicamente con 90 personas formadas; la promoción del desarrollo sostenible, con la creación de trabajos dignos y la reducción de la pobreza a partir del turismo patrimonial; la realización del Primer Encuentro de Manifestaciones Culturales Ancestrales de las comunidades conectadas al *Qhapaq Ñan* - Subtramo Achupallas - Ingapirca.

> “El Qhapaq Ñan se mantiene hoy en día como un modelo de cooperación cultural. Desde que se lanzó la iniciativa de su inscripción como Patrimonio Mundial hace más de 15 años, seis países de América Latina se han esforzado en velar por la conservación sostenible de este bien en beneficio de las generaciones futuras. Al hacerlo, han adoptado un enfoque centrado no solo en la protección de los sitios naturales y arqueológicos, sino también en las prácticas y costumbres de las comunidades locales” (Audrey Azoulay, Directora General de la UNESCO).



Mercados

Plataformas de intercambios nacionales y regionales





Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA)

Alcance territorial: Argentina / Regional

Institucionalidad: Programa público.

Año de inicio: 2011.

Objetivos:

Objetivos:

1. Potenciar la producción y visibilizar las industrias culturales.
2. Generar empleos de calidad y promover la comercialización de productos y servicios.
3. Fortalecer los sectores de las industrias culturales argentinas a nivel nacional e internacional.

107

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Es la plataforma pública de mercado cultural que aborda tres dimensiones fundamentales de la cadena productiva: comercialización, capacitación y difusión
2. Reúne emprendedores de 15 sectores de las industrias creativas: artes visuales, audiovisual, circo, danza, diseño, editorial, folklore, gastronomía, Hip Hop, infancias, música, música académica, tango, teatro y videojuegos.
3. En su programación contempla: rondas de negocios, capacitaciones, charlas y conferencias, y muestras en vivo de música y artes escénicas. También creó la Red Mica para el registro y fortalecimiento de mercados, ferias y festivales de todo el país, conectándolos en una red de intercambio y trabajo asociativo.
4. El MICA recibe recursos principalmente del Gobierno Nacional de Argentina. En particular, del Ministerio de Cultura y las Artes. Además, también busca financiamiento a través de alianzas y colaboraciones con el sector privado y donaciones. En 2023 recibió una inversión significativa de aproximadamente 34. 500 dólares estadounidenses.

Datos sobre su impacto:

> En 2023 recibió a unas 50.000 personas, con participación de más de 200 compradores y compradoras internacionales de 27 países de todo el mundo y de todos países del Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay) y realizó 15.000 rondas de negocios, según datos del Ministerio de Cultura de Argentina.

> Los datos de la edición 2019 reportaron la participación de 3.500 personas, 4.500 rondas de negocios, lo que nos indica que en cuatro años tuvo un crecimiento de participación en 1.400%

> En sus 13 ediciones el MICA ha fortalecido la producción cultural de los distintos sectores creativos, tanto de la Argentina, como de otros países del continente y ha promovido otros mercados como el MICSUR y el Mercado de Industrias Culturales de Chile y Uruguay.

108



Mercado de las Industrias Culturales del Sur (MICSUR)

Alcance territorial: Regional.

Institucionalidad: Cooperación internacional / MERCOSUR.

Año de inicio: 2014.

Objetivos:

1. Conocer, difundir, promocionar, circular y comercializar bienes y servicios generados por las industrias culturales y creativas de América del Sur.
2. Fortalecer los lazos existentes que vinculan al ecosistema cultural de toda la región.
3. Generar redes y asociatividades entre los agentes culturales del Mercosur.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Para el 2024 está conformado por 9 países de Sudamérica: Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Uruguay, Perú y Paraguay.
2. Trabaja con los siguientes sectores de la industria cultural: artes Escénicas, audiovisual, diseño, editorial, música, animación y videojuegos, artes visuales, artesanía y arquitectura.

3. En sus encuentros anuales, en formato de ferias, desarrolla mesas de negocios, stands, showcases, desfiles y seminarios, y cuenta con la participación de delegaciones de compradores y vendedores del sector, incluidos compradores extra-regionales.

Datos sobre su impacto:

> En la edición de 2022: 3.100 acreditados, 9.700 reuniones de negocios, 1.200 productores, conferenciantes y funcionarios; 80 mesas redondas, conferencias y talleres animaron el presente y el futuro de las industrias culturales.

> El programa “Exporta fácil” propuesta en la primera edición de 2014 se implementó en Argentina como programa para reducir los trámites aduaneros y facilitar la exportación de productos culturales por parte de las pequeñas y medianas empresas, permite a los exportadores realizar trámites aduaneros de manera más rápida y eficiente, reduciendo costos y tiempos de espera.

> En el marco de MICSUR 2024, se lanzó la Red Iberoamericana de Universidades Creativas donde participan instituciones como el Centro de Innovación Anacleto Angelini y el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile, como esfuerzos para unificar el trabajo académico orientador a fortalecer el ecosistema creativo de la región.

109



Circulart

Alcance territorial: Regional

Institucionalidad: Cooperación internacional.

Año de inicio: 2010.

Objetivos:

1. Promover el encuentro entre actores de la industria musical y promover e internacionalizar sus producciones.

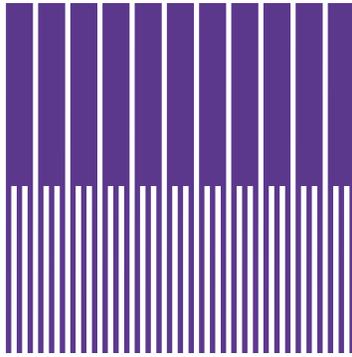
2. Establecer un diálogo sobre el desarrollo de la industrias creativas.
3. Articular la producción musical con los modelos de negocios para fortalecer la cadena de producción.

Mecanismos y fuentes de los recursos:

1. Es una plataforma cultural cuyo modelo de encuentro vivencial anual se desarrolla a través de tres (3) componentes: zona de negocios, zona de conversaciones y zona de muestras artísticas.
2. En estos distintos espacios participan artistas, productores, empresarios, agencias de distribución y representación, académicos, creadores de la música, emprendedores, sellos disqueros y múltiples organizaciones que trabajan en la convergencia de la cultura y los negocios
3. La zona de negocios de Circularart es gestionada a través de una plataforma digital donde artistas, agrupaciones y agencias seleccionadas a partir de convocatoria, se encuentran en el mundo digital para luego reunirse cara a cara en Circularart.
4. La selección de los artistas se realiza por Convocatoria Pública, a la que se accede vía digital.
5. Circulararte se caracteriza por fomentar el trabajo de gestión cultural a través de redes de colaboración como base indispensable para la sostenibilidad.
6. El Festival es organizado por la Red de Productores Culturales Latinoamericanos (RedLat) y sus recursos provienen de patrocinadores privados, organizaciones internacionales como Fundación Rockefeller, Fundación Ford, Arts Internacional, Doris Duke Foundation, de los gobiernos de Colombia -muy en particular de la Alcaldía de Medellín-, México, Brasil, Argentina y España, y colaboraciones con diversas organizaciones culturales. Además, el festival cuenta con ingresos generados por la venta de entradas y participación de artistas y empresas en el mercado de música y artes escénicas

Datos sobre su impacto:

- > En la edición de 2024 se realizaron 2.010 encuentros de negocios, participaron 28 conferencistas en la zona de conversaciones, 14 de ellos internacionales, con 2.022 participantes y asistieron 13.127 personas en el festival showcase, una modalidad que se habilitó con el pasar de los años.
- > Impulsó la creación de Circulart Artes Escénica que este 2024 celebró su segunda edición con 25 programadores de diferentes regiones de Colombia y países iberoamericanos, directores de teatros públicos y salas de teatro, con las diversas agrupaciones de artes escénicas de España, Ecuador, México, Argentina, Brasil y Chile.
- > La influencia de Circulart le ha llevado a crear y organizar otros espacios similares en otros países, como el Mercado de las Artes Performativas del Atlántico Sur denominado “Mapas”, primer mercado profesional para el encuentro entre los creadores de artes escénicas en vivo –música, teatro, danza, circo y artes de calle– de Latinoamérica, África y sur de Europa y los responsables de programación –de teatros, espacios culturales, festivales y otros eventos– venidos de todo el mundo.
- > Circulart ha firmado convenios con más de 40 organismos públicos culturales y económicos de una mayoría de países iberoamericanos, entre ellos: Colombia, Brasil, Argentina, México, Costa Rica y España.



Conclusiones

Una vez relevadas las que consideramos una muestra de buenas prácticas representativas del estado de la cuestión cultural en América Latina y El Caribe, y evaluar sus mecanismos de financiamiento y especialmente el impacto de su ejecución, pudimos reconocer dos puntos clave: 1) la necesidad de comenzar y profundizar estudios acerca del tema, que aporten datos y análisis que, a su vez, sirvan de insumo para nuevos y mejores programas de fomento y desarrollo en materia cultural y 2) la constatación de que para concretar las potencialidades del sector cultural en la región se deben fortalecer los mecanismos de intercambio, reconocimiento mutuo, integración y convergencia regional.

En este sentido, proyectamos un punteo general de apreciaciones útiles para próximos abordajes de la materia:

113

> Se debe evaluar el desempeño de una práctica siempre en relación al entramado del que hace parte:

- o Económico: que haya capacidad de consumo por encima del nivel de pobreza.
- o Social: disposición de actores a emprender o crecer.
- o Político: posibilidades de avanzar con políticas completas o necesidad de apalancar con acciones puntuales hasta alcanzar una política robusta.

> Todas las prácticas funcionan de manera interrelacionada, nunca aislada. En el caso de las políticas públicas éstas deben responder a:

1. El ecosistema de leyes y/o programas para el desarrollo de un mismo sector. Esto ocurre principalmente cuando el abordaje se da gradualmente, mediante experiencias puntuales que en la medida que impactan favorablemente al conjunto de actores involucrados construyen la red que las soporta y empuja, lo que eventualmente deriva en una política pública robusta para el sector.

2. El plan de gobierno: la interconexión directa e indirecta con todas las acciones que los gobiernos locales, nacionales y regionales desarrollan.

3. La situación económica del país y región. Se dificulta el crecimiento económico de las industrias culturales y creativas si su mercado está afectado por la disminución de la capacidad de consumo de la población.

> Se identifica interés en todos los países de la región por el abordaje del tema cultural desde el enfoque de las economías culturales-creativas, confirmándose la hipótesis de que actualmente la región atraviesa un cambio de paradigma en cuanto al rol de las Industrias Culturales y Creativas. En este sentido, el rol de los organismos multiestatales es fundamental en tanto: tienen el mandato y la capacidad de fomentar condiciones de apertura para investigaciones, observatorios e incluso programas mixtos de coordinación internacional para apalancar programas en áreas específicas que se quieran fortalecer, por ejemplo, el patrimonio indígena y las artesanías; o programas de amplio alcance que interconecten regiones o subregiones, por ejemplo, un Observatorio de buenas prácticas o corredores de turismo cultural.

Recomendaciones

1- Garantizar la inversión mediante la creación y optimización de fondos generales y por sector.

Los Fondos de inversión en cultura y/o disciplinas artísticas son la figura por excelencia que han aplicado los Estados desde finales del siglo XX para financiar o cofinanciar a las industrias culturales y creativas emergentes, teniendo gran impacto. En rasgos generales hay tres tipos: los que se crean con parte del presupuesto público y/o con el aporte de organismos de cooperación internacional, los que se crean por incentivos tributarios a grandes empresas, y los que se alimentan por deducción fiscal a la ciudadanía y pequeñas y medianas empresas.

Los fondos por sector aseguran una inversión directa, lo que permite una mejor planificación. Además, crean una institucionalidad que organiza la política pública de atención específica, con estímulo permanente; comunicación directa con las industrias culturales-creativas del área; y seguimiento cercano de ambas partes para optimizar el uso del dinero disponible. Ejemplos de esto es la política de fomento cinematográfico en Argentina que se ejecuta a través del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

Por su parte, los Fondos generales permiten cubrir necesidades de actores emergentes del circuito cultural/creativo y permiten experimentar con nuevas formas de implementación, pudiendo descentralizar la ejecución de los recursos o compensar fondos entre sí cuando alguno falle. Tal es el caso de Brasil con fondos generales de diferente origen estipulados en la Ley Rouanet (presupuesto estatal, capital privado y deducción tributaria a la ciudadanía y las empresas) que ha permitido sostener la inversión en proyectos culturales-creativos.

2- Generación de datos para medir el impacto de los fondos y tener un diagnóstico permanente.

Para tener certeza sobre la situación nacional y regional es indispensable el dato en cifras. Se recomienda la elaboración por parte de cada país de un Informe Anual con data que permita diagnosticar y evaluar el impacto de determinada(s) práctica(s), contrastando el antes y después de su aplicación.

Por ejemplo, el sector Libro es de los que mayor información ofrece, aunque no toda la que se necesita. Sería ideal saber la cantidad de editoriales en funcionamiento, los títulos que cada una publicó en el año y el número de ejemplares que vendieron, la ubicación de las librerías en que fueron comprados, las librerías digitales en las que fueron adquiridos, la cantidad de autores noveles y el número de obras premiadas.

Junto con el sector Libro, Cine es de los que mayor data publica, con información sobre la cantidad de películas estrenadas, premiadas, su taquilla, casas productoras y equipo de trabajo. Sin embargo, no ocurre igual con los demás audiovisuales, sean reproducidos en TV abierta o en plataformas digitales. El tercer sector que también ofrece información es Videojuegos, pero a nivel global, con reportes anuales sobre la cantidad de compras/descargas, premiaciones y el dinero recaudado por ventas.

116

En un segundo peldaño están las Artes Escénicas y Musicales, con menor información y más dispersa. Resulta fundamental conocer cuántos espectáculos hubo en cada país, en qué locaciones, si los artistas eran nacionales o internacionales; emergentes o consagrados, el estimado de inversión en equipos técnicos y escenografía, la cantidad de reproducciones del show en las plataformas digitales, la cantidad de compañías activas y, por supuesto, la taquilla.

En Centros de Formación lo óptimo sería conocer la cantidad anual de egresados en cada una de las disciplinas artísticas/creativas y en la medida de lo posible algún elemento que dé cuenta de su inserción laboral. También es importante la referencia sobre la oferta académica, en cantidad, pero especialmente en cualidad (nivel de escolarización, duración). Sobre la Artesanía es relevante la cifra económica, la ubicación geográfica de los principales centros de venta, alguna descripción de la forma de producción (individual, familiar, comunitario, cooperativo) y un registro con los datos de quienes han sido premiados.

Del Turismo Patrimonial la información disponible es la del turismo convencional (hospedaje, gastronomía), faltando datos propios de la actividad cultural como la situación de los entes organizadores (cuáles han recibido apoyo económico y bajo qué figura). Y para los Sitios de Interés Cultural (Museos, Librerías, Bibliotecas, Galerías), es fundamental una actualización anual sobre el uso

que tuvieron (cantidad de asistentes/visitantes), su nivel de deterioro y el dinero invertido en su restauración y/o mantenimiento, (especificando si fue de origen estatal, privado y/o un porcentaje de la taquilla).

3- *Estimular los mercados mediante la generación de condiciones base para el consumo cultural.*

Si bien los fondos garantizan la oferta cultural, la condición base es la capacidad para consumir. Esta capacidad está determinada por la accesibilidad en cuanto a capacidad de compra, pero también por la posibilidad de apreciar y valorar el bien cultural. Los planes de *Alfabetización* y de *Promoción de la Lectura* son fundamentales. Una persona que no lee no compra libros, ni prensa, ni navegará por la web para informarse de alguna obra de teatro o la presentación de una orquesta. Asimismo, es necesaria una adecuada y persistente *Promoción cultural*, con la difusión de la cartelera o los catálogos, pero también por la crítica especializada que alimenta el criterio de las audiencias para apreciar y por tanto consumir bienes y servicios culturales/creativos.

Otra buena práctica es la *Subvención del costo de consumo*. Esta Subvención puede ser *directa*, asumiendo el Estado o un ente privado un porcentaje del costo de la entrada. Un ejemplo son el descuento del 50% a estudiantes, mayores de 60 años y menores de 10 años a funciones de cine o espectáculos escénicos o musicales, generalmente de ofertas culturales novedosas o no tan comerciales. O los precios accesibles permanentes en los Centros Culturales y Museos.

También está la *Subvención indirecta*, con financiamiento de uno, varios o todos los servicios requeridos para la exhibición cultural. Por ejemplo, en gran parte de las ferias artesanales temporales el Estado asume el costo de la locación, los servicios básicos, el mobiliario y el traslado, liberando de recargos el precio del producto.

Otro ejemplo son las ferias y festivales musicales o escénicos gratuitos, como el Festival Rock al Parque en Colombia, o los que ofrecen algunas funciones gratuitas y otras pagadas. Es importante señalar que la gratuidad o boletería accesible aseguran la asistencia masiva y por tanto son una vía para expandir los mercados, incorporando gente que eventualmente estará dispuesta a pagar para ver a la banda de rock o compañía de circo de su preferencia.

Otra forma de subvención indirecta del acceso es cuando el Estado y/o un ente privado asume(n) el mantenimiento de alguna infraestructura de exhibición, generalmente teatros, como en el caso del Complejo Cultural Teatro Teresa Carreño en Venezuela. También ocurre con lugares históricos que son atractivos turísticos, generalmente bajo la figura de protección patrimonial, como ocurre en casi todo el Caribe.

Otra posibilidad de subvención del costo del bien o el servicio cultural, es la fijación de precios o márgenes de ganancia, como ocurre con casi todas las leyes del Libro cuando establecen un precio estándar, protegiendo así a las librerías pequeñas y estimulando la compra de libros.

Finalmente, es de gran utilidad afianzar acuerdos comerciales con las empresas que fabrican, distribuyen y/o venden dispositivos informáticos, realizándose promociones o ferias en las que se abarata el precio de computadores, tabletas, celulares inteligentes o reproductores de videojuegos, mediante los que se puede acceder a productos audiovisuales y sonoros. Empresas estatales que ofrecen servicio de Internet por debajo del precio de mercado también se consideran en esta categoría de buenas prácticas.

Referencias

Financiamiento general

Ley Federal de Incentivo a la Cultura - N° 8.313/1991 (Brasil)

Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos. LEI N° 8.313, DE 23 DE DEZEMBRO DE 1991. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm

Meio&mensagem (2019, 29 de abril). Especialistas avaliam Lei Rouanet pré e pós mudanças (Nota de prensa). <https://www.meioemensagem.com.br/marketing/especialistas-avaliam-lei-rouanet-pre-e-pos-mudancas>

Donato A. y Rouanet A. Instituto Rouanet. <https://institutorouanet.org/lei-rouanet/a-verdadeira-missao-da-lei-de-incentivo-a-cultura/>

Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos. (2019, 15 de noviembre). La FDA aprueba la primera lente de contacto indicada para frenar la progresión de la miopía en los niños [Comunicado de prensa].

120

Ley Política Nacional Aldir Blanc de Fomento a la Cultura - N° 14.399/2022 (Brasil)

Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos. LEI N° 14.399, DE 8 DE JULHO DE 2022. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2022/lei/l14399.htm

Good Practices. Ley Aldir Blanc: saberes vividos y practicados para la ciudadanía, la diversidad cultural y la economía cultural. <https://obs.agenda21culture.net/es/good-practices/ley-aldir-blanc-saberes-vividos-y-practicados-para-la-ciudadania-la-diversidad>

Senado noticias. (2023, 07 de diciembre). Congresso aprova verba para Lei Aldir Blanc 2 (Nota de prensa). <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2023/07/12/congresso-aprova-verba-para-lei-aldir-blanc-2>

Ley General de Cultura - N° 397/1997 (Colombia)

Función Pública (Colombia). Ley 397 de 1997. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=337>

Función Pública (Colombia). Ley 1185 de 2008. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=29324#:~:text=Esta%20ley%20define%20un%20r%C3%A9gimen,la%20Lista%20Representativa%20de%20Patrimonio>

Función Pública (Colombia). Decreto 2132 de 1992. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66934>

Forbes. (2021, 23 de septiembre). Economía naranja: industrias creativas que generan impacto. (Notas de prensa). <https://www.forbes.com.ec/money/economia-naranja-industrias-creativas-generan-impacto-n8403>

Gil-León, J. M.; Gutiérrez-Ayala, J.; Ramírez-Hernández, E. A. (2021). El papel del turismo patrimonial en el índice de competitividad turística regional de Colombia: una evaluación de las relaciones mediante PLS-PM. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (90), 169-192. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n90.2021.2973>

Ley Naranja - N° 1.834/2017 (Colombia)

Ministerio de Educación (Colombia). Ley 1834 de mayo 23 de 2017. <https://www.mineduccion.gov.co/portal/normativa/Leyes/381639:Ley-1834-de-mayo-23-de-2017>

Alfonso Camacho, C. (2020). Impacto de la Ley naranja sobre pequeñas empresas de artes y patrimonio en Bogotá : retos y necesidades. Universidad de los Andes. Disponible en: <http://hdl.handle.net/1992/48547>

121

Departamento Nacional de Planeación (Colombia). (2022, 13 de junio). Gobierno aprueba política nacional de economía naranja con recursos por más de \$300 mil millones para impulsar la economía de la cultura y la creatividad (Notas de prensa). <https://2022.dnp.gov.co/Paginas/Gobierno-aprueba-politica-nacional-de-economia-naranja-para-impulsar-cultura-creatividad.aspx>

Ley del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes - N° 19.891/2003 (Chile)

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Ley 19891. Crea el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes, <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=213895&idVersion=2003-08-23>

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2022). Consultoría para el análisis y diagnóstico del concurso Fondart. Santiago de Chile: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. <https://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2023/07/10/analisis-y-diagnostico-del-concurso-fondart-informe-final/>

Ley Orgánica de Cultura - 2016 (Ecuador)

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2022, 20 de diciembre). El Ministerio de Cultura y Patrimonio presenta los resultados de su gestión en el 2022 y su proyección para el 2023. (Nota de prensa). <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/el-ministerio-de-cultura-y-patrimonio-presenta-los-resultados-de-su-gestion-en-el-2022-y-su-proyeccion-para-el-2023/>

Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación. Más de 9 millones de dólares se destinarán para los nuevos concursos públicos 2023. (Nota de prensa). <https://creatividad.gob.ec/2023/06/08/mas-de-9-millones-de-do>

122

lares-se-destinaran-para-los-nuevos-concursos-publicos-2023/

Asamblea Nacional República del Ecuador. Ley Orgánica de Ecuador. <https://www.asamblea-nacional.gob.ec/es/multimedios-legislativos/44816-ley-organica-de-cultura-sn>

Ley de Emergencia y Salvamento Cultural - N° 10.041/2021 (Costa Rica)

Sistema Costarricense de Información Jurídica. Ley de Emergencia y Salvamento Cultural. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=95376&nValor3=127306&strTipM=TC

Ana Fernández, G. (2022, 7 de diciembre). Año 2022: post pandemia y dinamismo resiliente del sector cultural ante la crisis. (Nota de prensa) <https://semanariouniversidad.com/cultura/a-no-2022-post-pandemia-y-dinamismo-resiliente-sectorcultura/#:~:text=Emergencia%20y%20salvamento%20cultural,-La%20Ley%20de&text=De%20acuerdo%20con%20Alzate%2C%20la,de%20espacios%20para%20los%20artistas>

Ley para el Fomento Economía Creativa y Cultural N° 10.044/2021 (Costa Rica)

<https://www.mcj.go.cr/sites/default/files/2024-06/Fomento%20de%20la%20econom%C3%ADa%20creativa%20y%20cultural.pdf>

Sylvie Durán S. Ministerio de Cultura y Juventud (Costa Rica). Informe Gestión 2018-2022.

<https://www.mcj.go.cr/sites/default/files/2022-05/INFORME%20FINAL%20DE%20GESTIO%CC%81N%202018-2022.pdf>

Ley General de Cultura - N° 175/2020 (Panamá). <https://www.mcj.go.cr/sites/default/files/2022-05/INFORME%20FINAL%20DE%20GESTIO%CC%81N%202018-2022.pdf>

Ley Nacional de Cultura - N° 3.051/2006 (Paraguay) <https://www.cultura.gov.py/wp-content/uploads/2017/12/LE>

La Nación (2024, 17 de junio). Gobierno entregó G. 1.800 millones para 90 proyectos culturales. <https://www.lanacion.com.py/espectaculo/2024/06/17/gobierno-entrego-g-1800-millones-para-90-proyectos-culturales/>

Olmedo-Barchello, S. (2020). Revisión histórica y presupuestaria de las políticas culturales en Paraguay. *Comunicación, Cultura Y Política*, 10, 8–35. <https://doi.org/10.21158/21451494.-v10.n0.2019.2680>

Secretaría Nacional de Cultura. (2024, 7 de septiembre). Convocatorias 2024. https://cultura.gov.py/?post_type=convocatorias

Ley del Fondo Nacional de la Cultura y de las Artes (FONDEC) - N° 1299/1998 (Paraguay)

Biblioteca y Archivo Central del Congreso de la Nación. Ley N° 1299 crea el Fondo Nacional de la Cultura y las Artes. <https://www.bacn.gov.py/leyes-paragua->

yas/765/ley-n-1299-crea-el-fondo-nacional-de-cultura-fondec

Secretaría Nacional de Cultura (Paraguay). (2019, 17 de diciembre). Presentan Memoria 20 años del FONDEC. (Nota de prensa). <https://cultura.gov.py/2019/12/presentan-memoria-20-anos-del-fondec/>

Fondo de Innovación para las Industrias Culturales y Creativas (CIIF) (Cooperación Internacional) <https://www.caribank.org/our-work/programmes/cultural-and-creative-industries-innovation-fund>

Banco de Desarrollo del Caribe. (2020, 11 de diciembre). CDB issues US\$100,000 in Emergency Relief Grants for Creative Industries Sector. (Nota de prensa). <https://www.caribank.org/newsroom/news-and-events/cdb-issues-us100000-emergency-relief-grants-creative-industries-sector-0>

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (Cooperación Internacional)

Alejandra Luzardo (Coord.) y otros (2023). / 10 años impulsando la creatividad. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/publications/spanish-viewer/impulsando-la-cultura-y-la-creatividad-el-compromiso-del-BID-con-las-industrias-culturales-y-creativas.pdf>

125

126

Mariano Schuster. (2017, septiembre) «Las industrias culturales pueden fortalecer el rol de América Latina en el mundo». Entrevista a Alejandra Luzardo. <https://nuso.org/articulo/las-industrias-culturales-y-la-economia-naranja-pueden-fortalecer-el-rol-de-america-latina-en-el-mundo/>

Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF) (Cooperación Internacional) <https://www.caf.com/es/areas-de-accion/ciudades/lineas-de-accion-desarrollo-urbano/economias-creativas-y-culturales/>

CLXXX Directorio CAF (2023). Conversatorio "Cultura popular, economía creativa y desarrollo local". <https://www.caf.com/es/actualidad/eventos/online-cultura-popular-economia-creativa-y-desarrollo-local/>

CAF: Cultura Popular, Economía Creativa y Desarrollo Local. (2023, 6 de diciembre). CAF busca potenciar economías culturales y creativas en América Latina y el Caribe. <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/caf-busca-potenciar-economias-culturales-y-creativas-en-america-latina-y-el-caribe/>

Infobae. (2001, 31 de octubre). US\$700 millones: la inversión de la CAF para fortalecer las industrias creativas y de conservación del medio ambiente. <https://www.infobae.com/america-colombia/2021/10/31/us700-millones-la-inversion-de-la-caf-para-fortalecer-las-industrias-creativas-y-de-conservacion-del-medio-ambiente/>

Programa Transcultural (Cooperación Internacional)

UNESCO. (2024, 27 de noviembre). TRANSCULTURA CONECTA- Noviembre 2024. (Nota de prensa) <https://www.unesco.org/es/articles/transcultura-conecta-noviembre-2024?hub=83541>

UNESCO. Hermanamientos y Alianzas Culturales. (Nota de prensa). <https://www.unesco.org/es/transcultura/accion/herramientas-alianzas?hub=83541>

Instituto de la Gestión Cultural y Artística. (2001, 31 de agosto). El Programa Transcultura de la UNESCO y la UE lanza su convocatoria de becas para el Caribe. (Nota de prensa). <https://igeca.net/blog/393-el-programa-transcultura-de-la-unesco-y-la-ue-lanza-su-convocatoria-de-becas-para-el-caribe>

Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa (PNFEC) (Chile) https://ec.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2020/10/0_6_PlanNacionaldeFomentoalaEconomiaCreativa.pdf

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2014, 17 de enero). Mapeo de las industrias creativas en Chile. (Nota de prensa). <https://www.cultura.gob.cl/publicaciones/mapeo-de-las-industrias-creativas-en-chile/>

Consejo Nacional de las Culturas y las Artes. (2016). Actualización del impacto económico del sector creativo en Chile. https://ec.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2020/10/0_5_ActualizaciondelimpactoeconomicodelsectorcreativoenChile.pdf

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio y Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. (2023). Economía creativa y territorios. Modelos descentralizados de la política pública cultural para potenciar estrategias de desarrollo sostenible desde y para los territorios. <https://ec.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2024/01/Informe-EconomiaCreativayTerritorios.pdf>

Clúster Creativo Ecuador (Ecuador) <https://clustercreativoecuador.org/>

Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. Gobierno Nacional impulsa la economía naranja y el desarrollo cultural en el país. (Nota de prensa). <https://www.comunicacion.gob.ec/gobierno-nacional-impulsa-la-economia-naranja-y-el-desarrollo-cultural-en-el-pais/#:~:text=El%20Gobierno%20Nacional%20fomenta%20la,el%202021%E2%80%9D%2C%20afirm%C3%B3%20Velasco.>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2019, 7 de agosto). 'Ecuador Creativo' plantea alcanzar más del 3% del PIB de la economía nacional para 2021. (Nota de prensa). <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/ecuador-creativo-plan-tea-alcanzar-el-3-del-pib-de-la-economia-nacional-para-2021/>

Cine y Videojuegos

Ley de Fomento a la Cinematografía Nacional - N° 24.377/1994 (Argentina) <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-24377-767/texto>

Luciana Mazzina. (2023, 6 de septiembre). El INCAA, un motor económico y una ventana al mundo de la cultura. En: Agencia de noticias científicas. (Nota de prensa). <https://agencia.unq.edu.ar/?p=14955>

Fernando Brovelli. (2024, 13 de enero). Cine argentino remarca el potencial económico y cultural del INCAA contra su intento de reforma. En: Ambito. (Nota de prensa). <https://www.ambito.com/politica/cine-argentino-remarca-el-potencial-economico-y-cultural-del-incaa-contra-su-intento-reforma-n5920919>

Ley Fondo Sectorial del Audiovisual - N° 11435/2006 (Brasil). http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11437.htm

Planalto. (2024, 21 de junio). “Reafirmamos la potencia de nuestro cine”, dice Lula al anunciar BRL 1,6 mil millones para el sector audiovisual. (Nota de prensa). <https://www.gov.br/planalto/es/ultimas-noticias/2024/06/201-creafirmamos-la-potencia-de-nuestro-cine201d-dice-lula-al-anunciar-brl-1-6-mil-millones-para-el-sector-audiovisual>

129

Ricardo Cardoso (2016, jul-dic). A economia política do setor cinematográfico e audiovisual brasileiro: um breve balanço do período regido pelo ANCINE. En: Carta do Trabalho, pp. 39-58. <https://www.cesit.net.br/wp-content/uploads/2017/10/Carta-Social-e-do-Trabalho-34.pdf#page=44>

130

Planalto. (2023, 12 de abril). ANCINE divulga investimentos de mais de R\$ 1 bilhão para o setor audiovisual e anuncia novas ações para 2023. (Nota de prensa). <https://www.gov.br/ancine/pt-br/assuntos/noticias/ancine-divulga-investimentos-de-mais-de-r-1-bilhao-para-o-setor-audiovisual-e-anuncia-novas-acoes-para-2023>

Ley de TV paga - N° 12.485/2011 (Brasil) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12485.htm

Morais, K. S. de. (2019). Cota de tela (Lei nº 12.485/2011) e a produção independente na TV paga. Significação: Revista De Cultura Audiovisual, 46(52). <https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2019.147815>

LEI N° 14.815, DE 15 DE JANEIRO DE 2024 https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2023-2026/2024/Lei/L14815.htm#art2

e Sousa – Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP/Brasil, A. P. da S. (2016). LEI DA TV PAGA: UM NOVO PARADIGMA PARA A POLÍTICA AUDIOVISUAL BRASILEIRA. Revista Eletrônica Internacional De Economia Política Da Informação Da Comunicação E Da Cultura, 18(2), 47–64. Recuperado de <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/5215>

Ley del Creador Audiovisual y Cinematográfica Independiente - N° 373/2019 (Cuba) <https://www.gacetaoficial.gob.cu/sites/default/files/goc-2019-o43.pdf>

Cubacine (2020, 11 de octubre). Resultados generales de la primera convocatoria del Fondo de Fomento. (Nota de prensa). <https://www.cubacine.icaic.cu/es/articulo/resultados-generales-de-la-primera-convocatoria-del-fondo-de-fomento>

IBERMEDIA. Publican los resultados de la segunda convocatoria del Fondo de Fomento del Cine Cubano. (Nota de prensa). <https://www.programaibermedia.com/publican-los-resultados-de-la-segunda-convocatoria-del-fondo-de-fomento-del-cine-cubano/>

Ley de Fomento del Cine Nacional - N° 29/2006 (Ecuador) <https://www.egeda.ec/documentos/InformacionCoperativa/3.-Ley%20de%20Cine.pdf>

Fiallos Quintero, M. B. (2022). La política cinematográfica en Ecuador. Revista Contacto, 2(2), 85–97. Recuperado a partir de <https://revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/article/view/3241>

Ley que fomenta la industria cinematográfica y audiovisual - N° 36/2007 (Panamá) <https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/25841/5645.pdf>

Ley N° 16 de 27 de abril de 2012, que establece el régimen especial de la Industria Cinematográfica y Audiovisual <https://vlex.com.pa/vid/industria-cinematografica-audiovisual-401112901>

131

Ulises Rodríguez. (2023, 29 de noviembre). Panamá: el desafío de consolidar producciones propias y hacer valer los derechos de sus autores. En: Escribiendocine. (Nota de prensa). <https://www.escribiendocine.com/noticias/2023/11/29/16699-panama-el-desafio-de-consolidar-producciones-propias-y-hacer-valer-los-derechos-de-sus-autores>

Cynthia García (2019, 16 de julio). Cine en Centroamérica y el Caribe: Panamá, consolidando su producción. En: Latamcinema.com. (Nota de prensa). <https://www.latamcinema.com/especiales/cine-en-centroamerica-y-el-caribe-panama-consolidando-su-produccion/>

Ley de Fomento al Audiovisual - N° 6.106/2018 (Paraguay) <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/8426/ley-n-6106-de-fomento-al-audiovisual>

ABC color. (2022, 31 de agosto). Doce proyectos audiovisuales se adjudican fondos en primer concurso INAP. <https://www.abc.com.py/espectaculos/cine-y-tv/2022/08/31/doce-proyectos-audiovisuales-se-adjudican-fondos-en-primer-concurso-del-inap/>

Maripili Alonso. (2023, 17 de octubre). INAP adjudica apoyos a quince proyectos cinematográficos por más de G. 1900 millones
En: ABC. (Nota de prensa). <https://www.abc.com.py/espectaculos/cine-y-tv/2023/10/17/inap-adjudica-apoyo-a-quince-proyectos-cinematograficos-por-mas-de-g-1900-millones/>

Programa Ibermedia (Cooperación Internacional) <https://www.programaibermedia.com>

Brasil Game Show (BGS) (Brasil)

Marco Cueto. (2024, 5 de octubre). Brasil Game Show. El epicentro del gaming en América

132

Latina. En: Nos dicen gamers. (Nota de prensa). <https://nosdicengamers.com/brasil-game-show-el-epicentro-del-gaming-en-america-latina/>

Alejandro Dau (2023, 30 de octubre). Todo lo que dejó la 14ª edición de Brasil Game Show. En: Tecnogaming. (Nota de prensa). <https://tecnogaming.com/todo-lo-que-dejo-la-14a-edicion-de-brasil-game-show/?amp=1>

Cougar. (2023, 18 de octubre). Mas de 300 mil personas asistieron al Brasil Game Show. (Nota de prensa). <https://cougargaming.com/es/mas-de-300-mil-personas-asistieron-a-brasil-game-show/>

El Espectador. (2024, 11 de abril). Brasil Game Show, la feria de gaming más grande de LATAM y la segunda del mundo. (Nota de prensa). <https://www.elespectador.com/tecnologia/brasil-game-show-la-feria-de-gaming-mas-grande-de-latam-y-la-segunda-del-mundo/>

Luiz Pacete. (2022, 7 de octubre). Brasil Game Show começa reunindo um mercado de quase R\$ 13 bi. En: Forbes. (Nota de prensa). <https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/10/brasil-game-show-comeca-reunindo-um-mercado-de-quase-r-13-bi/>

Libro

133

Ley de Defensa de la Actividad Librera - N° 25.542/2001 (Argentina) <https://www.camaradelibro.com.ar/informes-legislacion/informes-legislacion-ley-de-defensa-de-la-actividad-librera/#:~:text=Nacional%20N%C2%BA%3A%2025542-,Ley%20de%20Defensa%20de%20la%20Actividad%20Librera%2C%20Ley%20Nacional%20N%C2%BA,Consumidor%20final>

Página 12. (2024, 2 de febrero). Un reclamo en favor de los libros. <https://www.pagina12.com.ar/709346-un-reclamo-en-favor-de-los-libros>

Cámara Argentina del Libro. Mitos y Verdades de la Ley 25.542 de Defensa de la Actividad Librera. <https://www.camaradellibro.com.ar/mitos-y-verdades-de-la-ley-25-542-de-defensa-de-la-actividad-librera/>

Ley del Libro - N° 98/1993 (Colombia) <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=27901>

Cámara Colombiana del Libro. (2024, 28 de febrero). Hábitos de lectura, asistencia a bibliotecas y compra de libros en Colombia 2023. <https://camlibro.com.co/habitos-de-lectura-2023/>

Ley de Fomento para la Lectura y el Libro (Chile) <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=30594>

Fundación Chile Veintiuno y la Asociación de Editores de Chile (2005). Una política de Estado para el libro y la lectura. RIL editores: Chile. <https://uchile.cl/dam/jcr:71666372-10-fa-420e-a8a8-79d8daf96f6e/politica-de-estadoeditores-independientes.pdf>

134

Ley que crea el Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura - N° 19.227/1993 (México) <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFLL.pdf>

Rodríguez Barba, Fabiola. Una década de debate: la Ley para el fomento de la lectura y el libro en México en perspectiva comparada *Espacios Públicos*, vol. 11, núm. 23, diciembre, 2008, pp. 248-264. Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67611217012>

CANIEM. Producción y Comercialización de libros en México Sector editorial privado. <https://caniem.org/produccion-y-comercializacion-del-libro/>

Ley del Libro - N° 47/2006 (Ecuador) <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/1-LEY-DEL-LIBRO.pdf>

Ley de Fomento del Libro (Ecuador). https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2018/09/50_Ley_11_Ecuador.pdf

Cámara Ecuatoriana del Libro. El Libro en Ecuador 2021. Estadísticas y Datos ISBN. <https://www.celibro.org.ec/pagina/wp-content/uploads/2022/02/El-libro-en-Ecuador-Estadisticas-ISBN-2021.pdf>

135

Organización de Estados Iberoamericanos. (2022, 14 de junio). En Ecuador se lee en promedio un libro completo y dos libros incompletos al año, según la Encuesta de Hábitos Lectores, Prácticas y Consumos Culturales. (Nota de prensa). <https://oei.int/oficinas/ecuador/noticias/-se-presento-los-resultados-de-la-encuesta-de-habitos-lectores-practicas-y-consumos-culturales/>

Programa de traducción y apoyo a la exportación editorial (IDA) (Uruguay)

Uruguay XXI. <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/quiero-exportar/herramientas/programa-ida/>

Ministerio de Educación. <https://www.gub.uy/ministerio-educacion-cultura/comunicacion/-convocatorias/programa-ida>

Dujovne, Miguel Alejandro; Políticas y estrategias de internacionalización editorial en América Latina; Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe; 2020; 91 <http://hdl.handle.net/11336/159437>

Feria Internacional del Libro de Guadalajara (México) https://www.fil.com.mx/info/mision_vision.asp

MEJÍA, BRENDA G., FUSTÉ-FORNÉ FRANCESC. TURISMO Y LITERATURA: UNA APROXIMACIÓN A LAS FERIAS DE LIBROS COMO PATRIMONIO LITERARIO, CULTURAL Y TURÍSTICO. *Rosa dos Ventos* [en línea]. 2020, 12(2), 429-447 [fecha de Consulta 6 de Diciembre de 2024]. ISSN: . Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473563492010>

136

Enciclopedia de la literatura en México. Feria Internacional del Libro (FIL) de Guadalajara. <http://www.elem.mx/institucion/datos/337>

Feria Internacional del Libro de Buenos Aires (Argentina)

Fundación El Libro. <https://www.el-libro.org.ar/internacional/general/>

Portal Oficial del Estado Argentino. (2023, 18.de mayo).Presentación de datos y estadísticas oficiales en la Feria del Libro. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/presentacion-de-datos-y-estadisticas-oficiales-en-la-feria-del-libro>

Fundación El Libro. UN ESTUDIO SOBRE LA DIMENSIÓN ECONÓMICA DE LA FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE BUENOS AIRES 2019, ÚLTIMA REALIZADA. <https://www.el-libro.org.ar/wp-content/uploads/2020/08/informe-dimension-economica-feria-del-libro-2019-final.pdf>.

Feria Internacional del Libro de Venezuela (FILVEN) (Venezuela) <https://filven.com/>
Centro Nacional del Libro (Venezuela). <https://cenal.gob.ve/>

137

Música y Artes Escénicas

138

Ley creación del Instituto Nacional de la Música - N° Ley 26.801/2012 (Argentina) <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/205000-209999/207201/norma.htm>

Portal oficial del Estado Argentino. (2022, 30 de noviembre). Diez años de la Ley Nacional de la Música. (Nota de prensa). <https://www.argentina.gob.ar/noticias/diez-anos-de-la-ley-nacional-de-la-musica>

Ley sobre Fomento de la Música Chilena - N° 19.928/2004 (Chile) <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=220680>

Ley N. 21205 (Chile). <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1142420&idParte=10101202>

Observatorio Digital de la Música Chilena. Diagnóstico de la industria musical chilena. Estallido social y Covid-19. <https://chilecreativo.cl/wp-content/uploads/2022/08/ODMC-Diagnostico-de-la-Industria-Musical-Chilena-Estallido-Social-y-COVID-19.pdf>

Festival Mundial de la Salsa (Colombia)

Alcaldía de Santiago de Cali (2024, 29 de octubre). Con más de 26.000 asistentes, culminó con total éxito el XIX Festival Mundial de Salsa 2024. (Nota de prensa). <https://www.cali.gov.co/cultura/publicaciones/183486/-con-mas-de-26000-asistentes-culmino-con-total-exito-el-xix-festival-mundial-de-salsa-2024/>

Alcaldía de Santiago de Cali (2024, 16 de octubre). Corfecali opera la XIX versión del 'Festival Mundial de Salsa': el evento se realizará del 24 al 27 de octubre. (Nota de prensa). <https://www.cali.gov.co/cultura/publicaciones/183266/corfecali-opera-la-xix-version-del-festival-mundial-de-salsa-el-evento-se-realizara-del-24-al-27-de-octubre/>

Morada Ancestral (2024, 9 de agosto). Festival Mundial de Salsa 2024: Cultura, Ritmo y Tradición en la sucursal del cielo. (Nota de prensa). <https://www.moradaancestral.com/festival-mundial-de-salsa-2024-cultura-ritmo-y-tradicion-en-la-sucursal-del-cielo/>

Sofía Londoño. El Festival Mundial de la Salsa y su legado generacional. En: La Palabra (Nota de prensa). <https://lapalabra.univalle.edu.co/el-festival-mundial-de-la-salsa-y-su-legado-generacional/>

Reggae Sumfest (Jamaica) <https://reggaesumfest.com/>

UNESCO. El Reggae de Jamaica. <https://ich.unesco.org/es/RL/el-reggae-de-jamaica-01398>

Janet Silvera (2022, 22 de Mayo). Montego Bay set to earn billions from Reggae Sumfest. En: The Gleaner. (Nota de prensa). <https://jamaica-gleaner.com/article/entertainment/20220522/-montego-bay-set-earn-billions-reggae-sumfest>

139

140

Sistema Nacional de Orquestas (Venezuela)

El Sistema. Un modelo de paz y progreso para la humanidad. <https://elsistema.org.ve/-que-es-el-sistema/el-sistema-en-el-mundo/>

El Sistema. Qué es el sistema. <https://elsistema.org.ve/que-es-el-sistema/>

El Sistema. Agrupaciones. <https://elsistema.org.ve/agrupaciones/>

El Sistema. Centro de Acción Social por la Música. <https://elsistema.org.ve/centro-nacional-de-accion-social-por-la-musica/>

DW (2021, 21 de noviembre). Venezuela logra Guinness a la orquesta más grande del mundo. (Nota de prensa). <https://www.dw.com/es/venezuela-logra-r%C3%A9cord-guinness-a-la-orquesta-m%C3%A1s-grande-del-mundo/a-59892422>

Pierina Silva (2024, 29 de octubre). El Sistema busca Latin Grammy con obra producida en Venezuela. En: Radio Miraflores. <https://radiomiraflores.net.ve/el-sistema-busca-latin-grammy-con-obra-producida-en-venezuela/>

Prensa Fundamusical Bolívar. (2023, 16 de noviembre). El Sistema gana Grammy Latino a Mejor Álbum de Música Clásica. (Nota de prensa). <https://elsistema.org.ve/noticias/el-sistema-gana-el-grammy-latino-a-mejor-album-de-musica-clasica/>

Ley Nacional del Teatro y Otras Artes Escénicas- N° 24.800/1997 (Argentina) <https://servicios.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/42762/norma.htm>

Guillermina Delupi (2024, 9 de enero). Más de 30 salas de teatro independiente se verían afectadas en Córdoba. En: El Perfil. (Nota de prensa). <https://www.perfil.com/noticias/cordoba/mas-de-30-salas-de-teatro-independiente-se-verian-afectadas-en-cordoba.phtml>

Relats, P., y Algán, R. S. (2019). Políticas culturales en Argentina: una revisión en el contexto del Instituto Nacional de Teatro y del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Comunicación, Cultura Y Política, 10, 36–69. <https://doi.org/10.21158/21451494.v10.n0.2019.2642>

Ley de Fomento de las Artes Escénicas N° 21.175/2019 (Chile) <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1136113>

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Cuenta anual 2022. Consejo Nacional de Artes Escénicas. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2023/09/informe-2022-cnae.pdf>

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Cuenta anual 2023. Consejo Nacional de Artes Escénicas. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2024/11/cuenta-publica-consejo-nacional-de-artes-escenicas-2023.pdf>

Festival Internacional del Cervantino (México) <https://festivalcervantino.gob.mx/>

Sergio Vela. Festival Internacional Cervantino: un festival con raíces de medio siglo. En: Liber. <https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/721>

Rojas González, Paola. (2018). La construcción de la cooperación cultural internacional de México, desde 2012 a la actualidad. Una mirada al caso del Festival Internacional Cervantino de Guanajuato. Ponencia presentada para el 3er. Encuentro Nacional de Gestión Cultural México. Mérida, México. <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/721/3ENGC-035%20-%20Paola%20Rojas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Festival de Teatro A Mil (Chile) <https://www.teatroamil.cl/quienes-somos/historia/>
Constanza Vera (2023, 20 de octubre). Festival de Teatro a Mil lanza su programación 2024 con más de espectáculos, intervenciones públicas y homenajes. En: La Maquina Medio. (Nota de prensa). <https://lamaquinamedio.com/festival-teatro-a-mil-lanza-su-programacion-2024-con-mas-de-100-espectaculos-intervenciones-publicas-y-homenajes/>

Patrimonio

Ley sobre Monumentos Nacionales - N° 17.288/1970 (Chile) <https://www.bcn.cl/historiadela-ley/nc/historia-de-la-ley/5760/>

Casa Museo Eduardo Frei Montalva. (2020, 2 de enero). Tema destacado del mes | 50 años de la Ley de Monumentos Nacionales. <https://www.casamuseoeduardofrei.cl/tema-destacado-del-mes-50-anos-de-la-ley-de-monumentos-nacionales/>

Nicolás Díaz. (2024, 28 de abril). Patrimonio indígena y sitios de memoria: las propuestas ciudadanas para modificar Ley de Monumentos. En bbcl. (Nota de prensa). <https://www.biobiochile.cl/noticias/servicios/explicado/2024/04/28/patrimonio-indigena-y-sitios-de-memoria-las-propuestas-ciudadanas-para-modificar-ley-de-monumentos.shtml>

Ley General de Protección al Patrimonio Cultural y al Patrimonio Natural - N° 155/2022 (Cuba). <https://www.gacetaoficial.gob.cu/sites/default/files/goc-2023-o84.pdf>

Laura Ortega (2024, 10 de febrero). Consejo Nacional de Patrimonio Cultural, por la conservación y las puertas abiertas. En: Granma. (Nota de prensa). <https://www.granma.cu/cuba/2024-02-10/consejo-nacional-de-patrimonio-cultural-por-la-conservacion-y-las-puertas-abiertas>

Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación - N.º 28.296/2006 (Perú) [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/f562A9CCF932F0F62052577E300711E65/\\$FILE/2Ley_28296.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/f562A9CCF932F0F62052577E300711E65/$FILE/2Ley_28296.pdf)

143

144

Ley Especial de Protección al Patrimonio de El Salvador - N° 513/1993^a (El Salvador) <https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/C67FD97A-1285-46D4-82C0-96DA7C DFA52D.pdf>

Asamblea Legislativa (El Salvador). (2024, 26 de junio). Reformas protegerán patrimonio cultural durante proyectos de construcción. <https://www.asamblea.gob.sv/node/13213>

Yolanda Magaña. (2024, 6 de septiembre). Reforma que permitirá intervenir bienes culturales iniciará vigencia en noviembre. En: El Mundo. (Nota de prensa) <https://diario.elmundo.sv/politica/reforma-que-permitira-intervenir-bienes-culturales-iniciara-vigencia-en-noviembre>

Ley para la Protección del Patrimonio Cultural de la Nación - N° 220/1997 (Honduras) https://www.tsc.gob.hn/web/leyes/Ley_Patrimonio_Cultural.pdf

Entrevista a Ricardo Argucia en El Mundo de Sophia (2012, 17 de abril). <https://www.mundo-sophia.com/ricardo-argucia/>

Instituto Hondureño de Antropología e Historia. <https://ihah.hn/category/proyectos>

Centro Regional para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina (CRESPAL) – UNESCO (Cooperación Internacional) <https://ciespal.org/>

UNESCO. Las listas del PCI y el Registro de Buenas Prácticas de Salvaguardia. [https://ich.UNESCO.org/es/listas?region\[\]=06&multinational=3&-](https://ich.UNESCO.org/es/listas?region[]=06&multinational=3&-)

display2=candidature_typeID&display1=inscriptionID#tabs

Sistema Vial Andino Qhapaq Ñan (Cooperación Internacional)

PNUD, Ecuador. QHAPAQ ÑAN, PROMOVRIENDO EL TURISMO PATRIMONIAL COMUNITARIO. <https://www.undp.org/es/ecuador/proyectos/qhapaq-nan-promoviendo-el-turismo-patrimonial-comunitario>

Mercados y Plataformas de intercambio

Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA) (Argentina) <https://mica.gob.ar/que-es-mica>

Portal oficial del Estado Argentino. ¿Qué es el Mercado de Industrias Culturales Argentinas? <https://www.argentina.gob.ar/capital-humano/cultura/desarrollo/mica-2023>

Somos Iberoamérica. (2023, 22 de junio). El MICA, un espacio de oportunidades para la industria cultural. <https://somosiberoamerica.org/onda-pais/argentina/el-mica-un-espacio-de-oportunidades-para-la-industria-cultural/>

145

Mercado de las Industrias Culturales del Sur (MICSUR) (Cooperación Internacional) <https://micsur.cultura.gob.cl/que-es-micsur/>

Comunicarte. (2016, 12 de octubre). Ya llega Micsur. Conoce qué es y cómo participamos en él. <https://comunicarte.idartes.gov.co/noticias/ya-llega-micsur-conoce-que-es-y-como-participamos-en-el>

UNESCO. (2014, 18 de mayo).

Concluyó el primer Mercado de Industrias Culturales del Sur. https://www.lacult.unesco.org/noticias/showitem.php?uid_ext=&getipr=&lg=3&pais=0&id=3854

Circularart (Colombia) <https://circularart.org/>

Circularart. (2024, 19 de junio). Celebramos 15 años de música y ¡queremos más Circularart! <https://circularart.org/2024/celebramos-15-anos-de-musica-y-queremos-mas-circularart/>

